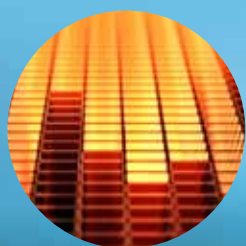


Biuletyn OZZ ZPAV
Wiosna 2010

Muzyka. To się opłaca



Muzyka. To się opłaca

Szanowni Państwo,

Zapraszam do lektury wiosennego wydania biuletynu Związku Producentów Audio Video. Opisujemy w nim m.in. jak mieszkańcy innych europejskich krajów nauczyli się świadomego korzystania z muzyki oraz współpracy z Organizacjami Zbiorowego Zarządzania. Przedstawiamy także różnice pomiędzy muzyką dystrybuowaną na licencji Royalty Free, a muzyką ogólnie dostępną, objętą licencjonowaniem i opłatami na rzecz OZZ w przypadku wykorzystywania w celach komercyjnych.

Jest to wydanie wiosenne, a zwykle pierwsze słoneczne dni sprawiają, że spoglądamy na siebie w innym świetle i pragniemy odzyskać straconą zimą sylwetkę i kondycję na przykład w klubach fitness. Jest to dobry pretekst aby więcej uwagi poświęcić muzyce wykorzystywanej podczas zajęć sportowych.

Zapraszamy także do lektury wywiadu z właścicielem jedynej w Trójmieście „klubu na kółkach”. Tradycyjnie publikujemy również TOP 20 najpopularniejszych piosenek granych w sklepach wielkopowierzchniowych oraz ekskluzywnych lokalach, gdzie króluje muzyka alternatywna.

Mam nadzieję, że zebrane w tym wydaniu Biuletynu OZZ ZPAV artykuły i wywiady będą dla Państwa interesujące i inspirujące.

Życzę miłej lektury
Bogusław Pluta, Dyrektor OZZ ZPAV





Muzyka jest powszechnie wykorzystywana przez przedsiębiorców na całym świecie. W większości krajów ustawodawstwo, związane z ochroną praw autorskich i praw pokrewnych, nakłada na nich obowiązek uiszczania na rzecz lokalnych Organizacji Zbiorowego Zarządzania opłat za publiczne odtwarzanie fonogramów i wideogramów. Dla wielu właścicieli klubów, pubów czy restauracji, ale także zakładów produkcyjnych czy usługowych, muzyka jest elementem składowym prowadzonego biznesu, a uiszczane opłaty traktowane są przez nich jako opłacalna inwestycja.

We wszystkich krajach członkowskich Unii Europe-

legitymacją lokalnych OZZ reprezentujących producentów jest przynależność do International Federation of the Phonographic Industry – Międzynarodowej Federacji Branży Fonograficznej. Niezależnie jednak od modelu funkcjonowania OZZ, kwestia opłat za publiczne odtwarzanie muzyki pozostaje niezmienna. Właściciele zakładów usługowych, klubów, dyskotek, restauracji, sklepów czy organizatorzy imprez masowych z muzyką w tle, muszą wносить opłaty na rzecz uprawnionych OZZ. Uchylający się od wnoszenia opłat właściciele podmiotów, podobnie jak u nas, muszą liczyć się z konsekwencjami prawnymi oraz wysokimi karami.

Co jest przyczyną tak niskiego odsetka przedsiębiorstw funkcjonujących w zgodzie z obowiązującymi przepisami? Można wskazać tutaj zarówno ciągle ograniczoną świadomość obowiązku zawierania umów na publiczne odtwarzanie muzyki oraz uiszczania związanych z tym opłat, jak i stosunkowo niską kulturę prawną oraz brak poszanowania dla własności intelektualnej. Pozornie tylko związane jest to z wysokością opłat, ponieważ w rzeczywistości stanowią one tylko niewielki ułamek przychodów przedsiębiorstw oraz nie odbiegają one od europejskich standardów. Opinia jakoby koszt opłat jest dla podmiotów dużym obciążeniem jest błędny. Miesięczna opłata

