



G@leria KONESERA

Dzięki globalnej sieci Joyce, Cage czy Beuys mogą trafić pod strzechy

Nocne debaty o muzyce Johna Cage'a albo instalacjach Josepha Beuysa? Studia nad kompozycjami Umberto Boccioniego lub Zdzisława Beksińskiego? Dzięki Internetowi może się tym zajmować każdy, nie tylko muzykologzy i historycy sztuki. - Za pośrednictwem Internetu można też kupić bilety do filharmonii, a dodatkowo obejrzeć plan sali i wybrać najlepsze miejsca - przekonuje Piotr Krupa z firmy PMP IT, która stworzyła system eBilet. Korzysta z niego Filharmonia Narodowa w Warszawie.

■ Luwr dla każdego

Jednym z najbardziej znanych polskich serwisów kulturalnych jest Koneser.pl. - Chcemy zwrócić uwagę odbiorców na ambitne i wartościowe, choć często niedoceniane przedsięwzięcia kulturalne - mówi Agnieszka Czardybon, redaktor naczelna Konesera. Sieciowy magazyn zawiera informacje dotyczące filmu, teatru, wystaw, książek, poezji, muzyki i galerii. Koneser zachęca czytelników do udziału w dyskusjach na forum, a także do przesyłania własnych recenzji (niektóre są publikowane). Również pod adresem www.rajhobot.home.pl/recenzje_widzow.htm każdy może zamieścić recenzję z dowolnego wydarzenia kulturalnego.

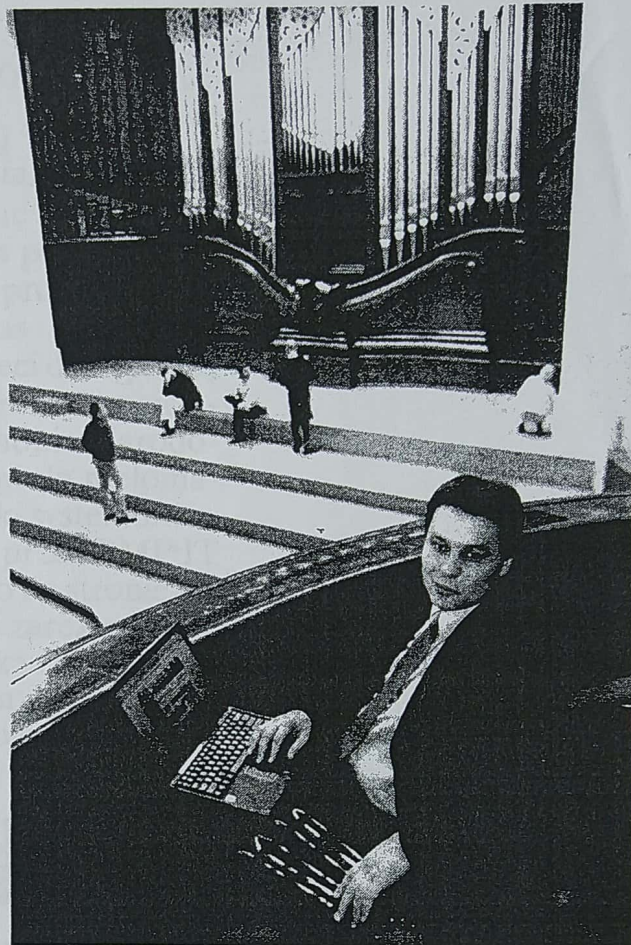
Oprócz ogólnych serwisów istnieje wiele witryn specjalistycznych, na przykład Muzea.com.pl. Ta strona zawiera opisy muzeów na całym świecie i linki do ich witryn. Aby w pełni docenić możliwości, ja-

kie daje muzeom i galeriom sieć, wystarczy wejść na stronę Luwru. To jedna z najlepszych witryn, jakie mają instytucje kulturalne. Największą atrakcją internetowego Luwru jest wirtualna wycieczka po muzeum.

Melomanów odwiedzających stronę Filharmonii Narodowej może zainteresować możliwość ściągnięcia z sieci (legalnie!) wyboru nagrań orkiestry i chóru w formacie mp3. Filharmonia Narodowa jest na razie jedyną instytucją kulturalną, która oferuje bilety za pośrednictwem systemu eBilet. Przedstawiciele PMP IT zapewniają jednak, że niedługo w ten sposób będzie można kupować karty wstępu do kin i teatrów. Przygotowuje się do tego na przykład warszawski teatr Roma. - W sieci bilety kupują widzowie, których teatry najbardziej chcą pozyskać - wykształceni i dobrze zarabiający. Warto więc w to zainwestować - twierdzi Piotr Krupa.

■ Teatr bez granic

Teatry wprawdzie jeszcze nie sprzedają biletów w sieci, ale większość z nich korzysta z Internetu, by wykreować korzystny wizerunek. Na razie ogranicza się do dostarczania widzom informacji o aktualnym repertuarze. Pod adresem www.teatry.art.pl można znaleźć „Dziennik Teatralny” opracowywany przez Stowarzyszenie Teatralne Tępis, wspierane przez poszczególne polskie sceny oraz ZASP. Strona zawiera codziennie aktualizowane informacje o wydarzeniach teatralnych.



PIOTR KRUPA: „Dzięki systemowi eBilet można wybrać i kupić najlepsze miejsca w filharmonii”

© K. Mikula

Warszawskie Centrum Sztuki Współczesnej uruchomiło witrynę info.galerie.art.pl, która prezentuje polskie placówki wystawiennicze. W serwisie zamieszczono założenia programowe poszczególnych galerii, informacje o formach ich aktywności i preferowanych dziedzinach twórczości. W sieci można też znaleźć galerie, które funkcjonują wyłącznie wirtualnie, na przykład www.gallery.pl.

■ Sztuka baranka

W sieci jest mnóstwo prywatnych witryn, stworzonych przez samych artystów lub ich zagorzałych fanów. Wyjątkowym powodzeniem cieszy się strona www.baranek.art.pl. Pomyślną Baranka i autorem albumu jest Mateusz Syrek, 25-letni mieszkaniec Krakowa. Uznanie internautów zyskała też strona Humanista.pl, stworzona przez Mi-

chała Pykę. Można na niej znaleźć teksty dotyczące kulturoznawstwa i filmoznawstwa, działa forum dyskusyjne oraz czat. Autor nazywa serwis pierwszym polskim wortalem humanistycznym. - Nie mamy ambicji kształtowania elit. Chcemy tworzyć różnicowaną ofertę, dlatego początkujący animatorzy kultury są traktowani tak samo jak uznani pracownicy nauki - twierdzi autor serwisu.

