

V Las Vegasu več poslovnih turistov kot igralcev na srečo

F ŠPELA MIKUŠ
speela.mikus@finance.si

Kongresni turizem Sloveniji na letni ravni navrže približno 500 milijonov evrov. Koliko pa v tujini? V Veliki Britaniji je leta 2011 kongresni turizem pomenil 2,9 odstotka BDP, v Las Vegasu v ZDA, denimo, pa se je izkazalo, da več gostov tja pride zaradi kongresov, konferenc in poslovnih srečanj kot pa zaradi iger na srečo.

Raziskava podjetja Meeting Professionals International je za leto 2011 pokazala, da je bila kongresna industrija v Veliki Britaniji na 17. mestu med stotimi industrijami. Britanskemu BDP je prinesla nekaj

več kot 58,4 milijarde funtov (okoli 70 milijard evrov), to je približno 2,9 odstotka BDP. Udeleženci kongresov in sestankov so zapravili nekaj manj kot 40 milijard funtov (blizu 48 milijard evrov). Največ sestankov in kongresov je bilo v Londonu, je še pokazala raziskava.

Organizacija Visit Denmark pa je za Dansko izračunala, da jim je leta 2010 poslovni turizem prinesel nekaj manj kot 2,8 milijarde evrov. A večino so prinesli domači kongresi. Tuji organizatorji so danskemu turizmu navrgli nekaj manj kot 470 milijonov evrov. Kongresna industrija je leta 2010 na Danskem ustvarila 1,4 odstotka vseh služb in v BDP prispevala en odstotek.

Poslovni turizem v ZDA ustvarja milijone služb

Poslovni turizem je ameriškemu BDP leta 2009 prinesel nekaj več kot 330 milijard evrov, ustvaril pa je 6,3 milijona služb, je pokazala raziskava PwC, v katero so bili vključeni kongresi, korporativni sestanki, konvencije, konference. Istega leta je bila industrija kongresnega turizma po prihodkih pred avtomobilsko in tudi pred igralniško industrijo. Samo konvencije v Las Vegasu je leta 2012 obiskalo okoli pet milijonov ljudi. Kot je za to leto pokazala raziskava Las Vegas Convention and Visitors Authority, je devet odstotkov vseh obiskovalcev tega ameriškega mesta prišlo zaradi sestankov, konvencij ali kongresov. Osem odstotkov pa jih je prišlo zaradi iger na srečo.



■ V Las Vegasu je bilo leta 2012 pet milijonov poslovnih turistov.

Kako se obleči za poslovne dogodke

F ALEŠ ČAKŠ
ales.caks@finance.si

Kongresne prireditve so najpogostejše v hotelih, velikokrat zunaj mestnih središč. Temperature v hotelih so ponavadi visoke, kongresne dvorane pa postanejo med predavanji še toplejše. Kako se primerno obleči za kongresne in druge poslovne dogodke?

Oblečila iz debelih, zelo toplih tkanin, škornji, čevlji z debelimi podplati, tople pletenine ne pridejo v poštev, razlaga svetovalka za kulturo oblačenja Lea Pisani. »Priporočljivo je, da or-

ganizatorji na vabilih pripišejo raven oblačenja, zlasti če je dogajanje raznoliko - od rekreativnih do formalnih in slovesnih dogodkov.«

Sproščeno ali smart casual
Najpogostejša zapoved oblačenja za udeležence kongresov, seminarjev, konferenc je sproščeno ali smart casual. »Sproščeno pa še ne pomeni, da oblečila niso elegantna. V smart casual ne sodi klasičen suknjič, prav tako ne kavbojke. Oblečil 'vmes' pa je veliko: krilo, hlače iz različnih tkanin v kombinaciji z majico ali bluzo, suknjiči, ki so neformalni - lahko so usnjeni, žametni.« Za moške, pravi Pisanijeva, so primerne raz-

lične vrste hlač, srajce z dolgi rokavi ali polo majice brez sporočilnih napisov. Bolj formalno bo udeleženec videti, če bo od glave do pet v eni barvi. Pri izbiri tkanin naj bodo pozorni, da se te ne mečkajo, čevlji naj bodo usnjeni. Bolj formalne so še tkanine brez vzorcev, najmanj formalni pa so sporočilni napisi.