Oplaty za publiczne odtwarzanie muzyki. Funkcjonowanie OZZ w innych krajach

jskiej istnieją Organizacje Zbiorowego Zarządzania, reprezentujące twórców, wykonawców i producentów oraz zajmujące się pobieraniem na ich rzecz opłat za publiczną eksploatację fonogramów i wideogramów. W Polsce są to ZAiKS, ZPAV, STOART oraz SAWP. ZAiKS reprezentuje autorów, ZPAV – producentów, zaś dwie pozostałe organizacje reprezentują wykonawców. W wielu krajach to rozgraniczenie reprezentowanych beneficjentów opłat z tytułu praw autorskich i praw pokrewnych jest mniejsze. Najczęściej lokalnie funkcjonują dwie organizacje – jedna chroni prawa autorów, a druga wspólnie artystów i producentów. Taki model sprawdza się między innymi w Wielkiej Brytanii, Francji oraz we Włoszech. W innych krajach, podobnie jak w Polsce, producenci oraz artyści wolą występować osobno – tak jest w Belgii, Hiszpanii czy Portugalii. Dodatkową

Jak wypada Polska na tle innych unijnych krajów pod kątem ściągalności opłat za publiczną eksploatację fonogramów i wideogramów? Niestety, polscy przedsiębiorcy mają w tym zakresie jeszcze dużo do nadrobienia. W państwach znacznie mniejszych pod względem liczby ludności, znacznie większa liczba podmiotów zawiera umowy i uiszcza opłaty na rzecz OZZ. Przykładowo, na 38 mln mieszkańców Polski umowy umożliwiające legalne odtwarzanie muzyki posiada 15 tys. lokali (na 100 tys. potencjalnie uprawnionych), podczas gdy w Danii, liczącej zaledwie 5,5 mln obywateli, aż 66,5 tys. funkcjonuje w zgodzie z prawem i uiszcza odpowiednie opłaty. Równie wysokim wskaźnikiem ściągalności mogą się poszczycić OZZ w innych krajach UE, a ich funkcjonowanie jest dla przedsiębiorców normalną praktyką.

dla lokali zwykle nie przekracza kosztu jednego obiadu w restauracji, zamówienia 2-3 piw w barze bądź wartości jednego strzyżenia w zakładzie fryzjerskim. Biorąc pod uwagę fakt, że w ciągu jednego dnia restauracja serwuje setki obiadów, w barze sprzedaje się setki litrów piwa, a zakład fryzjerski może odwiedzić parę tuzinów klientów to wartość opłat za publiczne odtwarzanie muzyki zwraca się lokalom dosłownie w parę minut.

Sposobem na zwiększenie liczby przedsiębiorców, którzy regularnie wywiązywaliby się z obowiązku uiszczania opłat za muzykę jest podejmowanie coraz częściej kampanii informacyjnych i edukacyjnych oraz, niestety, wzmożone kontrole legalności odtwarzanej publicznie muzyki.

Marcin Roszkowski

Coraz częściej można usłyszeć o ofertach firm, proponujących dostarczanie „muzyki wolnej od opłat”. Ich oferty wyglądają bardzo atrakcyjnie: kupując płyty z muzyką „royalty free” nie podlega się obowiązowi uzyskiwania licencji i wnoszenia opłat na rzecz ZPAVu, ZAiKSu i innych organizacji zbiorowego zarządzania. Powstaje więc pytanie, czy rzeczywiście muzyka taka może stanowić realną konkurencję dla melodii dobiegających do nas codziennie z programów radiowych, telewizyjnych czy z zakupionych w sklepach płyt?

Muzyka wolna od opłat, z angielska zwana „Royalty Free Music” (RFM) to muzyka, której producent kupił wszystkie niezbędne prawa od autorów oraz artystów i sprzedając swoje nagrania, w ich cenie

meczy na halach sportowych. Wówczas nie jest istotne to, by nagrania były rozpoznawalne i żeby słuchacze się z nimi identyfikowali. Mają one wyłącznie wyeliminować ciszę.