Internet może się okazać najlepszym narzędziem wprowadzania kultury wysokiej pod strzechy. Na pewno zaś umożliwi zorientowanie się w tendencjach we współczesnej sztuce, czego nie ułatwiają nasze placówki kulturalne. Zarzut, że sieć upowszechnia przede wszystkim szmirę, jest więc bezpodstawny.

Katarzyna Latek

Napisali o nas :

Tygodnik „WPROST” , 3 czerwca 2001 :

Elektroniczny bilet www.filharmonia.pl

■ Chcielibyśmy wybrać się na koncert, ale brakuje nam czasu na przeglądanie repertuarów, odstrasza problem z rezerwacją i kolejki do kas. Z pomocą przychodzi Internet. W sieci dostępne są kalendaria imprez i omówienia najciekawszych z nich. Filharmonia Narodowa w Warszawie zaoferowała melomanom jeszcze więcej. Dzięki systemowi e-bilet, przygotowanemu przez PMP•IT Consulting, bezpośrednio na stronie filharmonii można wybrać i zarezerwować miejsce na widowni, a także kupić bilet. Płaci się kartą kredytową. Nad bezpieczeństwem transakcji czuwa Polcard.



Rzeczpospolita o stronach www Filharmonii, 9 listopada 2000 :

Stronniczy przewodnik po internecie

„Program koncertów, naprawdę aktualny. Przejrzysty plan sal. Adresy i telefony. Godziny otwarcia kas. Ceny. Możliwość rezerwacji biletów. [...] Na stronie Filharmonii Narodowej nawet najbardziej początkujący meloman znajdzie wszystko, co niezbędne, aby zorganizować sobie muzyczny wieczór [...] Filharmonia Narodowa poważnie traktuje internautów. Schłodna i sprawnie działająca witryna, zawierająca wyczerpujące i na bieżąco uzupełniane informacje [...] Miłe wrażenie uzupełnia ton, sympatyczny i pełen szacunku, jakim zwracają się do odbiorców autorzy strony [...] Nie zapomniano o osobach na wózkach i niedośćających [...] Bardzo kulturalna strona.”

onet.pl > Polityka > Technopolis > Nowości
rynkowe

Szukaj:

Strony WWW:

OK

Polityka

Technopolis

Nowości

Rynek

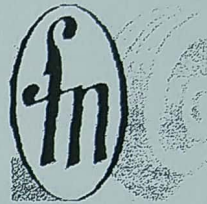
Współpraca

TECHNO-MIX

- [Informacje](#)
- [Techno-mix](#)
- [Trendy](#)
- [Forum](#)

Teatr bardziej wirtualny

1700 biletów sprzedała Filharmonia Narodowa za pośrednictwem elektronicznego systemu rezerwacji w ciągu pół roku działania systemu



Wyjście do filharmonii można zaplanować już w domu, przy ekranie komputera. Wystarczy otworzyć stronę www.filharmonia.pl i znaleźć odpowiedni przycisk zamówienia. Potem wybieramy miejsca i dokonujemy płatności kartą z wykorzystaniem systemu bezpiecznych płatności PolCardu. Bilety są do odebrania w specjalnie wydzielonej kasie przed koncertem.

- [Która godzina?](#)



Producent systemu eBilet, który wykorzystano do budowy witryny Filharmonii Narodowej w Warszawie twierdzi, że jego produkt jest unikatowy w Polsce. Chodzi o to, że żaden z działających systemów rezerwacji nie pozwala w interaktywny sposób (poprzez wskazanie kursorem na planie sali) wybrać i zamówić konkretnego miejsca siedzącego ani uzyskać błyskawicznego potwierdzenia rezerwacji i odnotować tego faktu w teatralnej buchalterii.

- [Pierwsza trójka](#)
- [Co słychać - nagrodzeni](#)

Rzeczywiście, zakupy biletów w filharmonii są łatwe i szybkie. Ponadto system pozwala dyrekcji na bieżąco zarządzać miejscami. Filharmonia może w każdej chwili przeznaczyć dowolną pulę miejsc do sprzedaży internetowej, może też w każdej chwili wycofać niesprzedane jeszcze miejsca z Internetu. Pozwala też administrować innymi danymi w serwisie, np. informacjami o programie, sponsorach poszczególnych koncertów, itp. bez konieczności korzystania z usług informatyków.

- [Kto i po co do e-banku](#)



Piotr Krupa z firmy PMP, która dostarczyła system dla Filharmonii Narodowej liczy, że także inne teatry w Polsce zainteresują się jego rozwiązaniem. "Uważam, że w Polsce nie ma podobnego systemu, a zagraniczne propozycje są tak drogie, że leżą poza zasięgiem możliwości polskich teatrów" - mówi Krupa. Jak na razie firma prowadzi rozmowy z kilkunastoma teatrami w Polsce w celu stworzenia wspólnego serwisu rezerwacji miejsc.

Chcesz otworzyć rachunek on-line? Sprawdź, który bank wybrać.

- [Telefon przez Internet](#)

Stary Teatr, nowy system

Można już kupować bilety do teatru czy filharmonii przez internet. Na razie w systemie uczestniczy tylko jedna krakowska scena, Stary Teatr. Wczoraj właśnie w Starym zaprezentowano system umożliwiający kupowanie biletów dzięki sieci.

– Nasz system ułatwi życie ludziom, którzy mają mało czasu. Cała operacja trwa kilka minut, dojazd do kas pochłania niekiedy dwie-trzy godziny. Można kupować bilety z wyprzedzeniem, wybierając się na wycieczkę do innego miasta – mówi Piotr Krupa, szef firmy PMP IT Consulting Group, która zorganizowała ogólnopolską sieć sprzedaży biletów.

Na razie w sieci dostępne są bilety do 20 instytucji artystycznych. Każda z nich sama określa, ile miejsc trafi

do wirtualnej kasy. Pulę można zwiększać lub zmniejszać. – W ciągu pierwszego miesiąca sprzedaliśmy około 1500 biletów. To dowodzi, że pomysł jest trafiony – mówi Piotr Krupa.

Teatry wchodzące do systemu nie ponoszą żadnych kosztów. Klient płaci o 5 złotych więcej niż w kasie. – Tyłk samo wydałby na tramwaj – zauważa Piotr Krupa. Ryszard Skrzypczak, dyrektor Starego Teatru, jest z tej inicjatywy zadowolony. –

Przez sieć możemy dotrzeć do klientów, którzy, zmuszeni do wizyty w kasie i stania w kolejce, nie zdecydowaliby się na wyjście do teatru. Sprzedawaliśmy już przez sieć bilety na spektakle „Mistrza i Małgorzaty”. Poszły wszystkie – mówi dyr. Skrzypczak.