Tudi v večernih urah je videz lahko sproščen, neformalen. »A pogosto so na kongresih različne večerne slovesnosti, koncerti, podelitve nagrad. Za te priložnosti naj ženska izbere koktajl obleko, to je tista mala črna obleka v nešteto različicah, pa tudi krilo in črno ali svetlikajočo se majico, elegantnejše hla-



Sproščeno pri oblačilih še ne pomeni, da ta niso elegantna.

■ Lea Pisani, svetovalka za kulturo oblačenja

Ženske manj formalne od moških

Ženske na vodstvenih delovnih mestih so si vzele pravico, da so oblečene precej manj formalno kot moški, navaža Pisanijeva. Opustitev oblačenja v slogu temna obleka ali formalna poslovna obleka je stvar evolucije, in kot kaže, so ženske bolj pogumne od moških, je pa res, dodaja sogovornica, da imajo večjo izbiro oblačil kot moški. A tudi zato ženske naredijo več napak v oblačenju in so večkrat kot moški neprimerno oblečene. Bolj sproščeno oblačenje je namreč bolj zahtevno kot formalno. »Zahteva več modnega znanja, več truda in časa.«

10/80/10

Tudi pri poslovnem oblačenju velja model 10/80/10. Kaj pomeni? »Deset odstotkov ljudi je oblečenih zelo primerno in so zgled drugim.« Prilaganje poslovnemu kodeksu oblačenja, tako pojasnjuje Pisanijeva, jim je samo po sebi umevno. Oblečejo se za poslovno priložnost, ki jo imajo na urniku, in ne tako, kot se pač zjutraj počutijo. Osemdeset odstotkov ljudi se obleče bolj ali manj primerno, njihova oblečila so sicer manj kakovostna. Recesija je naredila svoje. »Velikokrat je njihovo podoba odvisna od počutja, kar ni dobro, bolj bi se morali potruditi za poslovni videz. Deset odstotkov pa jih je vselej težavnih: izbirajo povsem neprimerna oblečila, čevlji so umazani, pogosto tudi ne skrbijo za osebno higieno.«

Ne pozabimo, opozarja Pisanijeva, da je obleka tudi del poslovne kulture, ki lahko vpliva na večjo samozavest posameznika, ki je v poslu pomemben dejavnik.



■ Sproščena eleganca



■ Sodobna neformalna klasika

če in slovesnejši zgornji del - rjava in siva barva nista zaželeni, škornji odpadejo. Moška obleka je temna, črna ali temno modra, z belo srajco in neizstopajočo kravato. Če je večerni dogodek bolj neformalen, razlaga Pisanijeva, lahko moški obleče črne hlače, belo ali črno srajco, črne usnjene čevlje ali majico s suknjičem. Obleka ni obvezna.

Pazljivo z dodatki

Modni dodatki, tako pravi modna svetovalka, govorijo o našem slogu oblačenja. »Nekatere ženske denimo prisegajo samo na zlato. Te vedno spodbujam, naj vendarle izberejo tu-

di imitacijo zlata. Nakit je tisti, s katerim lahko tudi uspešno kršimo (stroga) pravila; ženske si lahko nadenejo več prstanov, prevelike uhane in opazno torbico. A, jasno, vse v zmerni količini in brez kričočih izpadov.

Drznost ni za vsakega. »Ugotavljam, da vodstveni delavci vse bolj iščejo samosvoj slog, posebne kose oblačil in nenavadne dodatke. Bolj poznajo kulturo oblačenja, lažje kršijo pravila. Manjša provokacija jih,« pravi svetovalka za kulturo oblačenja, »lahko naredi bolj človeške, bolj posebne, nekonvencionalne.«



FREE  

V osrčju Ljubljane...

... lahko v City hotelu uporabite izvrstno formulo:

soba superior
+ brezplačni WiFi
+ pozna odjava

Cena sobe standard

kreativno okolje
+ jutranja kava
+ sladko presenečenje

Naročilo dogodka v City konferenčnem centru

Ponudba velja za bivanje in dogodke do 31.3.2014. Pokličite nas ali nam po e-pošti zaupajte vaše želje. Pripravili bomo ponudbo, ki bo presegla vaša pričakovanja.

sales@cityhotel.si • www.cityhotel.si • T. 01/239 00 00