Muzyka odtwarzana w miejscach publicznych ma na celu zwiększenie poziomu sprzedaży, lojalności klientów i efektywności pracowników. Jest to możliwe do osiągnięcia tylko pod warunkiem, że będzie ona różnorodna i łatwa „wpadająca w ucho”. Natomiast podstawowym problemem związanym z płytami „muzyka bez opłat” jest ograniczona liczba utworów zawarta na jednym krążku o niskiej jakości i z mało urozmaiconym repertuarem. Dlatego też taka muzyka bardzo szybko nudzi, męczy, a w konsekwencji może nawet

z przeszłości piosenki. Ich podstawowym celem jest wypełnienie ciszy – mówi Michał Marchocki szef działu muzycznego Internet Media Services.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że analizując koszty muzyki przedsiębiorcy często skupiają się tylko na jednej stronie – wydatkach, nie analizując tego, jaką korzyść przynoszą inwestycje w muzykę i nie dążą do tego, aby korzyść tą maksymalizować. Tymczasem okazuje się, że redukcja wydatków może być pozorna. Złe dobrana muzyka przyczynia się do spadku korzyści z niej płynących i w efekcie końcowym cała operacja będzie pozbawiona sensu ekonomicznego. Pamiętajmy, że muzyka wpływa nie tylko na nastroje klientów, ale także na pracowników. Słuchanie tych samych

Royalty Free Music – czy to się opłaca?

uwzględnia też opłatę za odtwarzanie i zrzeka się jej dalszego pobierania. W praktyce więc zwolnienie od opłaty oznacza, że wynagrodzenie za powyższe prawa płaci się jednorazowo w cenie płyty. Jako że praktycznie żaden znany i popularny artysta, autor i kompozytor nie zrzeka się swoich praw w ten sposób, RFM oferuje muzykę, która nie jest obecna w mediach i powszechnie znana, natomiast nagrana jest zazwyczaj przez anonimowych artystów.

Specjaliści do spraw audio marketingu zaznaczają, że z tego rozwiązania korzysta się wyłącznie w charakterze wypełnienia ciszy, bez wpływania przez nią na atmosferę lokalu i skłonność klientów do dłuższej obecności i zakupów. Muzyka RFM nie buduje wizerunku firmy, pełni głównie funkcję wyciszającą. Do tego celu używają jej na przykład organizatorzy

zniechęcić do przebywania w miejscu, w którym jest odtwarzana. Warto pamiętać też, że kupując jedną płytę kupujemy zaledwie kilkadziesiąt minut muzyki. Jeśli nie chcemy wciąż słuchać tych samych nagrań, musimy kupić więcej płyt, a to podważa ekonomiczny sens inwestycji w RFM.

Z punktu widzenia firmy, która wykorzystuje muzykę w prowadzonej przez siebie działalności ważne jest, by nie była ona anonimowa, żeby coś za nią stało, żeby wywoływała odpowiednie skojarzenia. Jej klienci muszą identyfikować firmę z muzyką i siebie z firmą. Tylko wówczas będą mieli ochotę korzystać z jej usług. Nagrania Royalties free nie mogą wywołać takich efektów, gdyż nie istnieją w wyobraźni klientów. To nie są hity, nie usłyszymy na nich nagrań popularnych piosenkarzy, ani żadnej znanej nam obecnie czy

nagrań na okragło wprowadza w stan rozdrażnienia i obniża efektywność pracy.

Michał Marchocki zauważa, że po nagraniu Royalties free sięgają Klienci, którym zależy na oszczędności: Royalty free music przez większość przedsiębiorstw traktowana jest jako ostateczność. Zeszłoroczny kryzys spowodował, że część firm zdecydowała się na ten rodzaj muzyki. Kupowali, jedną lub dwie płyty, ale szybko stwierdzali, że takie rozwiązanie jest na dłuższą metę bardzo uciążliwe i rezygnowali z niego przy pierwszej nadarzącej się okazji. Użytkownikom muzyki zależy bowiem na tym, by dzięki niej wytworzyć odpowiedni klimat i atmosferę, a przy pomocy płyt Royalties free nie uda się tego osiągnąć.