Kupowanie przez sieć jest bardzo proste. Wystarczy wejść na stronę www.eBilet.pl i wybrać spektakl. Płaci się kartą kredytową. Bezpieczeństwo gwarantuje system PolCard.

A dla tych, którzy nie mają jeszcze dostępu do internetu, firma organizuje już punkty sprzedaży bezpośredniej. (WJur)

DZIENNIK POLSKI KRAKÓW

Nr 241 (17 731)

Klikać, zarezerwować, wyjechać

Wirtualna prezentacja

ICCR – prosty w obsłudze, elektroniczny terminal z dużym, kolorowym wyświetlaczem i czterema klawiszami – nazwany przez jego twórców „informacyjnym centrum ruchu turystycznego” stanął w Małopolskim Centrum Informacji Turystycznej (w Sukienicach, od strony kwaciarek) i już od dziś można z niego korzystać. Jest to pierwsze tego typu urządzenie w Polsce.

Autorem pomysłu jest słowacka firma Invitour, a terminal jest częścią powstającego właśnie międzynarodowego systemu informacji turystycznej obejmującego kraje Grupy Wyszehradzkiej – Polskę, Węgry, Czechy i Słowację – powiedział Adam Barski, prezes MCIT. – Oferta skierowana jest przede wszystkim do turystów indywidualnych. Każdy będzie mógł bezpłatnie skorzystać z terminalu, który zawiera liczne informacje, np. aktualnie obowiązujące kursy walut, rozkłady jazdy pociągów, mapki dojazdowe, bazy noclegowe, szlaki turystyczne czy fotografie i opisy najciekawszych obiektów zabytkowych w każdym z czterech krajów, a także informacje o imprezach turystycznych.

Obecnie w Słowacji znajduje się siedem takich terminali i po jednym w pozostałych trzech krajach. Informacje dostępne są w 7 językach: angielskim, niemieckim, polskim, czeskim, słowackim, węgierskim i rosyjskim, a ich aktualizacja odbywa się co dwa tygodnie. Jeszcze nie wszystkie dane są kompletne,

a zaprezentować się w nim może każda firma lub instytucja zajmująca się ruchem turystycznym – hotel, biuro turystyczne, rada powiatowa chcąc zareklamować swój region itp. – Chcemy w związku z tym nawiązać kontakt z gminami czy Urzędem Marszałkowskim, a także z sąsiednimi województwami – poinformował Adam Barski. – Terminal powinien znaleźć się także we wszystkich polskich ośrodkach informacji turystycznej za granicą, a także np. na przejściach granicznych.

Umieszczenie informacji w systemie jest płatne. Prezentująca się firma wnosi opłatę raz na rok (ok. 400 – 850 zł w zależności od rodzaju wybranego pakietu). Na przykład pakiet podstawowy obejmuje m.in.: prezentację minimalnie w trzech językach, 10 fotografii, 100 słów tekstu, oznaczenie usług za pomocą piktogramów; odsyłacz na własną stronę internetową. Aktualizacje w ciągu roku są bezpłatne i szybkie (maksymalnie do trzech dni). Identyczne jak w terminalach informacje są również dostępne na podziennie aktualizowanej stronie internetowej www.invitour.com (także w siedmiu językach), z której mogą korzystać turyści z całego świata.

Blizszych informacji na temat nowego międzynarodowego systemu informacji turystycznej i możliwości umieszczenia w nim swoich danych udziela Małopolskie Centrum Informacji Turystycznej (tel. 421-77-06, fax

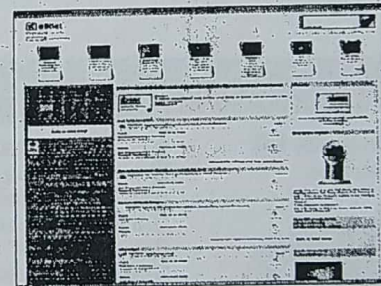
GAZETA WYBORCZA KRAKÓW

BILETY w internecie

Serwis

www.eBilet.pl

Od maja 2001 r. działa pierwszy w Polsce serwis internetowy umożliwiający zakup drogą elektroniczną biletów do teatrów, na koncerty i imprezy sportowe



Po wejściu na stronę www.eBilet.pl należy wybrać przedstawienie czy imprezę oraz dzień. Wyświetli się obraz sali, zajęte i wolne miejsca. Używając myszki, można zaznaczyć wybrane krzesło, po czym wypełnić zamieszczony obok formularz – dane posłużą wyłącznie identyfikacji podczas odbierania biletów.

Następnie na stronie PolCard SA należy dokonać (kartą) płatności za bilety. Po zatwierdzeniu transakcji nastąpi powrót do serwisu eBilet, gdzie można zobaczyć i wydrukować potwierdzenie rezerwacji.

Bilety odbiera się w kasach teatrów – należy podać numer rezerwacji.

Bilety zamawiane przez internet są nieco droższe – do ceny dolicza się od 3 do 10 proc. (nie więcej jednak niż 10 zł), ale za to oszczędza się czas (kupowanie trwa 3-4 minuty) i zamawia bilety na imprezy w całym kraju. Niestety, jeszcze nie do wszystkich teatrów czy filharmonii, np. w Krakowie do teatrów: Starego, STU, Bagateli i Ludowego.

Serwis jest w całości przygotowany, utrzymywany i sponsorowany przez firmę PMP IT Consulting Group, założoną w 1991 r. przez fizyków z Uniwersytetu Warszawskiego. Firma prowadzi również system rezerwacji miejsc hotelowych – www.mHotel.pl JOTA

Bilety do teatru można już kupować w Internecie

Ok. 20 teatrów w całej Polsce prowadzi sprzedaż biletów przez Internet. Do końca roku w sieci będzie można kupić bilety prawie wszystkich teatrów i na wlece koncertów.

Nabywanie biletów w sieci możliwe jest dzięki serwisowi www.eBilet.pl. Jest to kontynuacja internetowej sprzedaży biletów, uruchomionej w maju 2001 r. na stronach Filharmonii Narodowej.

Wchodząc na stronę www.eBilet.pl, możemy sprawdzić reper-

tuar teatrów i przeczytać opisy spektakli. Aby nabyć bilet, należy kliknąć ikonkę „Kup bilety”. Na ekranie monitora wyświetli się plan sali wraz z wolnymi miejscami, które rezerwuje się przez kliknięcie na nie myszką. Opłata pobierana jest z karty kredytowej. Czas potrzebny na dokonanie zakupu to ok. 2-3 minut. Po zaznaczeniu miejsc należy wypełnić krótki formularz, podając imię, nazwisko oraz e-mail. Nazwisko wraz z numerem rezerwacji podajemy potem w kasie, aby odebrać bilet.

