

Majoritatea celor care lucreaza in corporatii privesc iesirile cu echipa ca pe niste petreceri, mai ales ca de fiecare data totul se incheie cu o cina "dansanta" sau cu o iesire in club.

"Primul meu teambuilding a insemnat o plimbare in Delta. Eram putini la numar, nu stiu daca ar fi mers jocurile pe echipe, dar am reusit sa mai spargem "bisericutile" formate intre colegi", spune Laura Alexandrescu de la o firma de HR.

"Practic n-a fost un teambuilding obisnuit caci ne intalneam cu totii doar la masa sau atunci cand porneam in expeditii printre canale cu barca. Scopul a fost pe jumatate atins, teambuildingul nostru fiind un fel de "spritbuilding", cum se numeste azi in jargonul office", adauga ea.

Insa in domeniul business entertainment trendurile se tot schimba. Nu se mai poarta teambuildingul simplu. Cum nu se mai fac nici simple petreceri corporate. De exemplu, agentia Classy Travel (o agentie de business-turism specializata pe turismul tematic si personalizat) a ales un parteneriat cu firma de evenimente Party Boutique pentru a oferi clientilor din domeniul de afaceri "evenimente integrate" care sa combine programele de teambuilding cu divertismentul.

"Ideea a venit in urma cererilor de pe piata business/corporate, nevoile clientilor din acest segment (in cadrul pachetelor de teambuilding) depasind ofertele turistice clasice", spune Georgia Mihalcea, general manager Classy Travel. Pachetele oferite de cele doua firme propun module de teambuilding care cuprind atat activitati coordonate de personal specializat (activitati care sa "intareasca" echipa), cat si o petrecere tematica din portofoliul agentiei Party Boutique, la finalul acestor weekend-uri, in diverse locuri din tara.

### **Petreceri tematice high-end**

Costumatii scilpitoare cu paiete si culori stridente, iar pentru barbati cravate sau papioane disproportionat - in nuante de verde cu buline roz. Multe bentite turcoaz purtate pe frunte, coafuri ? la anii '80, pantalonii stramti, muzica disco si multe jocuri de lumini.

C.C. Catch, Sandra, Bonnie M sau Modern Talking sunt nume celebre din muzica anilor '80. La fel de celebre sunt si manecile bufante si broderiile in tul care se purtau in acea vreme. Astazi aceasta moda a ajuns catalogata drept kitsch. Un fel de "asa nu" sau "let's remember" care poate fi folosit drept tema de distractie in cadrul unei petreceri.

Un "Kitsch Party" a avut loc saptamana trecuta in cafeneaua Point Blank, evenimentul de redeschidere a localului propunandu-si sa reinvie stilul anilor '80.

"Am gandit acest gen de petrecere pentru o categorie high, formata din oameni de business si nu numai, cu venituri peste medii. La primul Kitsch Party am invitat clientii fideli, prietenii sau parteneri din domeniul business", spune Elena Voiculescu, marketing manager Point Blank.

Nu este vorba despre o petrecere privata obisnuita, ci despre un eveniment la care se poate participa pe baza de rezervare, un bilet de intrare (cu consumatia inclusa in pret) costand in acea seara intre 210 si 270 de lei de persoana.

Pentru organizarea atmosferei si a conceptului kitsch s-a apelat tot la parteneriatul Party Boutique si Classy Travel. Evenimentul a debutat cu un spectacol tematic al trupei de teatru Hell's Kitchen, care au pus in scena cateva fragmente "80's like", pe ritmuri antrenante, cu multa miscare in stilul anilor disco.

"Clientii sunt introdusi in atmosfera temei petrecerii, dandu-le in acelasi timp o stare de familiaritate si buna dispozitie, fluiditatea serii fiind asigurata post-spectacol de catre actorii care continua sa faca animatie", spune Florentina Ionescu, proprietara firmei Party Boutique, in portofoliul careia se mai includ si alte evenimente in genul "Alien party", "Gangsta' party" sau "Voodoo party".

Targetul acestui gen de petreceri ramane in sfera business.