Decyzję o tym jaką muzykę dobrać do swojej działalności



musi podjąć sam przedsiębiorca. Przed wyborem warto jednak przemyśleć plusy i minusy dostępnych rozwiązań i w rachunku ekonomicznym uwzględnić zarówno wydatki, jak i korzyści, pamiętając o tym, że w zamian za konieczność wnoszenia opłat na rzecz ZPAVu, ZAiKSU i innych organizacji zyskuje się prawo wyboru tego, co jest grane i wpływania w ten sposób na samopoczucie klientów. Warto z tej możliwości skorzystać i postarać się, by muzyka nie tylko brzmiała, ale i pracowała.

Michał Skierski

Nadejście wiosny i myśl o lecie skłania nas zwykle do poprawy kondycji fizycznej. Zimą złapaliśmy kilka zbędnych kilogramów, a nasze mięśnie się rozleniwiły. Zapisujemy się więc na zajęcia na siłowniach i klubach fitness, by powrócić do dawnej formy. Instruktorzy, chcąc zachęcić nas do większego wysiłku, serwują nam muzykę pobudzającą zarówno nasze ciała, jak i umysły. Jak duże znaczenie ma muzyka podczas ćwiczeń? Jakie są kryteria doboru nagrań? Jaki rodzaj muzyki cieszy się największą popularnością? Sekrety dobrego podkładu muzycznego do ćwiczeń przybliży Sławomir Browarski z Muzyka Fitness oraz Karolina Ito, koordynator ds. fitness i instruktor w warszawskiej sieci klubów Gymnasion.

Jakie usługi firma Muzyka Fitness oferuje swoim klientom?

Sławomir Browarski: Główny obszar naszego działania to sprzedaż płyt z muzyką do zajęć fitness. Zajęcia ruchowe wymagają odpowiedniej oprawy muzycznej. Istotne jest, by zestawy wykorzystywane podczas ćwiczeń, nie zawierały przypadkowych utworów. Całość musi być spójna i współgrać ze schematami ćwiczeń. Dlatego powstają specjalne kompilacje dla instruktorów prowadzących zajęcia fitness. W Polsce nie ma jeszcze firm zajmujących się produkcją takich nagrań, postanowiliśmy więc wykorzystać lukę na rynku i nawiązaliśmy współpracę z kilkoma europejskimi, wyspecjalizowanymi firmami fonograficznymi.

zajęciami sportowymi. Modne stało się prowadzenie zdrowego trybu życia i aktywne wykorzystywanie czasu wolnego. Duża popularność klubów fitness przekłada się na rozwój całego rynku, w tym również na popularność naszej oferty.

Jaki rodzaj muzyki jest najczęściej wykorzystywany w klubach fitness? Czy możemy mówić o konkretnych artystach czy gatunkach szczególnie często wykorzystywanych podczas zajęć sportowych?

Ciężko jest wskazać konkretnych artystów lub gatunek muzyczny. Wpływają na to przynajmniej dwa czynniki. Po pierwsze, w klubach fitness jest bardzo duża różnorodność ćwiczących. Na zajęciach można spotkać zarówno

dzieła muzyki poważnej oraz utwory operowe. Zostały one tak zmiksowane, że z powodzeniem są wykorzystywane podczas zajęć fitness.

W jaki sposób piosenki są zamieszczone na płytach? Czy są posegregowane rodzajami, tempem?

Bywa różnie. Są płyty, na których znajduje się tylko muzyka z lat 60., 70., 80., 90., czy utwory tylko jednego artysty. Są one jednak mniej popularne niż składanki z różnorodnymi utworami, na których każdy ćwiczący może znaleźć coś dla siebie. Takie rozwiązanie ułatwia pracę instruktorom, dzięki temu nie muszą oni nosić ze sobą wielu płyt lub samodzielnie tworzyć zestawów. Przejścia między utworami są bardzo płynne, dzięki czemu prowadzący

Ruch w rytm dobrej muzyki

W jaki sposób zachęćcie Państwo klientów do korzystania z waszej oferty?

