



SAILINCENTIVE, czyli służbowo na statek

Pandemia mocno odbiła się na branży MICE, czego bezpośrednią przyczyną był oczywiście lockdown i ograniczenia w podróżach. Ale nawet po zniesieniu obostrzeń, u części klientów pozostała jeszcze niepewność związana z zagrożeniami wynikającymi z przebywania w przestrzeni publicznej, co w obszarze incentive dotyczy choćby lotnisk, hoteli czy obiektów turystycznych. Odpowiedzią na te obawy może być tzw. sailincentive, czyli wyjazdy firmowe i spotkania realizowane na jachtach i kameralnych statkach.

Sailincentive organizowane są w najpopularniejszych żeglarskich destynacjach w Europie i na świecie. W ich trakcie uczestnicy mogą poczuć się bezpiecznie, gdyż – w pozytywnym znaczeniu tego słowa – są odizolowani od reszty świata. Przebywają w kameralnym gronie, na świeżym powietrzu, na wyspach lub wysepkach, z dala od zatłoczonej infrastruktury turystycznej czy hotelowych korytarzy pełnych przypadkowych gości. Z tych samych powodów sailincentive to jednak nie tylko doraźne remedium na okres postpandemiczny, ale uznany, choć wciąż niszowy, sposób na niezapomniany wyjazd motywacyjny lub firmowy.

CO TO JEST SAILINCENTIVE?

W oficjalnych źródłach trudno znaleźć definicję tego określenia, gdyż jest ono potocznie używanym sloganem branżowym, a dotyczy firmowych wyjazdów żeglarskich. W trakcie tego typu podróży uczestnicy przenoszą się w nieco odmienną od codzienności rzeczywistość. Zamiast pięknie położonego hotelu oferującego cudowne widoki, wsiadają na pokład komfortowego jachtu, luksusowego katamaranu lub kameralnego statku. Stają się elementem scenarii, która ulega ustawicznej transformacji i z każdą przepłyniętą milą odsłania tajemnice niewidoczne oczom tych, którzy zostali na brzegu.

Korzyści płynące z przebywania na pokładzie jachtu to przede wszystkim integracja (bazowana na przeżywaniu wspólnych przy-

gód), przezwyciężanie barier komunikacyjnych (będące wynikiem konieczności współpracy członków załogi) oraz współodpowiedzialność za efekty (jako naturalna konsekwencja podziału zadań). To także doskonałe zwierciadło osobowości uczestników, w myśl żeglarskiej maksymy: „Jaki jesteś na łodzi, pokaże morze. Jak zmieniło Cię morze, pokaże łódź”. To dlatego żeglarstwo stanowi unikatową platformę budowania pozytywnych relacji między pracownikami, jak również w odniesieniu do zewnętrznych kontrahentów.

SŁUŻBOWO NA STATEK, ALE JAKI?

Najczęściej wyjazdy sailincentive odbywają się na jachtach żaglowych lub katamaranach. To duże, wygodne jednostki, posiadające 4-5, a w przypadku katamaranów nawet 6 dwuosobowych kabin z łazienkami, mogące pomieścić od 8 do 12 uczestników oraz obsługę: skippera i hostesse. Wyposażone są w klimatyzację, odsalarki i panele fotowoltaiczne. Nowoczesne przyrządy nawigacyjne, takie jak plotery z elektronicznymi mapami, echosondy, autopiloty czy automatyczny system identyfikacji obiektów pływających AIS (Automatic Identification System), zapewniają bezpieczną i spokojną żeglugę. Szczegółowe i rzetelne prognozy pogody pozwalają też uniknąć niechcianych niespodzianek. Żegluga na tego typu jednostkach to doświadczenie bliskości natury i wykorzystania potęgi żywiołów, jakimi są wiatr i woda. To również jeden z najbardziej ekologicznych sposo-

bów przemieszczania się, co ma znaczenie w dobie koniecznej odpowiedzialności za środowisko.

Od kilku lat rosnącą popularnością, obok jachtów i katamaranów, cieszą się też statki motorowe, tzw. mini-cruisery oraz gulety, zwane moto-sailerami. Mini-cruisery to luksusowe i kameralne jednostki, posiadające od 8 do 20 kabin, zdolne pomieścić do 40 gości oraz załogę stałą w liczbie kilku osób, tj. kapitana, marynarzy, kucharza, kelnera i pomoc pokojową. Posiadają przestronne 2- lub 3-osobowe kajuty z łazienkami, pokład słoneczny z basenem lub jacuzzi, restauracyjny i kąpielowy. W przeciwieństwie do statków pasażerskich, zabierających na pokład po kilka tysięcy pasażerów i oferujących rejsy etapowe między wybranymi portami, mini-cruisery to pływające, butikowe hotele, czarterowane na wyłączność dla grupy. Zdolne są wpłynąć w małe zatoczki, przez co łatwiej dostosować ich trasę do wymagań klienta.

Z kolei gulety to nieco mniejsze jednostki, dla grup liczących do 20 osób. Budowane są na wzór tradycyjnych, drewnianych żaglowców i wyposażone w żagle jako napęd pomocniczy. Podobnie jak mini-cruisery czarteruje się je na wyłączność.

GDZIE I KIEDY JECHAĆ?