Zaletą systemu jest niewątpliwie fakt, że bilety można nabyć przez całą dobę i to bez wychodzenia z domu. Nie wszyscy jednak mogą z niego skorzystać, ponieważ honorowane są tylko karty kredytowe. Nie kupimy biletów, stosując kartę płatniczą. Bilety są droższe o ok. 5-8 proc. niż te zakupione w kasie.

Nie przewidziano też zniżek dla większych grup, a zwrotu biletu można dokonać nie później niż 5 dni przed spektaklem i po upływie nie więcej niż 30 dni od daty zakupu.

(PAP)

Wszechnica Wiedzy Wszelakiej

Wakacyjna przygoda
www.aktyna.pl

aktyna.pl zobacz mnie! na www.fotka.pl

Planując wakacje nad Bałtykiem, warto zajrzeć na stronę www.aktyna.pl. W serwisie odnajdziemy dziesiątki propozycji spędzenia urlopu, a także ofertę specjalnych wakacyjnych imprez rodzinnych organizowanych w ramach cyklu Happy Events. Organizatorzy zapewniają, że coś dla siebie znajdzie tu każdy wypoczywający nad morzem - niezależnie od wieku, kondycji fizycznej czy umiejętności.

Szybki bilet
www.ebilet.pl

Rezerwacja i zamówienie biletu na koncert, do teatru czy filharmonii wymaga zaledwie kilku chwil. Wystarczy odwiedzić witrynę www.ebilet.pl, wybrać interesujący nas spektakl, sprawdzić, czy są jeszcze miejsca, i za pomocą jednego kliknięcia zamówić bilety. Można za nie zapłacić kartą kredytową. Serwis ten to jednak nie tylko sprawny system rezerwacji i sprzedaży online, ale także najbardziej aktualne źródło informacji o imprezach kulturalnych w całym kraju.


Od Hiszpanii po Cypr
www.elgreco.pl

DANE STATYSTYCZNE
Powierzchnia: 9251 km²
Dane historyczno-geograficzne: na wyspach szczyt Olimpos 1951 m
Ludność: 706900
Umięjęt: republika wolnopartyjna z wielopartyjnym parlamentem (Republika Turcja nie jest uznawana za kraj mikrostanów)

Ciekawą ofertę wakacyjnego wypoczynku znajdziemy na stronie biura podróży El Greco. Umieszczono tam propozycje wakacyjnych wyjazdów do najpopularniejszych śródziemnomorskich miejscowości - od wybrzeży i wysp Hiszpanii po Kretę i Cypr. Dzięki serwisowi dowiemy się, ile kosztować będzie nasz wymarzony urlop, jakie atrakcje czekają nas na miejscu i jaka jest tam pogoda.

na całym świecie.

Internet pomaga sprzedawać bilety

 Wprowadzenie internetowego systemu sprzedaży biletów już po trzech miesiącach funkcjonowania spowodował wzrost liczby osób odwiedzających polskie teatry. Według szacunków Piotra Krupy, dyrektora zarządzającej systemem firmy PMP IT, w ciągu kilku najbliższych lat dochody polskich teatrów dzięki wykorzystaniu Internetu mogą wzrosnąć o ok. 50 mln zł rocznie. Stopień wypełnienia sal teatralnych powinien natomiast zwiększyć się o ok. 10 proc. Bilety na spektakle teatralne oraz koncerty można kupować w sieci od czerwca br. Do serwisu, dostępnego na stronie internetowej www.eBilet.pl, podłączone są obecnie 22 teatry.

umoz
pracy.
je 400
podnie
waneg

Udost
któw s
pozwo
klient
grows
nikacy
„Inter
nie tyl
Interne

Internet zamiast kasy

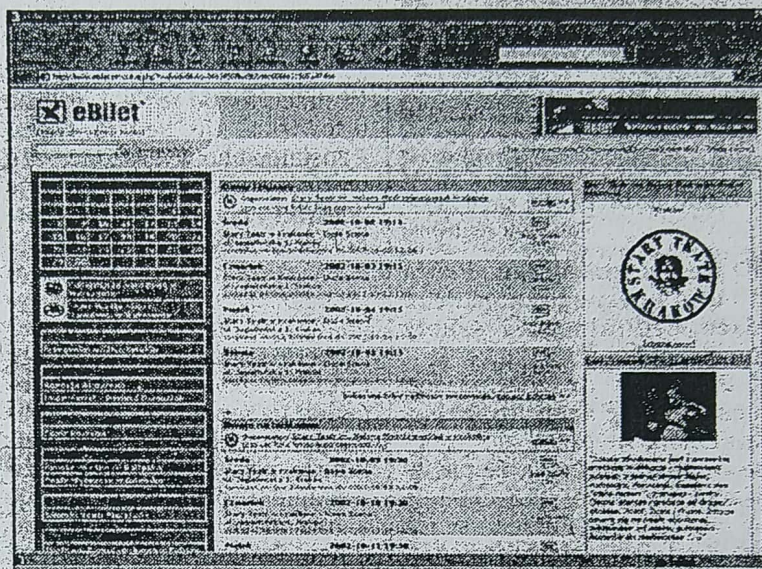
"Dziennik Ludowy"

Wirtualne bilety

Od początku nowego sezonu artystycznego krakowski Stary Teatr współpracuje z ogólnopolskim internetowym systemem sprzedaży biletów. Internauci, wchodząc na stronę www.ebilet.pl, mogą samodzielnie wybrać miejsce na widowni, zarezerwować je, a potem – wykorzystując kartę kredytową – zapłacić za bilet. Ten zaś później, nawet tylko na chwilę przed spektaklem, należy odebrać w kasie teatru. Elektroniczne bilety są wprawdzie nieco droższe niż zwykłe, ale mimo to wielu miłośnikom teatru przypadły do gustu. – Obecnie wystawiamy „Mistrza i Małgorzatę” i niemal połowę biletów na spektakle sprzedajemy za pośrednictwem Internetu. Nie jest to dla nas zaskoczeniem. Przepuszczaliśmy, że taki sposób sprzedaży spotka się z zainteresowaniem, ponieważ jest wygodny – przyznaje Danuta Rogowska ze Starożyte Teatru.

W ciągu najbliższych dwóch tygodni terminale eBilet-u pojawiają się też w kilkunastu miejscach Krakowa, m.in. w recepcjach niektórych hoteli oraz w punktach informacji turystycznej. Osoby, które zechcą z nich skorzystać (np. te, które nie mają na to dzień dostępu do Internetu lub też turyści odwiedzający nasze miasto) za bilety będą mogły płacić gotówką.

