



# JAK DOSTOSOWAĆ ROZWIĄZANIA MULTIMEDIALNE DO WYDARZENIA?

## ZAPLANUJ OPRAWĘ WIZUALNĄ KORESPONDUJĄCĄ Z EVENTEM

### Z artykułu dowiesz się:

- ✓ Od czego zacząć planowanie oprawy wizualnej wydarzenia.
- ✓ Jak miejsce determinuje zastosowane technologie.
- ✓ Jakie informacje są niezbędne do planowania techniki eventowej.
- ✓ O czym pamiętać, tworząc harmonogramy pracy dla ekip technicznych.
- ✓ Co daje technologia w konkretnych formatach eventowych.

Tekst: Dominika Borawska

### „ZRÓB TAK, ŻEBY BYŁO DOBRZE”, „MUSI BYĆ EFEKT WOW”, „ZASKOCZ MNIE”...

Większość osób pracujących w branży eventowej zapewne słyszała te stwierdzenia na spotkaniach z klientami, a być może niekiedy sama była ich autorem. W internecie i rozmowach kularowych występują jako „branżowe memy”, ale czy tak naprawdę są to nietrafne stwierdzenia? Trzeba przyznać, że bardzo jasno komunikują efekty, na jakich zależy ich autorom. Jednak druga, gorsza, strona medalu jest taka, że nie zawierają najdrobniejszych wskazówek, na których adresat może się oprzeć, aby zaskoczyć, zrobić tak, żeby było dobrze, i to jeszcze wszystko z efektem WOW. Oczywiście na podstawie tak ogólnych stwierdzeń można przygotować propozycje oprawy wizualnej, ale czy ma to sens? Według mnie najmniejszego.

### OD CZEGO ZACZAĆ PLANOWANIE OPRAWY WIZUALNEJ?

Umiejętne poprowadzenie rozmowy, zadawanie pytań, często wydawałoby się oczywistych, pozwala nam na wypracowanie pewnej podstawy, na bazie której możemy zacząć pracować, a nie jedynie domyślać się, „co autor miał na myśli”.

Planując oprawę wizualną wydarzenia, warto już od samego początku pracować ze specjalistami, którzy mają wieloletnie

doświadczenie w kreowaniu multimedialnych i oświetlenia podczas eventów. Propozycja oprawy wizualnej jest wypadkową briefu klienta, jego potrzeb, możliwości i ograniczeń, wynikających z charakteru miejsca i harmonogramu całego wydarzenia. Zastosowanie najnowszych technologii nie powinno być celem samym w sobie. Zastosowanie konkretnych rozwiązań zawsze musi mieć swoje uzasadnienie w scenariuszu i charakterze eventu.

Im więcej informacji agencja eventowa dostarczy swoim podwykonawcom na pierwszym etapie pracy nad technologiczną stroną eventu, tym lepiej, jednak często dokładny opis miejsca, scenariusz eventu, harmonogram są cenniejszą wiedzą dla techniki eventowej niż informacja o rozdzielczości diody, jaką agencja chce wypożyczyć.

Osoby odpowiedzialne za technikę eventową analizują wszystkie informacje przekazywane przez klienta pod kątem technicznym. Dzięki temu potrafią zweryfikować oczekiwania klientów, a tym samym zaproponować satysfakcjonującą koncepcję oprawy wizualnej.

### OPOWIEDZ MI COŚ O... SWOIM EVENCIE

Niezależnie, o którym z elementów eventu mówimy, planowanie oparte na faktach jest jego podstawą. Nie należy się dziwić, że podczas pierwszych spotkań organizator wydarzenia czy agencja eventowa zostają zasypani pytaniami od techników eventu. To te pytania i odpowiedzi (prawie jak drzewo myślenia logicznego) tworzą



Foto: Oskar Kutryb CutRB

oprawę wizualną wydarzenia i pozwalają wybrać najbardziej odpowiednie rozwiązanie.

Jakich pytań należy się spodziewać? O to przykłady kilku podstawowych i kilku bardziej szczegółowych pytań.

#### Pytania podstawowe:

1. Czy wydarzenie jest outdoorowe, czy indoorowe?

Otoczenie eventu determinuje zastosowane technologie – nie wszystkie urządzenia są odporne na działanie warunków atmosferycznych (określa to współczynnik IP urządzenia). Natomiast moc innych nie pozwala na ich stosowanie w pomieszczeniach zamkniętych.

2. Gdzie, kiedy i o której godzinie planowany jest event?

Informacje niezbędne z punktu widzenia logistyki eventu (dostarczeniu sprzętu, transportów etc.). Jednocześnie nie wszystkie rozwiązania dobrze się sprawdzą w jasnych przestrzeniach lub podczas całonocnych wydarzeń.

3. O jakim formacie eventu mówimy?

Format eventu określa, jakie funkcje nasza technologia będzie spełniać.

4. Czy jest coś, na czym szczególnie zależy klientowi końcowemu (oprócz efektu WOW)?

Pytanie klucz, które ukierunkowuje dalszą rozmowę i kreuje serię kolejnych, bardziej szczegółowych pytań.

