

INTERVJU: Mag. Iztok Bricl, direktor Gospodarskega razstavišča

Zaživeli smo kot sodoben prireditveni center

Še pred nekaj leti se je govorilo, da Gospodarsko razstavišče ni primerno za organizacijo sejmov, ker je zaradi lege v središču mesta premalo dostopno in nima dovolj možnosti za širitev. Nekateri so že iskali lokacijo za novo sejmsko središče na obrobju Ljubljane. Ko pa je vodenje Gospodarskega razstavišča prevzel mag. Iztok Bricl, se je tok dogodkov kar naenkrat povsem obrnil. Sejmi so zaživeli v novi podobi in dobili nov zagon, center je postal zanimiv za organizatorje kongresnih in drugih dogodkov, prava poživitev pa so tudi potujoče razstave. Z mag. Briclom smo se pogovarjali, kako mu je to uspelo in kakšni so načrti Gospodarskega razstavišča.

Novembra letos bodo za vami že štiri leta, odkar ste prevzeli vodenje Gospodarskega razstavišča. Kako ste zadovoljni z napredkom podjetja v teh štirih letih?

V štirih letih nam je uspelo blagovno znamko Gospodarskega razstavišča kot največjega prireditvenega centra v Sloveniji narediti prepoznavno. O nas se danes skorajda vsak dan piše in govori v medijih in drugod. Ne le o sejmski dejavnosti, ki je bila nekdanj najbolj značilna za Gospodarsko razstavišče, ampak tudi o kongresih, poslovnih konferencah, ki se pri nas odvijajo v organizaciji kongresnega oddelka, pa tudi o drugih dogodkih – poimenovali smo jih GR Events –, s katerimi se pojavljamo v javnosti. To so razne zabavne prireditve, druženja, sprejemi, koncerti – od tistih z jugonostalgicno glasbo do elektronske glasbe – in drugi dogodki. Eden naših največjih uspehov pa so svetovne potujoče razstave. S polnim tempom smo torej zaživeli kot sodoben prireditveni center, in to se mi zdi najpomembnejše. Za vse to so bile potrebne strateške, kadrovske-organizacijske pa tudi tehnične spremembe. Ponudbo oziroma storitve Prireditvenega centra Ljubljana smo označili v sejmsko in kongresno dejavnost ter v tako imenovane dogodke in doživetja. Komercialni del dopolnjuje tehnična ekipa z intenzivno promocijo v trženju in piaru, vsi trije segmenti pa gradijo prireditve od samih začetkov skozi vse faze do konca.



Foto: Metelja Jurečič/Petračnik

»DA za vse in VSE se da« je dnevno gorivo za pogon naših ekip,« pravi mag. Iztok Bricl, direktor Gospodarskega razstavišča.

Kolikšen delež prihodkov ustvarite z vsakim izmed treh programov?

S sejmsko dejavnostjo ustvarimo dve tretjini prihodkov, z zunajsejmsko pa preostalo tretjino.

V katerem segmentu vidite v največ priložnosti za nadaljnjo rast?

V vseh. Vsi trije so enako pomembni in komplementarno zaokrožujejo ponudbo prireditvenega centra. »DA za vse in VSE se da« je dnevno gorivo za pogon naših ekip. V sejmski dejavnosti obstoječe sejme v naši organizaciji posodabljamo z novimi vsebinami, pri čemer sledimo zadnjim trendom in razvijamo spremljevalni program, ki je dodana vrednost za obiskovalce. Sejmom Ambient Ljubljana,

Dom, Alpe–Adria: Turizem in prosti čas ter Narava-zdravje smo dodali še Ljubljanski obrtno-podjetniški sejem, obudili pa smo tudi nekdanj zelo priljubljeno prireditve Vino Ljubljana – mednarodno ocenjevanje vin ter vinski sejem. Raziskujemo tudi možnosti za nove specializirane sejme, ki bi pritegnili poslovno ali pa tudi širšo javnost.

Ljubljana postaja vse bolj prepoznavna destinacija tudi v mednarodni industriji srečanj. Gospodarsko razstavišče je za kongrese idealno središče. Z dogodki pa postajamo tudi središčna točka za številna družabna srečanja. Ljudje se radi vračajo na Gospodarsko razstavišče, prisluhnejo glasbi v živo ali kulturno-zabavnemu programu, se družijo in zabavajo v prijetni, trendovski atmosferi. V prizadevanjih za razvoj vseh treh dejavnosti tudi dejansko uresničujemo svoj motivacijski slogan 365 dni dogajanja! Letno nas obišče več kot 400 tisoč ljudi.

Kako ocenjujete poslovanje v letošnjem prvem polletju in kakšni so načrti do konca leta?