Z usług serwisu eBilet.pl korzysta już kilkanaście polskich teatrów. – Do uczestnictwa w nim zachęcaliśmy wszystkie krakowskie instytucje teatralne. Przystał na nią jedynie Stary Teatr – twierdzi Piotr Krupa, jeden ze współinicjatorów przedsięwzięcia. Jego zdaniem – elektroniczne bilety to wygoda zarówno dla widzów jak i samych teatrów. Widz ma możliwość wygodnego ich zakupu, a teatr – nie ponosząc z tego tytułu żadnych dodatkowych kosztów – zyskuje szansę powiększenia swej publiczności. –



Wchodząc na stronę www.ebilet.pl, można wybrać miejsce, zarezerwować je i – wykorzystując kartę kredytową – zapłacić za bilet

I to o takie osoby, które w innej sytuacji prawdopodobnie nigdy nie pojawiłyby się na widowni – argumentuje Piotr Krupa.

Z prognoz specjalistów zajmujących się marketingiem wynika, że za dwa lub trzy lata, za sprawą internetowej formy sprzedaży biletów, o 10 proc. zwiększy się liczba osób odwiedzających teatry. Z badań wynika bowiem, że w Polsce istnieje spora grupa ludzi (przede wszystkim młodych i zamożnych), którzy w teatrze nie bywają tylko dlatego, że nie mają czasu – lub też ochoty – na wyprawę do kasy. Internet tymczasem zwalnia ich z takiej konieczności, zaś dodatkową opłatę za elektroniczną rezerwację (ok. 5 zł za każdy bilet) uznają oni za niewielką i możliwą do zaakceptowania. – Wielu moich znajomych najczęściej korzysta z zaproszeń. Wcale nie dlatego, że nie stać ich na kupno biletu. Po prostu mają oni niewiele czasu, by chodzić po bilety. Dysponując zaproszeniem, idą chętnie – dodaje Piotr Krupa.

W minioną sobotę eBilet sprzedał tysięczny bilet. – To do-

bry wynik. Zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę, że dopiero tebiutujemy – twierdzi Piotr Krupa. Zdaniem niektórych specjalistów, sprzedaż internetowych biletów mogłaby być większa. Niestety, wiele osób boi się kupować (nie tylko zresztą bilety) za pośrednictwem sieci. Powód jest jeden: dokonując zakupu, trzeba ujawnić numer karty kredytowej. – Transakcję obsługuje PolCard. Jest ona w pełni bezpieczna – ani do nas, ani do teatru nie docierają żadne informacje o karcie kredytowej kupującego. Nie ma też możliwości, by takie dane przez kogokolwiek zostały przechwycone – tłumaczy jeden ze specjalistów.

Entuzjazm fachowców jest uzasadniony, ale sceptycyzm niektórych widzów również. Elektroniczna kasa nie zawsze jest dostępna, a jeśli nawet – to nie dla wszystkich. Nie mogą z niej np. skorzystać osoby upoważnione do zakupu biletu ulgowego. Dodatkowo decyzję o spędzeniu wieczoru w teatrze zwykle trzeba podjąć najpóźniej w dniu spektaklu, przed godz. 12. Później e-biletów nie można już kupić. (T.D.)

We wczesny sobotni poranek przed księgarniami ustawiły się ogonki po kolejny tom przygód Harry'ego Pottera. Kolejki po kulturę, które towarzyszyły nam wiernie przez całą epokę socjalizmu, dziś są wydarzeniem godnym wzmianki w gazetach. Gdzie jeszcze można je spotkać?

Kolejki po kulturę

pa, szef internetowych kas eBilet. – Docelowo jednak będzie funkcjonował zintegrowany system, w którym na naszych ekranach będzie się wyświetlał aktualny stan kas biletowych w teatrach. Jeżeli więc u nas nie będzie wolnych miejsc, to nie będzie ich także w teatrze i na odwrót.

W internetowych kasach nie ma kolejek, ale nieraz przychodzi poczekać, aby kupić bilet. Na przykład na wyśmienicie rozreklamowany musical „Koty” w stołecznym teatrze Roma. Pojedyncze bilety gdzieś na obrzeżach sali można kupić na tydzień przed spektaklem, bilet dla dwóch osób to wyprzedzenie około dwóch tygodni, ale naprawdę dobre miejsca trzeba sobie wybierać z trzytygodniowym wyprzedzeniem. Szef katowickiego Spodka Marek Blaszkowski przypomina, że bilety na planowany u niego występ Marka Knopflera sprzedawały się na pół roku przed koncertem w dużym stopniu dzięki Internetowi. Niestety, artysta się rozchorował i imprezę trzeba było odwołać.

Ścisk przed muzeum

Czy dziś więc doświadczyć gdzieś można starej, tradycyjnej kolejki po kulturę? Owszem, ale wyłącznie tam, gdzie mamy do czynienia z jakością niemultiplikowalną o ograniczonym ze swej natury dostępie. A więc przede wszystkim w muzeach. W minionym dziesięcioleciu wybitne dzieła sztuki dwukrotnie ustawiły rodaków w naprawdę długich ogonkach. Po raz pierwszy z okazji wystawienia „Złożenia do grobu” Caravaggia w Muzeum Narodowym w Warszawie w 1996 r. Po raz drugi zaś przed trzema laty z okazji tournée po Polsce malarstwa impresjonistów francuskich. Prasowe informacje brzmiały wówczas jak doniesienia o klęsce żywiołowej. „Bywało, że w namiocie przed muzeum czekało po 800 osób, a kolejka i tak wylewała się na chodnik Alej Jerozolimskich” (Warsza-

wa). „Wczoraj około 14.00 ogonek sięgał do ul. Paderewskiego, co oznacza, że trzeba było czekać około czterech godzin” (Poznań). „Ludzie z prawie całej Polski decydowali się czekać wiele godzin w kolejce” (Kraków).

Artysta Cezary Bodzianowski krakowską kolejkę uczynił nawet obiektem swej artystycznej akcji: Stawał w ogonku, a gdy już zbliżał się do kasy, zamieniał się miejscem z ostatnią osobą w kolejce. I tak przez cały dzień uszczęśliwiał ludzi.

Kolejki z okazji rynkowej premiery powieści o Harrym Potterze są wyjątkiem potwierdzającym regułę, a wydłuża je nie obawa, że zabraknie książek, ale wspólna zabawa. Dziś jedyne kolejki ustawiają się z okazji dużych targów książki (Warszawa, Kraków), najpierw po bilety wstępu, a później po autografy. Podczas wizyty Paulo Coelho w 2000 r. w stolicy chętnych do podpisania książki było tak wielu, że wydawano im specjalne kartki z pieczątką i numerem porządko-

eBilet istnieje od trzech lat i co rok zwiększa sprzedaż o sto procent.

Bilety do naszego teatru można kupić w Internecie:
www.eBilet.pl
 Możesz wybrać miejsca na planie sali!

www.inHotel.pl

Kiedys to się stało!