Skupiamy się głównie na promowaniu naszej firmy poprzez szkoły fitness. Zależy nam na nawiązywaniu kontaktów z profesjonalnymi instruktorami, ponieważ oni najlepiej rozumieją, jak istotny jest dobór utworów - ich rytmu, nastroju, czasu trwania - do konkretnych zajęć i ćwiczeń. Dobrą okazją do promocji naszych usług są także spotkania branżowe, takie jak konferencje, seminaria czy warsztaty szkoleniowe z dziedziny fitness.

Działacie Państwo na polskim rynku już od kilku lat. Czy w perspektywie czasu zauważacie zwiększenie zainteresowania waszymi usługami?

Od kilku lat obserwujemy rosnące zainteresowanie

nastolatki, jak i osoby dojrzałe. W związku z tym instruktorzy starają się dobrać taką playlistę, która odpowiadałaby jak największej grupie ćwiczących. Po drugie, każdy rodzaj zajęć wymaga innego typu muzyki, więc na oferowanych przez nas płytach znajdują się zarówno pozycje klasyczne, jak i najnowsze utwory z radiowych list przebojów

Muzyka klasyczna? Zwykle fitness kojarzymy z nowoczesną muzyką pop czy techno. Jakie zastosowanie podczas zajęć ma klasyka?

Instruktorzy często sięgają po płyty z muzyką klasyczną na początku zajęć, podczas stretchingu czy w czasie relaksacji po zajęciach. Można ją również wykorzystywać w czasie spokojniejszych zajęć typu body&mind, pilates czy postrual gym. Na naszych płytach znajdują się też

unikają przerw w zajęciach i problemów z nagłą zmianą rytmu.

Czy jest jakaś złota recepta na płytę fitness? Po czym poznajecie Państwo, że oferowana przez firmę płyta będzie cieszyła się mniejszym lub większym zainteresowaniem trenerów?

Hitem są zawsze płyty firmowane nazwiskiem znanych trenerów fitness. Umieszczane są na nich utwory często wykorzystywane podczas zajęć przez gwiazdy z tej branży. Autorytet nazwiska dobrego trenera podnosi wartość kompilacji w oczach nabywców. Te płyty bardzo często charakteryzuje duża uniwersalność. Znajduje się na nich muzyka wpadająca w ucho, przy której łatwo się ćwiczy, która ma umiarkowane tempo i dzięki temu można ją wykorzystać podczas różnego rodzaju zajęć.



TOP 20 Sklepy

1. KINGS OF CONVENIENCE - BOAT BEHIND
2. SADE - SOLDIER OF LOVE
3. NORAH JONES - CHASING PIRATES
4. FENOMENON - EVERYBODY WANTS TO RULE THE WORLD
5. THE AVALANCHES - SINCE I LEFT YOU
6. AIR - SING SANG SUNG
7. EMILIANA TORRINI - BIG JUMPS
8. THE DO - ON MY SHOULDERS
9. MAYER HAWTHORNE - JUST AIN'T GONNA WORK OUT
10. THE BIRD AND THE BEE - BIRTHDAY
11. JAMIE CULLUM - DON'T STOP THE MUSIC
12. LILY ALLEN - WHO'D HAVE KNOWN
13. ARCTIC MONKEYS - CORNERSTONE
14. CAMERA OBSCURA - FRENCH NAVY
15. BIRDIE - SIDEWALK
16. PREFAB SPROUT - EARTH, THE STORY SO FAR
17. PETE YORN/S. JOHANSSON - I DON'T KNOW WHAT TO DO
18. NOUVELLE VAGUE - ROAD TO NOWHERE
19. NOVIKA - FINALLY
20. CALVIN HARRIS - READY FOR THE WEEKEND