Glede na gospodarsko krizo, ki nas vse spremlja že nekaj let, smo lahko zadovoljni. Prireditve v naši organizaciji, ne le sejmi, tudi razni dogodki, predvsem pa razstave, ostajajo dobro obiskane. Na primer koncerti, kot so Oliver Dragojevič, Massimo, Tereza Kesovija, klubski dogodki z elektronsko glasbo ..., pa prireditve zunanjih organizatorjev, na primer Mednarodna razstava psov, Conventa – poslovna borza kongresnega turizma. Maja smo gostili medijsko središče za evropske parlamentarne volitve. Tudi sicer se pogosto na nas obračajo politične stranke za svoje kongrese in druga srečanja, prav tako tuja diplomatska predstavništva za svoje prireditve. Zelo odmeven v zadnjem času je bil Dan Japonske. Poleti smo gostili odmevno svetovno skavtsko konferenco s 1.200 udeleženci in kongres evropskega združenja agrarnih ekonomistov s 700 udeleženci, 22. in 23. septembra bo pri nas letna konferenca največjega britanskega turističnega združenja ABTA.

Novo, jesensko sezono smo odprli s 50. mednarodnim vinskim sejmom. Trenutno poteka pri nas

Otroški bazar v organizaciji Proeventa. Petindvajseti Ambient Ljubljana bo od 7. do 12. oktobra. Največji sejem notranje opreme med Milanom in Dunajem ponuja kar nekaj novosti. Najpomembnejši sta Teden oblikovanja ter sodelovanje tujih ambasad na njem – naj omenim nizozemsko in italijansko – obe državi se na področju oblikovanja in arhitekture uvrščata v sam svetovni vrh. Teden oblikovanja Design Week je projekt Gospodarskega razstavišča in Zavoda Big, ki skupno promovirata prireditve v okviru Ambienta in Meseca oblikovanja. Na sejmu bomo petim razstavljalcem podelili priznanja za najbolj inovativno in oblikovalsko dovršene izdelke TOP 5 in jih posebej izpostavili. Vse bolj odmevna postaja razstava in borza Top ideje, ki se tokrat predstavlja prvič, tudi z mednarodno udeležbo mladih oblikovalskih navdušencev. Seveda sejmi so in ostajajo nepogrešljivo srečanje v živo. Ne ponujajo predmetov v virtualni podobi ali naučenega svetovanja prodajalcev iz trgovskih centrov, ampak svetovanje v živo, pa tudi pregled nad konkurenco. Sejmem Narava-zdravje premikamo tokrat v sredo novembra. Njegove vsebine s trendovskih področij zdravega življenjskega sloga privabijo številne obiskovalce, ki jih zanimajo izdelki in storitve z atributi ekološki, trajnostni, zdravi, alternativni ... Sejem je tudi prodajen, predvsem pa pravi maraton delavnic, svetovanj, predavanj s področij prehrane, zdravja, gibanja, velnesa, naravne kozmetike ter zelenege sobivanja. Med letošnjimi poudarki naj omenim lokalno samooskrbo, urbano vrtnarjenje, zelišča, varčevanje z naravnimi viri, kot zanimivost pa pripravljamo tudi nekakšno zgodbo o vsestranski uporabi konoplje. Dobrodelni prodajni Sila Bazar, ki ga organizirajo soproge diplomatov v društvu Sila, privabi konec leta izjemen obisk.

Prejšnji teden je v Ljubljani po 12 letih znova potekal mednarodni vinski sejem z mednarodnim ocenjevanjem vin, ki ste ga izpeljali junija. Zakaj ste se odločili za oživitve tega sejma in kakšen organizacijski podvig je bil to? Kakšni so načrti s tem sejmom v prihodnje?

Vino Ljubljana je prireditve z dolgo tradicijo, na katero smo na Gospodarskem razstavišču ponosni. Združuje dva dogodka – 56. Mednarodno ocenjevanje vin ter 50. Mednarodni vinski sejem. Prireditve ima bogato zgodovino, predvsem pa ugled, ki si ga je v svetu pridobila z mednarodnim ocenjevanjem vin, enim najstarejših na svetu. Mednarodna organizacija za trto in vino (OIV) iz Pariza je že na samih začetkih prevzela pokroviteljstvo nad njim ter ga s svojim doslednim upoštevanjem njegovega pravilnika dala za zgled preostalim ocenjevanjem. Tudi zato in pa zaradi tisočletne vinske tradicije je OIV leta 1987 podelil Ljubljani naziv mesto trte in vina. S prireditvijo Vino Ljubljana želimo prispevati h kulturi pitja vina doma in po svetu, prav tako z

nekdanj tako priljubljenim Vinskim sejmom. Vino smo na zabaven način predstavili v kontekstu kulinarike, predvsem s Festivalom okusov, z znanimi osebnostmi, ki so same izbirale kombinacije vina in hrane. Ves čas so potekale razne degustacije, vina je bilo mogoče tudi kupiti. Tudi v prihodnje si želimo pritegniti k ocenjevanju še več vinskih vzorcev, prireditvi povrniti ugled, vinski sejem pa povzdigniti v obvezen dogodek na koledarju večine Ljubljančanov po vrnitvi s poletnih počitnic. Še bolj bi radi prireditve povezali z mestom, saj je vinski sejem lahko zanimiv tudi za številne turiste.

Na Gospodarskem razstavišču se je zvrstilo nekaj zelo odmevnih kongresov in podobnih dogodkov. Čez poletje ste gostili skavte z vsega sveta, potem agrarne ekonomiste, septembra bo med drugim tudi letna konferenca največjega britanskega turističnega združenja. Kako vam uspe pridobiti vse te dogodke, s čim prepričate organizatorje?