Przypomnijmy najstynniejsze ogonki kulturalne PRL.

Muzea: Wystawa „Rewindykowane z Ottawy skarby kultury narodowej” w Muzeum Narodowym w Warszawie 1959 r.

„Kolejka ciągnęła się aż do odległego o kilkaset metrów ronda „Romantyzm i Romantyczność” w 1975 r. „Polaków portret własny” w 1980 r. Tę ostatnią wystawę zwiedziło 350 tys. osób

Książki: Kolejki stały po „Ulisesa”, po Cortazarze i innych pisarzy południowoamerykańskich, a nawet po popularnonaukowe dzieła z tzw. „serii ceramowskiej (zaczęło się od książki Cerama „Bogowie, groby i uczeni”). W 1981 r. rozchwytywano tomiki noblisty Czesława Miłosza. W 1982 r. tylko spod lady można było kupić książki Tolkienu. W połowie lat 80. kolejki ustawiały się po wydane przez Wydawnictwo Literackie „Dzieła zebrane” Gombrowicza.

Film: Legendarne były kolejki na warszawskie Konfrontacje – przeglądy wybitnych filmów granych początkowo w jednym, a później w kilku stołecznych kinach. Po karnet na całość (pojedynczych biletów nie sprzedawano) najbardziej zapobiegliwi ustawiali się na dwa dni przed otwarciem kas. Poza tym długie wężyki towarzyszyły niemal każdej produkcji amerykańskiej rozpowszechnianej zwykle w kilku zaledwie kopiach.

Płyty: Kolejki ustawiały się przed warszawskimi ośrodkami kultury NRD, Czechosłowacji i Węgier, w których od czasu do czasu za polską cenę pojawiały się fantastyczne reedycje płyt z zachodniej Europy, od gwiazd rocka i jazzu po Marię Callas.

Estrada: Najbardziej obleganym miejscem w kraju była Sala Kongresowa w Warszawie. Zapowiedź występów Louisa Armstronga, The Rolling Stones, Marleny Dietrich czy Procol Harum spędzała pod salą prawdziwe tłumy.

wym. Nwsze mzi publi przez Mi Whartor Kolejki na prakt dniu obe i tylko w hitów jał innego f rych pok zy, często do norma dziwnego szynie (E: zimierzu wsze ozna sami. Niei Festiwalu temu najz ustawiali s

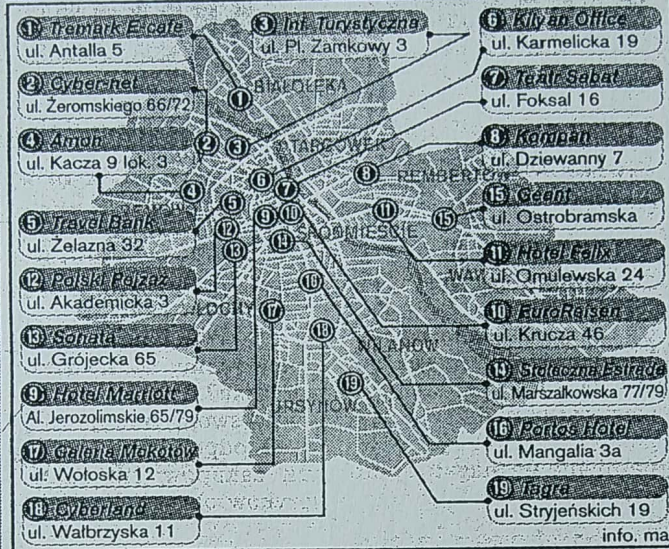
Tłok pr

Natomi dziwym fe Kwadrat, s ki i przyjen w każdy wt go kasami k krótsze) po odbędą się godzinach i rola kasjer sprowadza wiadania: – Robimy u przed naszy ni dyrektor – Wywindo dajemy nig bie gramy c dziennie, a w innych u każdy spek wo 80 miejs ja, jak stały my od 12 la

Ale swoją ustawić się ambitne Ro ry przygoto projektu Te z faktu, iż s czeniach o Ogonki pr raz w Teatr od lat swoja

Kiedys p tkań Teatra de przedst Stry Teatr nie ma. Dzi je spełniać Ogólnopols i Nieprzyje stość” Grze itości czy „2 snego z Wr Stenki) m mogli tylk

GDZIE KUPIĆ E-BILET



Do teatru w całej Polsce

Jeżeli chcemy kupić bilet do krakowskiego Starego Teatru czy wrocławskiego Teatru Polskiego, nie musimy już dokonywać wcześniejszej telefonicznej rezerwacji. Możemy je kupić w jednym z piętnastu punktów sprzedaży otwieranych właśnie w Warszawie przez serwis eBilet. pl.

Serwis eBilet był, jak dotąd, marką znaną głównie internautom. Serwis prowadził sprzedaż biletów na większość imprez kulturalnych.

- Zdecydowaliśmy jednak, że sam internet to zbyt mało. Prawdziwe czasy tego medium jeszcze nie nadeszły - mówi Piotr Krupa, szef eBiletu. - Teraz chcemy dotrzeć także do tych, którzy nie mają dostępu do sieci. W tym celu uruchomiliśmy już sprzedaż przez call-center, a teraz punkty we wszystkich większych miastach Polski.

W każdym z piętnastu otwieranych w Warszawie punktów będzie można kupić bilety do teatrów w Krakowie, Gdańsku czy

Lodzi. W tej chwili z usług serwisu korzysta ok. 50 instytucji kulturalnych.

- Współpraca z nami ich nie kosztuje - mówi Krupa. - Do ceny każdego biletu doliczamy 10 procent pierwotnej ceny, co pokrywa koszty działalności serwisu.

Dlatego eBilet czuje się trochę mecenasem kultury.

- Nie obciążamy budżetów współpracujących z nami instytucji, poszerzamy natomiast „dostępność” do nich odbiorców - mówi Piotr Krupa.

W najbliższym czasie eBilet otworzy także swoje punkty sprzedaży w Krakowie, Katowicach, Gdańsku, Poznaniu i we Wrocławiu.



00 - 695 Warszawa, ul. Nowogrodzka 49
tel./fax (48 22) 628 78 44

Warszawa , dnia 30 kwietnia 2005 r.

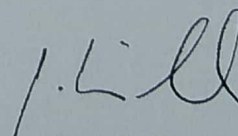
LIST REFERENCYJNY

Dla Firmy PMP Systemy Komputerowe

Uprzejmie informujemy, że Teatr ROMA w Warszawie, użytkuje w okresie od maja 2004 roku Komputerowy System Rezerwacji i Sprzedaży Biletów eBilet, przy pomocy którego odbywa się rezerwacja i wydruk biletów sprzedawanych przez nasz Teatr. W mijającym sezonie Teatr wydrukował przy użyciu systemu ponad 100 tys sztuk biletów.