TOP 20 Centra Handlowe

1. MELANIE FIONA - MONDAY MORNING
2. ROBBIE WILLIAMS - YOU KNOW ME
3. LADY GAGA - BAD ROMANCE
4. PET SHOP BOYS - BEAUTIFUL PEOPLE
5. AGNES - I NEED YOU KNOW
6. NORAH JONES - CHASING PIRATES
7. PALOMA FAITH - NEW YORK
8. PIXIE LOTT - CRY ME OUT
9. CHERYL COLE - 3 WORDS
10. DAVID GUETTA & ESTELLE - ONE LOVE
11. MARIAH CAREY - I WANT TO KNOW WHAT LOVE IS
12. ALICIA KEYS - DOESN'T MEAN ANYTHING
13. MUSE - UNDISCLOSED DESIRES
14. MIŁOW - YOU DON'T KNOW
15. ARMAND VAN HELDEN - ANYWAY
16. KATE RYAN - EVIDEMENT
17. MORAND - COLORS
18. EDITORS - PAPILLON
19. CHIPMUNK - OOPSY DAISY
20. CHARLIE WINSTON - LIKE A HOBO



Sieć klubów fitness Gymnasion rozpoczęła swoją działalność w 1999 r. na warszawskim Ursynowie. Celem założycieli, było stworzenie marki, która przełamie stereotypy związane z siłownią. Dlatego pierwszy klub Gymnasion był przestronny i cechował go wyjątkowy, nawiązujący do starogreckich gimnazjonów wystrój wnętrza. Pomysł stworzenia nowej generacji klubu fitness okazał się celny i wkrótce zaczęły powstawać kolejne obiekty sieci. W miarę rozwoju zaobserwowano, że większość osób uczestniczących w zajęciach fitness to kobiety. To spostrzeżenie było podstawą do stworzenia klubów wyłącznie dla pań. Dziś Gymnasion jest siecią ogólnopolską, liczącą 24 kluby, z czego 8 dedykowanych jest kobietom.

Czy wraz z nadejściem wiosny zauważacie Państwo wzrost zainteresowania zajęciami sportowymi?

Karolina Ito: Oczywiście. Wystarczyło kilka cieplejszych dni i frekwencja, zarówno na siłowni jak i na zajęciach fitness, od razu się zwiększyła.

Trening z muzyką w tle

Nie mamy co prawda specjalnej oferty na tę porę roku, zachęcamy jednak klientów by zapisywali się na ćwiczenia cardio, gdyż dzięki nim najszybciej można zgubić zbędne kilogramy.

Jakie inne zajęcia są godne polecenia tym, którym po zimie przybyło kilka kilogramów?

Na początek proponujemy zajęcia ogólnorozwojowe, takie jak TBC, BS oraz zajęcia Stretching, których nie powinno zabraknąć w każdym planie treningowym. Jeżeli ktoś chce naprawdę szybko wrócić do formy, to sugerujemy zajęcia Power Pump lub Power Bike. Pierwsza forma to ćwiczenia ze sztangą, druga to jazda na rowerze stacjonarnym. Dla osób, które chcą zrobić coś dla ducha i ciała polecamy Jogę. Wszystkie wymienione przeze mnie zajęcia skierowane są zarówno dla pań jak i dla panów, i oczywiście wszystkie z tych zajęć odbywają się przy muzyce.

Jak ważnym elementem podczas ćwiczeń jest muzyka? Czy wg Państwa ma duży wpływ na klientów, pomaga w zajęciach sportowych?

Muzyka stanowi element wyposażenia klubu fitness, tak jak rowerki stacjonarne czy atlasy do ćwiczeń. Nie wyobrażam sobie klubu fitness bez muzyki. Duży nacisk kładziemy na odpowiedni dobór muzyki. Większość naszych klientów prowadzi bardzo aktywne życie zawodowe. Gdy popołudniami i wieczorami przychodzą do klubu fitness, potrzebują czegoś co ich pobudzi, co sprawi że odzyskają siły i energię, co spowoduje że będą mieli ochotę oderwać się od pracy i skoncentrować na ćwiczeniach.

W jaki sposób dobieracie muzykę? Bieriecie pod uwagę stopień zaawansowania grupy czy rodzaj ćwiczeń?