Kot sem že omenil, imamo visoko motivirano ekipo, večnamenske dvorane, odlično lokacijo v mestu. Udeležujemo se mednarodnih borz, smo člani Zavoda Kongresnoturistični urad Ljubljana in skupine, ki skupaj s Turizmom Ljubljana skrbi za Ljubljano kot kongresno destinacijo.

Bi bilo morda treba v Ljubljani kaj spremeniti, da bi dobili še več takšnih dogodkov?

Predvsem letalske povezave z Evropo in svetom. Nedostopnost je pogosto argument, ki pretehta v korist drugih konkurenčnih kongresnih destinacij.

Veliko pozornosti so bile deležne tudi svetovne potujoče razstave. Kako ste zadovoljni z obiskom teh razstav?

Veseli nas, da Gospodarsko razstavišče, še zlasti ob letošnji 60-letnici obstoja, postaja vse bolj prepoznavna postaja – razstavišče v pravem pomenu besede – za odmevne svetovne razstave. Razstava Razgaljena telesa je v pol leta privabila 80 tisoč obiskovalcev, razstavo Genij – da Vinci je v sedmih mesecih obiskalo 68 tisoč ljudi, letošnjo razstavo Ameriškega naravoslovnega muzeja iz New Yorka Možgani – zgodba od znotraj pa si je v dobrih treh mesecih ogledalo skoraj 40 tisoč ljudi, kar je glede na poletni čas oziroma počitnice izjemno. Za vse te razstave je značilno, da jih snujejo v mednarodnih krogih, so potujoče, interaktivne, zabavno poljudne ter zanimive za vse generacije, tudi za organizirane obiske šol. Še zlasti pri zadnji smo z društvom Sinapsa, slovenskim društvom za nevroznanost, razvili vrsto delavnic in predavanj, ki so razstavo dodatno obogatila. Izjemno dodelano trženje s privlačnimi pristopi k različnim ciljnim skupinam, dobra promocija in izčrpane predstavitev vsebin razstav v medijih pa so najboljšje priporočilo za obisk.

Morda že veste, kdaj bomo znova gostili kakšno takšno razstavo?

Predvidoma konec marca prihodnje leto si prizadevamo pripeljati izredno zanimivo, skoraj šokantno razstavo. A o naslovu še ne morem govoriti, dokler ne bomo vsega potrdili z lastniki.

Kakšna ekipa zaposlenih stoji za organizacijo vseh teh dogodkov?

Na Gospodarskem razstavišču je zaposlenih 27 ljudi, z nami pri posameznih projektih redno sodeluje še nekaj zunanjih. Znani smo po tem, da naše ekipe delujejo zavzeto, visoko motivirano, predvsem pa profesionalno, o čemer pričajo številne reference predvsem z odmevnih mednarodnih kongresov.

V tem času se nam je uspelo intenzivneje odpreti tudi v tujino. Včlanili smo se v mednarodne stanovske organizacije, ki skrbijo za našo promocijo, kjer se izobražujemo ali pa preprosto povezujemo, zato da smo »in«. Kongresna ekipa obiskuje mednarodne borze v Londonu, Barceloni, Frankfurtu in drugje. Sejmske ekipe prav tako sledijo dogajanju na sejmi doma in v tujini.

Veliko ste storili tudi pri prenovi same infrastrukture na razstavišču. Koliko denarja ste vložili v to?

Gospodarsko razstavišče je bilo treba v tem času tudi posodobiti. To pomeni vlaganja v tehnično opremo, druge storitve, ki jih ponujamo, in v same dvorane. Prednost naših dvoran je, da so večnamenske, hkrati pa fleksibilne, večina jih ima dnevno svetlobo, sprejmejo pa od nekaj deset do več tisoč ljudi, odvisno od prireditve. Postavili smo označevalni sistem, ki je optimalno prijazen do raznolikih obiskovalcev naših prireditvev. Prenovili smo paviljon Jurček in ga kot glavni vhod na GR preoblikovali v sodobno sprejemno dvorano z dnevno kavarnico, ki v času prireditve lahko ponuja še blagajne, recepcijo, novinarsko središče, razstavo in še kaj. Gostinska veriga Kaval Group pa je v spodnji etaži odprla pivnico Paviljon, ki je odprta vse dni v tednu, poleti tudi zunaj pred fontano Urška in Povodni mož. V prenovi razstavišča smo vložili 500 tisoč evrov.

Vaš moto je 365 dni dogajanja! Kaj vse še načrtujete v prihodnje?

Na ploščadi ob Dunajski cesti trenutno prenavljamo stolp, ki bo z dvema LED-zaslonoma v prihodnje namenjen oglaševanju. Za Gospodarskim razstaviščem načrtujemo garažno hišo s sodobno večnamensko dvorano. Z njo bi se izognili prometni gneči pa tudi prostorski stiski na naših največjih prireditvah. Manjše in večje prireditve še vedno snujemo v enakem motivacijskem tempu.