Jesteśmy zadowoleni z funkcjonalności systemu, sprawnej obsługi serwisowej oraz możliwości swobodnej jego modyfikacji.

Jednocześnie wyrażamy zadowolenie z korzystania w latach 2001 - 2005 z internetowego systemu rezerwacji i sprzedaży biletów www.eBilet.pl, prowadzącego sprzedaż i promocję spektakli naszego Teatru, tym samym gorąco polecamy korzystanie z usług firmy PMP Systemy Komputerowe, producenta eBilet.pl


Maciej Wilk
Kierownik Działu Public Relations
i Biura Obsługi Widowni



Opera Narodowa

Zastępca dyrektora artystycznego **Stanisław Leszczyński**

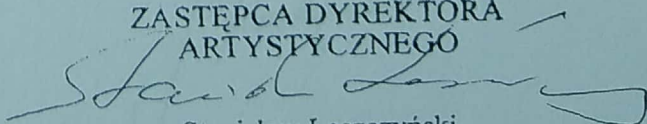
Warszawa, dn. 24 czerwca 2002 r.

LIST INTENCYJNY

We wrześniu b.r. Teatr Wielki – Opera Narodowa planuje otwarcie nowego, rozbudowanego serwisu internetowego wyposażonego między innymi w forum dyskusyjne integrujące środowisko artystyczne oraz system eBilet umożliwiający wybór miejsc i zakup biletów do Teatru bezpośrednio z jego stron internetowych.

Całość prac została powierzona polskiej firmie informatycznej: PMP IT Consulting Group, twórcy serwisu internetowego www.eBilet.pl, mającej w swoim dorobku wiele udanych projektów internetowych, między innymi dla Filharmonii Narodowej w Warszawie.

ZASTĘPCA DYREKTORA
ARTYSTYCZNEGO


Stanisław Leszczyński

1901/2001



STULECIE FILHARMONII
W WARSZAWIE

FILHARMONIA NARODOWA

Warszawa, dnia 30.11.2001r.

PMP IT Consulting Group
ul. Wilcza 66/68
00-679 Warszawa

W odpowiedzi na Państwa zapytanie dotyczące funkcjonalności oraz wyników sprzedaży przy użyciu Systemu „e-bilet” w Filharmonii Narodowej, uprzejmie informujemy iż od maja 2000r. od kiedy system funkcjonuje na naszych stronach, sprzedaliśmy ponad 1700 biletów na ponad 50 koncertów. Biorąc pod uwagę dwu miesięczną przerwę wakacyjną oraz swego rodzaju „novum” jakim nie wątpliwie jest system sprzedaży biletów poprzez sieć internet, uważamy że jest to wynik bardzo satysfakcjonujący zarówno nas użytkowników, jak i Państwa firmę jako twórcę systemu. Od pół roku, od kiedy funkcjonuje u nas Państwa system nie napotkaliśmy na żadne problemy i trudności związane z jego użytkowaniem i funkcjonowaniem.

FILHARMONIA NARODOWA
ul. Jasna 5 (3)
skrytka pocztowa nr 901
00-950 Warszawa

Z poważaniem

Administrator Systemów Sprzedaży
Grzegorz Kepiński

PolCard

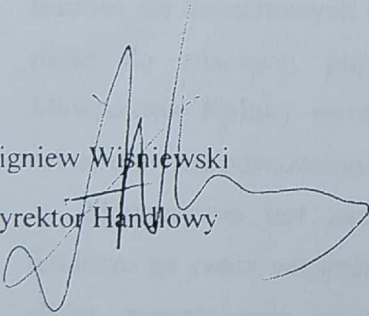
Ul. Ostrobramska 103
04-041 Warszawa
tel. 515 31 24
fax 515 30 74

Warszawa, dn. 11 czerwca 2001r.

LIST REFERENCYJNY

Niniejszym potwierdzamy, że systemy e-commerce produkowane przez firmę PMP IT Consulting z siedzibą w Warszawie przy ul. Wilczej 66/68/10, które dokonują rozliczeń transakcji płatności kartami kredytowymi za pośrednictwem naszego systemu autoryzacji spełniają wszystkie wymogi bezpieczeństwa określone przez PolCard S.A. dla rozliczania operacji płacenia kartami kredytowymi przez Internet.

Zbigniew Wisniewski
Dyrektor Handlowy



PolCard S.A.
ul. Ostrobramska 103
04-041 WARSZAWA

MINISTERSTWO KULTURY
Departament Sztuki i Promocji Twórczości
p.o. Dyrektora
Adrianna Poniecka - Piekutowska

Warszawa, 2002-11-06

DSPT-II/R/205/02

Pan
Piotr Krupa
Dyrektor PMP IT Consulting Group

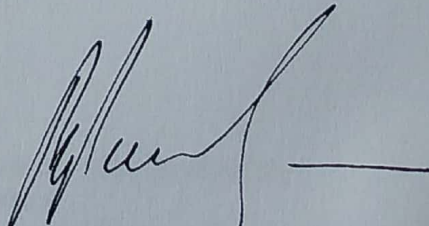
LIST INTENCYJNY

**w sprawie współpracy pomiędzy Ministerstwem Kultury oraz
Ogólnopolskim Systemem Dystrybucji Biletów na Imprezy Artystyczne
eBilet®**

Wysoko oceniając inicjatywę twórców systemu „eBilet”, dzięki któremu możliwe staje się zbudowanie powszechnego internetowego dostępu do teatrów, sal koncertowych i galerii na terenie całego kraju, co przyczynić się może do znaczącej poprawy kondycji materialnej instytucji kultury, Ministerstwo Kultury wyraża wolę współpracy z serwisem eBilet oraz jest zainteresowane powszechnym wdrożeniem stworzonego przez niego systemu.

Ministerstwo jest zainteresowane propozycją utworzenia specjalnego funduszu na rzecz wspierania inicjatyw kulturalnych zasilanego ze środków eBilet, pozostającego w dyspozycji Ministerstwa. Deklaracja stworzenia i utrzymywania funduszu znajdzie jesienią 2002 roku swój wyraz formalny w umowie, którą Ministerstwo planuje podpisać z siecią eBilet.

Jednocześnie Ministerstwo Kultury zwraca się z apelem do wszystkich instytucji medialnych, które interesuje dobro polskich instytucji kultury o wsparcie idei proponowanych przez serwis eBilet.

Z wyrazami szacunku




Opera Narodowa

Zastępca dyrektora artystycznego **Stanisław Leszczyński**

Warszawa, dn. 24 czerwca 2002 r.