Tempo muzyki zależy przede wszystkim od rodzaju zajęć, a nie od tego na jakim poziomie zaawansowania jest grupa. Oczywiście dzielimy grupy zależnie od stopnia zaawansowania - wówczas łatwiej ćwiczącym wykonywać wszystkie polecenia instruktora i nie mylić kolejnych kroków. Muzyka dla wszystkich grup jest jednak zbliżona.

Czy u państwa w firmie jest osoba odpowiedzialna za dobieranie muzyki do poszczególnych typów zajęć? Z jakich źródeł pozyskujecie muzykę?

Za dobór muzyki odtwarzanej na siłowni odpowiada nasz dział marketingu. Natomiast muzykę wykorzystywaną podczas zajęć dobierają sami instruktorzy, korzystający z profesjonalnych dostawców. Im najłatwiej jest ocenić, jakie nagrania sprawdzą się i pobudzą ćwiczącą grupę. Muzyka jest bardzo ważnym elementem w klubie fitness, więc raczej nie korzystamy z ogólnodostępnych kanałów muzycznych. Nie możemy sobie pozwolić na przypadkowość wykorzystanych nagrań.

rozmawiała
Magdalena Fijołek



Mieszkańcy Trójmiasta, znudzeni zabawą ciągle w tych samych miejscach, mają od pewnego czasu do dyspozycji klub, który może być tam gdzie sobie tego zażyczą. GoPartyBus, bo to o nim mowa, jest autobusem przebudowanym na klub muzyczny z prawdziwego zdarzenia, z miejscem do tańczenia, lożą dla poszukujących odrobiny wyciszenia, barem oraz oczywiście profesjonalnym systemem muzycznym i świetlnym. W takim klubie na kółkach może doskonale bawić się do 30 osób - autobus może zabrać uczestników imprezy z dowolnego miejsca i odwiedzić ich, gdzie tylko będą sobie tego życzyć, po zakończonej zabawie.

Jakiego typu imprezy organizowane są w Państwa mobilnym klubie?

Organizujemy różne rodzaje imprez. Podstawą są oczywiście wieczory kawalerskie i panieńskie, ale nasze usługi popularne są również wśród osób organizujących urodziny, imprezy firmowe czy before&after party.

Gdy powstał projekt party busa, wydawało nam się, że nasza działalność zainteresuje głównie osoby w przedziale wiekowym 25-35 lat. Jednak już po pierwszym miesiącu funkcjonowania przekonaliśmy się, że bawić się w naszym autobusie chcą zarówno dwudziestolatkowie, jak i osoby po pięćdziesiątce.

Kilka miesięcy działalności pozwoliło nam również odkryć wiele nowych

Najczęściej jest to muzyka znajdująca się aktualnie na listach przebojów. Często klienci nie mają sprecyzowanych oczekiwań i na pytanie, jaką muzykę mamy przygotować, odpowiadają „Prosimy o coś nowego, coś czego się teraz słucha”. Dobrze przyjmowana jest również muzyka disco polo, której teksty - mimo, że oficjalnie nie posiadają społecznej aprobaty - znane są wszystkim Polakom.

Czy można zauważyć różnicę pomiędzy muzyką słuchaną przez Panie a tą, którą słuchają Panowie?

Nie ma większych różnic pomiędzy muzyką, o którą proszą Panie, a tą o którą proszą Panowie. Jeżeli mielibyśmy doszukiwać się różnic, to Panowie lubią polskie zespoły, natomiast Panie wolą artystów

Czy zdarzyło się kiedyś zorganizować wieczór panieński czy kawalerski bądź imprezę bez muzyki?

Na początku naszej działalności, podczas jednej z imprez urodzinowych, z przyczyn technicznych straciliśmy muzykę na kilkanaście minut. Nawet kwadrans przerwy potrafi skutecznie rozbić imprezę i gości nie zadowolili nawet najlepsze drinki i najlepsze sushi. Zabawa rozpoczęła się dopiero, gdy udało nam się pokonać problemy techniczne. Mimo początkowych trudności była to jedna z lepszych imprez jakie udało nam się zorganizować. Przekonaliśmy się również jak ważną rolę w naszej działalności odgrywa muzyka.