Najpopularniejsze kierunki wyjazdów sailincentive w Europie to Chorwacja, Grecja, Włochy (Sardynia, Sycylia), Hiszpania (Baleary) oraz Malta i Turcja. W tych destynacjach sezon trwa od maja do października, a z uwagi na bliskość geograficzną, czas i koszty transportu nie nadwyrężają budżetów. Kierunki egzotyczne, dostępne w okresie od listopada do maja, to przede wszystkim Karaiby, ze szczególnym uwzględnieniem archipelagu Brytyjskich Wysp Dziewiczych oraz St. Vincent i Grenadyny – przepiękne, kompaktowe akweny charakteryzujące się bliskimi odległościami między wyspami i różnorodnością lokalnych atrakcji. Warto zwrócić też uwagę na St. Maarten, Martynikę czy Antiguę, których główny atut to łatwy dołot z Europy. W ostatnich latach dużym zainteresowaniem cieszą się poza tym Seszele, m.in. dzięki dogodnym połączeniom lotniczym, łatwości żeglugi, wyjątkowym walorom turystycznym tego miejsca i całorocznemu sezonowi żeglarskiemu. Ciekawe kierunki to również Tajlandia i akwen obejmujący Morze Andamańskie, zatokę Phang Nga i wyspy Phi Phi oraz Bahamy i Polinezja Francuska. W Polsce tradycyjnie prym wiodą Mazury, ale coraz więcej tego typu wydarzeń odbywa się także na Bałtyku.

Przy wyborze akwenu żeglugi, obok kwestii budżetowych, kluczowe jest dokładne zdefiniowanie oczekiwań uczestników. Nie można planować programu w oparciu o preferencje doświadczonych wilków morskich, żadnych przygód i mocnych wrażeń. Trasę rejsu należy dostosować bazując na założeniu, że większość osób pojawi się na jachcie po raz pierwszy w życiu. Dobrze przygotowany sailincentive to taki, który jest odpowiedni dla każdego uczestnika, niezależnie od wieku, doświadczenia czy sprawności fizycznej. W jego trakcie

zaproszeni goście mają czuć się bezpiecznie, co pozwoli im złapać „żeglarskiego bakcyła”.

TO TRZEBA WIEDZIEĆ

Niezmiernie ważnym atutem sailincentive jest fakt, iż biorąc w nim udział grupa może mieć praktycznie dowolną wielkość. Mówmy bowiem zarówno o kameralnych wyjazdach dla kilku osób, po duże, kilkusetosobowe spotkania, co ma miejsce szczególnie w przypadku regat firmowych. Najczęściej organizowane programy to jednak trwające 5-7 dni rejsy dla grup liczących 30-40 osób (od 3 do 5 jachtów lub statek).

Budżety sailincentive, podobnie jak innych wyjazdów incentive, determinowane są przez destynację, liczbę osób, rodzaj wybranych jednostek oraz fazę sezonu i dodatkowe atrakcje. Najbardziej ekonomiczną formą jest wyjazd na jachtach, drożej wychodzą katamarany, a największe budżety pochłaniają mini-cruisery.

Ostatnią, ale bodaj najważniejszą rzeczą przy organizacji sailincentive jest doświadczona i profesjonalna kadra, w szczególności skipperzy – kapitanowie jachtów oraz koordynatorzy programu. Skipperzy muszą posiadać nie tylko najwyższe kwalifikacje żeglarskie, ale też doskonałe umiejętności interpersonalne, niezbędne do właściwego zdiagnozowania i moderowania relacji między członkami załogi. Znajomość akwenów, lokalnych uwarunkowań pogodowych czy atrakcji turystycznych to know-how będące podstawą udanego wyjazdu.

Reasumując. Sailincentive to elitarna, elegancka platforma spotkań, odwołująca się z jednej strony do analogii między pracą załogi statku a zespołu zadaniowego w firmie, a z drugiej bazująca na tradycji klubów żeglarskich zrzeszających miliarderów, budująca pozytywny wizerunek firmy wśród zaproszonych gości. Umożliwia odkrywanie nieznanych lądów nawet w pozornie znanych destynacjach, a równocześnie jest platformą do budowania relacji interpersonalnych i współpracy w grupie.

■ Maciej Fornal

O AUTORZE:



Maciej Fornal – założyciel i prezes firmy Forsail, pioniera i propagatora idei sailincentive. W portfolio ma ponad 600 różnego rodzaju eventów żeglarskich, takich jak rejsy i regaty w różnych rejonach świata – od Mazur i Bałtyku, przez Morze Śródziemne, Karaiby, Seszele, Bahamy po Tajlandię. Absolwent Wydziału Zarządzania i Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie, o specjalności Gospodarka Turystyczna. Kapitan jachtowy i motorowodny, instruktor żeglarstwa, pilot wycieczek. Z żeglarstwem związany od trzeciego roku życia, a zawodowo z branżą incentive i eventami żeglarskimi od końca lat 90. Pierwsze szlify branżowe zdobywał w Kanadzie, w firmie Fiesta Cruises organizującej spotkania firmowe na jachtach, następnie w T.I.G.A. Yacht, jako marketing manager, a od 2004 roku w Forsail. Współzałożyciel Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel (SOIT) i członek tej organizacji w pierwszych latach działalności.