5. Czy organizator posiada plany techniczne miejsca?

Każdy obiekt ma swoje mocne i słabe strony. Znając jego techniczny potencjał i ograniczenia, kreacja oprawy eventu będzie oparta na faktach i realnych możliwościach.

6. Kto będzie pracował nad contentem i kiedy będzie on gotowy?

Tylko prawidłowe połączenie technologii z contentem pozwala osiągnąć pożądany efekt. Zawsze należy pamiętać, że te dwa elementy muszą być tworzone w harmonii. Co to znaczy w praktyce? Jeżeli chcemy uzyskać efekt 4K, to nie tylko sprzęt musi spełniać te wymogi, ale również grafiki muszą być zrealizowane w odpowiedni sposób. Jeżeli chcemy zrobić mapping, to grafiki muszą uwzględniać elementy architektoniczne lub scenograficzne, inaczej uzyskany efekt nie będzie przedstawiał gębi.

#### Pytania szczegółowe:

1. Jaki jest czas na montaż i demontaż?

Planując technikę eventową, często szczegółowo omawia się montaż, próby, a demontaż jest traktowany jako coś już „po”, a więc i koncentracja na nim jest mniejsza. Dla firm technicznych ta informacja również jest ważna, ponieważ definiuje nie tylko samą koncepcję, ale również plan pracy ekip technicznych.

2. Jaki jest harmonogram pracy poszczególnych ekip technicznych?

Im lepiej „poukładana” będzie współpraca między różnymi ekipami, tym sprawniej przebiegać będą prace.

#### CO DAJE TECHNOLOGIA W KONKRETNYCH FORMATACH EVENTOWYCH?

Technika eventowa, niezależnie od formatu wydarzenia, spełnia kilka zadań podczas eventu. Kluczowe jest uzyskanie efektu WOW, przez wzbudzenie pozytywnych emocji i doznań u odbiorców oraz oddanie klimatu i energii całego wydarzenia.

Podczas dużych, plenerowych wydarzeń technologia na scenie z jednej strony stanowi uzupełnienie scenografii, ale z drugiej ma zapewnić zebranym gościom zobaczenie tego, co się na niej dzieje, pomimo znaczącej odległości. Dzięki połączeniu ekranów diodowych, mocnych mediaserwerów ze specjalnym oprogramowaniem na ekranach diodowych oprócz wizerunku artystów możemy zobaczyć ich emocje, które podkreślone są przez grafiki generowane w czasie rzeczywistym. Coraz częściej

na scenach festiwalowych technologia otacza artystów z każdej strony. Multimedialnych elementów nie brakuje zarówno nad nimi – tworzą multimedialne niebo – jak i pod nimi – budują interaktywne podłogi diodowe. Wszystko po to, aby scena wyglądała dobrze nie tylko na żywo, ale również podczas transmisji telewizyjnej.

#### SCENA Z EFEKTEM WOW

Kiedy mówimy o tworzeniu scen dla takich formatów eventowych, jak kongresy, spotkania konferencyjne czy gale, to trzeba pamiętać, że wywoływanie efektu WOW zaczyna się podczas kreacji. Przy realizacji takich formatów potrzeba zaskoczenia uczestnika oraz zastosowania nowych rozwiązań. Takie projekty to dla firmy specjalizującej się w niestandardowych koncepcjach multimedialnych spełnienie twórczych marzeń. Efekt zaskoczenia i świeżości osiąga się dzięki umiejętnemu łączeniu dostępnych technologii i – przede wszystkim – rozumieniu poszczególnych technologii i rozwiązań. Multimedialne fale, wielopłaszczyznowe stupy LED-owe z wykorzystaniem technologii push bar, ruchome projekcje otaczające aktorów wydarzenia z każdej strony czy przenikające się dzięki multimediom płaszczyzny, to tylko przykłady możliwości technologicznych, jakie w ostatnim czasie można było zobaczyć na realizacjach w naszym kraju. Dobrze dobrane technologiczne detale sprawiają, że każdy format sceny eventowej można zaprojektować w sposób wyjątkowy, a dzięki temu nawet dobrze znane



Foto: Agencja MAKE

miejsce eventowe zyskuje zupełnie nowy i zaskakujący wymiar.

## NIETYPOWE STOISKA TARGOWE

Kolejnym technologicznym wyznawaniem są stanowiska targowe. Musimy pamiętać, że podczas wydarzenia nasze stanowisko będzie „walczyć” z konkurencją o uwagę naszych obecnych, jak i potencjalnych klientów. Stoisko to wizytówka firmy. Nasze stoisko wpłynie na to, czy zostaniemy zapamiętani przez klientów. Oryginalny projekt koncepcji artystycznej przestrzeni targowej, spójny ze strategią wizerunkową firmy, sprawi, że w oczach klientów staniemy się nowoczesną, kreatywną firmą, która sięga po najnowsze i najlepsze na rynku rozwiązania. Ograniczenie się do klasycznej zabudowy targowej zapewni nam pełną „poprawność”, ale czy za tym stać będą tłumy odwiedzających? Jak się łatwo domyślić: nie.