Czy mogą Państwo podać przykład jakiejś nietypowej imprezy, którą mieli Państwo okazję zorganizować?

Impreza na kółkach

obszarów, na których sprawdza się GoPartyBus. Zakładaliśmy, że będzie się on cieszył popularnością wśród osób organizujących wieczory panieńskie i kawalerskie. Tymczasem otrzymujemy od klientów pytania o możliwość zrobienia imprezy urodzinowej czy before party przed wyjściem do klubu. Odnotowaliśmy też pewne zainteresowanie firm, które myślały o organizacji imprez integracyjnych dla swoich pracowników. Pytania o coraz bardziej nietypowe imprezy powodują, że chcemy poszerzać swoją ofertę. Celem, który wyznaczaliśmy sobie na najbliższy czas, jest przedstawienie szerokiemu gronu firm naszej oferty imprez integracyjnych.

Podczas wieczoru panieńskiego czy kawalerskiego nie może zabraknąć muzyki. Jakiej muzyki najczęściej słuchają uczestnicy tego typu zabaw?

zagranicznych. Jest też jeden utwór, który jest hitem i obowiązkowym punktem każdego wieczoru kawalerskiego – to piosenka zespołu Big Cyc „Rudy się żeni”. Podobnie jest z piosenką „Matura” Czerwonych Gitar, obowiązkową podczas imprez w okolicach studniówki i matur.

Czy wiek klientów ma wpływ na rodzaj muzyki odtwarzanej w Państwa GoParty-Busie?

Młodzi ludzie lubią słuchać utworów aktualnie znajdujących się na listach przebojów. Lubią też hip-hop czy techno, które z kolei są nie do przyjęcia dla osób starszych. Muszę jednak przyznać, że osoby młode są otwarte i nowości słuchają równie chętnie jak przebojów z lat 80. i 90. Natomiast ludzie dojrzały lubią głównie muzykę z okresu swojej młodości.

Dotychczas organizowaliśmy w miarę typowe imprezy, choć mieliśmy już zapytanie o możliwość organizacji przyjęcia rozwodowego. Choć z drugiej strony wszystkie nasze imprezy możemy uznać za niesztampowe, gdyż odbywają się w autobusie stale krążącym po Trójmieście.

Jesteśmy pierwszą firmą, która oferuje tego typu usługi w Trójmieście i kolejną w Polsce. Pionierem na rynku był Klubobus, który od kilku lat jeździ ulicami Warszawy. To, co oferujemy jest zupełną nowością, więc organizatorzy imprez tym chętniej zaskakują znajomych nowatorskim pomysłem wynajęcia GoParty-Busa.

rozmawiała
Anna Jaśkielewicz



Związek Producentów Audio Video jest stowarzyszeniem producentów fonogramów i wideogramów. ZPAV powstał w 1991 roku z inicjatywy osób z branży muzycznej, przede wszystkim w celu reprezentowania interesów legalnych producentów w obliczu piractwa fonograficznego, które na początku lat 90. sięgało 95 proc. ZPAV posiadając zezwolenie Ministerstwa Kultury oraz Dziedzictwa Narodowego chroni praktycznie wszystkich producentów nagrań funkcjonujących na polskim rynku.

ZPAV jest polską Grupą Krajową Międzynarodowej Federacji Przemysłu Fonograficznego (IFPI), która zrzesza i reprezentuje światowy przemysł muzyczny (ponad 1400 firm w 76 krajach).

Wydawca:

Związek Producentów Audio Video

Ul. Kruczkowskiego 12 m 2, 00-380 Warszawa

tel. (+48.22) 622 92 19, 625 45 16

fax. (+48.22) 625 1661

e-mail: ozz@zpav.pl, www.zpav.pl

Projekt graficzny: Igor Chołda, www.aqualoop.com

Fotografie: Gymnasion Sp. z o.o., Impro-Party Bus s.c., iStockphoto

©ZPAV, 2010