Planując stoisko targowe, trzeba wykazać się nie tylko znajomością specyfiki targowej (każde stoisko powinno zawierać zarówno strefę informacyjną, jak i demo), ale również techniki eventowej i preferencji odbiorców. Tylko sumując całą posiadaną wiedzę i doświadczenie, jesteśmy w stanie zbudować stoisko, które rozbudzi w odbiorcach ciekawość dziecka i sprawi, że zostaną na nim dłużej niż u konkurencji.

Rozwiązaniem bardzo dobrze sprawdzającym się w jasnych przestrzeniach targowych jest technologia LED i ekrany diodowe.

Ekran diodowy najczęściej kojarzy nam się z prostokątem, różnej wielkości, na którym prezentowany jest zapętlony materiał. Warto jednak na ekrany LED spojrzeć z nieco innej perspektywy. Na rynku dostępne jest rozwiązanie typu Creative LED, czyli dioda, która oprócz klasycznych kwadratowych modułów ma też moduły w kształcie trójkątów oraz ćwiartek koła. Dodatkowo producent zapewnił tzw. Cornery, czyli diodowe narożniki, umożliwiające budowanie w pełni multimedialnych przestrzennych brył, a dzięki dodatkowym pushbarom płaska do tej pory ściana diodowa może stać się przestrzenną multimedialną szachownicą. Co tak naprawdę dla firmy oznaczają nieregularne moduły w ekranach diodowych? Jedną z zalet, od strony instalacyjnej, jest łatwość ich montażu i łatwe

dostosowanie do scenografii. Nieregularne moduły to możliwość tworzenia kształtów multimedialnych bez konieczności dodatkowych wyston scenograficznych. Co zyskujemy, stosując duże totemy LED-owe w różnych kształtach? Nasze stanowisko zaczyna w sposób naturalny spełniać funkcję spoteczną, tzn. staje się meetingpointem, który przyciąga odwiedzających i generuje potencjalne spotkania handlowe. Targi odbywają się głównie w jasnych halach wystawienniczych, jednak warto pamiętać o dodatkowym oświetleniu, podkreślającym elementy scenografii targowej, na których najbardziej nam zależy.

Podczas targów stosujemy zazwyczaj dwa główne rodzaje oświetlenia. Pierwsze to oświetlenie architektoniczne, które w subtelny sposób podkreśla kształt i formę stoiska przez cały czas ich trwania – często nawiązując do identyfikacji wizualnej firmy. Drugim praktykowanym oświetleniem jest efektowe, wykorzystywane podczas pokazów specjalnych, którego zadaniem jest efektywne zainteresowanie i przyciągnięcie uwagi odwiedzających.

## PREMIERY PRODUKTÓW

Targi to również, a może przede wszystkim miejsce, gdzie wystawcy prezentują swoje produktowe premiery. Z reguły odbywa się to w formie cyklicznych pokazów

specjalnych lub wyróżnionej strefy na stanowisku targowym. Dopracowanie tych elementów jest szczególnie ważne, ponieważ „pierwsze wrażenie zrobisz tylko raz”. Jak zaplanować pokaz lub strefę specjalną na targach? Na pewno należy zacząć od wizji lokalnej miejsca, tak aby poznać jego mocne i słabe strony oraz możliwości i ograniczenia techniczne obiektu. Nie każdy obiekt targowy przystosowany jest do podwieszania konstrukcji layherowych, przez co np. podnoszenie ciężkiego ekranu diodowego w kształcie walca, który odstaniać będzie najnowszy model auta, może być niemożliwe, a co za tym idzie – cała koncepcja okaże się nietrafiona. Dodatkowo warto zwrócić uwagę na dobór odpowiedniego zaplecza eventowego (media serverów), tak aby przygotowane grafiki wyświetlały się w sposób płynny, oddając ich wysoką jakość.

Dlaczego dopiero ostatni fragment tego artykułu poświęcony był poszczególnym formatom eventów i technologii, które najlepiej się w nich sprawdzają? Podobnie jak podczas budowania koncepcji eventowych, tak i w tym artykule – dobór sprzętu jest jej ostatnim, kluczowym etapem. Jednocześnie chciałam zwrócić Waszą uwagę na to, że nie tylko format i miejsce determinują oprawę wizualną. Czynniki, o których należy pamiętać, jest znacznie więcej. ■



**DOMINIKA BORAWSKA //**  
production director VES sp. z o.o.

Dyrektor w spółce specjalizującej się w technice eventowej. Sama od lat związana z branżą. W firmie odpowiada m.in. za nadzorowanie całego procesu produkcji eventów powierzonych spółce, tak aby zmaksymalizować jego efektywność oraz zoptymalizować współpracę między działami koordynacji i handlu, jak również za produkcję złożonych technologicznie projektów i budowanie relacji z kluczowymi klientami spółki.



 **NAPISZ DO AUTORKI:** dominika.borawska@ves.pl