LIST INTENCYJNY

We wrześniu b.r. Teatr Wielki – Opera Narodowa planuje otwarcie nowego, rozbudowanego serwisu internetowego wyposażonego między innymi w forum dyskusyjne integrujące środowisko artystyczne oraz system eBilet umożliwiający wybór miejsc i zakup biletów do Teatru bezpośrednio z jego stron internetowych.

Całość prac została powierzona polskiej firmie informatycznej: PMP IT Consulting Group, twórcy serwisu internetowego www.eBilet.pl, mającej w swoim dorobku wiele udanych projektów internetowych, między innymi dla Filharmonii Narodowej w Warszawie.

ZASTĘPCA DYREKTORA
ARTYSTYCZNEGO

Stanisław Leszczyński

Warszawa, dnia 06.06.2001r.



Firma PMP IT Consulting współpracuje z naszą instytucją od 1998 roku, tworząc oprogramowanie dla serwisu internetowego Filharmonii oraz zapewniając jego codzienne funkcjonowanie.

W maju b.r. wieloletnia współpraca zaowocowała stworzeniem systemu do sprzedaży biletów do Filharmonii bezpośrednio z jej stron www : <http://www.filharmonia.pl>

Pragniemy wyrazić nasze szczególne zadowolenie ze sprawnego funkcjonowania systemu do sprzedaży biletów, jego solidnego i funkcjonalnego wykonania oraz komfortu jaki zapewnia naszym melomanom.

Wysoka jakość i poziom technologiczny usług oferowanych przez firmę PMP IT Consulting oraz długa, miła i owocna współpraca pozwalają nam zarekomendować Państwu firmę PMP IT jako odpowiedzialnego, solidnego i skutecznego partnera i wykonawcę przedsięwzięć informatycznych realizowanych w Internecie.

Z-ca DYREKTORA NACZELNEGO

Wojciech Nowak
Wojciech Nowak

Z myślą o biznesie, kulturze i widzach

Rozmowa z Piotrem Krupą, dyrektorem i jednym z właścicieli eBilet.pl

■ Jak narodziła się idea stworzenia serwisu ułatwiającego kupno biletów na imprezy artystyczne i sportowe?

- Serwis eBilet.pl powstał trzy lata temu. To był czas internetowego boomeru. Nieco wcześniej zajmowaliśmy się serwisami kilku znanych instytucji artystycznych, m.in. Opery Narodowej. Stąd pomysł, by usprawnić dostęp do biletów teatralnych, koncertowych itp. i dokonując rezerwacji przez internet zaoszczędzić czas, poczuć się komfortowo, spokojnie, wybrać miejsca na planie widowni. W owym czasie był to pierwszy w Europie internetowy system informatyczny, który w tak wierny sposób odzwiercudzał plany widowni teatrów, sal koncertowych i obiektów sportowych

■ Jak pomysł sprawdził się w realizacji?

- Oferta i sposób współpracy z instytucjami artystycznymi był tak skonfigurowany, że system przyszedł się bardzo szybko. W tej chwili większość instytucji kulturalnych zawarła z nami umowy i aktualnie eBilet.pl obejmuje ok. 90-95 proc. całej internetowej sprzedaży biletów na różne imprezy. Co roku oferujemy bilety na prawie 1000 spektakli, koncertów i widowisk, a trzy lata temu zaczynaliśmy bardzo skromnie.

■ W jaki sposób rozkładają się koszty rezerwacji biletów?

- W ramach porozumienia z Ministerstwem Kultury oraz panem ministrem Waldemarem Dąbrowskim system został tak zaprojektowany, aby nie obciążał finansowo teatrów. Wszystkie koszty serwisu są pokrywane z 10-procentowej dopłaty do ceny biletu. Oczywiście system cały czas funkcjonuje jako przedsięwzięcie czysto biznesowe, nie korzysta z dotacji, ale jednocześnie na żadnym etapie od instytucji artystycznych nie pobiera żadnych prowizji.

■ Kto przede wszystkim korzysta z systemu eBilet.pl?

- Głównie ludzie po trzydziestce, ceniący swój wolny czas i preferujący w rozrywce imprezy kulturalne, którym bardziej zależy na wygodzie niż paru złotych dopłaty do biletu. Zdajemy sobie sprawę, że głównym użytkownikiem internetu jest młodzież, studenci, dla których dopłaceniu 5-10 zł, niestety, stałoby problem, i to jest naszym zmartwieniem.

■ Czy jest na to rada?

- W tej chwili mamy parę bardzo ciekawych propozycji dla świata reklamy i mediów. Nasz plan strategiczny zakłada, że jeśli pojawią się istotne poważne wpływy z reklam, natychmiast zrezygnujemy z dopłat do cen biletów i serwis stanie się bardziej przystępny dla wszystkich.

■ Jakle są te propozycje dla reklamodawców?

- Próbując kontynuować ideę popierania kultury, oferujemy firmom reklamę ich produktów na stronach www.eBilet.pl odwiedzanych przez ponad 150 tysięcy osób każdego miesiąca, przyjmując równocześnie zasadę, że połowa opłaty za reklamę będzie przekazywana wspólnie wybranej instytucji artystycznej w zamian za pakiet sponsorski. W ten sposób stwarzamy sytuację, w której firma dysponująca budżetem na wypromowanie nowego produktu, a niemająca żadnych środków na



Mamy już za sobą magiczną granicę pokrywania własnych kosztów i przed sobą ogromny potencjał rozwoju.

sponsoringu kultury, może stać się oficjalnym sponsorem instytucji kulturalnej, otrzymując w zamian tzw. pakiet sponsorski. To powoduje, że reklama staje się bardziej atrakcyjna dla firm, agencji reklamowych, a z drugiej strony działają promocji i marketingu instytucji artystycznych otrzymują nowe narzędzie do pozyskiwania środków.

■ To jest autorski pomysł eBiletu.pl?

- Tak, to jest nasz pomysł, dosłyszmy do wniosku, że zamiast walczyć o rynek reklamy udzielając dużych rabatów, utrzymamy ceny na standardowym poziomie, czyniąc ofertę atrakcyjną w inny sposób. Tym bardziej że użytkownicy eBilet to osoby o stosunkowo wysokiej średniej dochodów i wykształcenia i udzielanie rabatów byłoby niewłaściwe. Na tym mogą skorzystać wszyscy - teatry, biznes i widzowie.

■ Jak pan ocenia rozwój firmy od pomysłu i pierwszych prób działania do chwili obecnej?

- Jako bardzo dynamiczny. Porównanie wyników sprzedaży kolejnych miesięcy w poszczególnych latach wskazuje, że wzrosła ona z roku na rok od 50 do 100 proc. Jest to bardzo szybko, widać jednak pewne oznaki wyciszenia rynku. Choć na razie przez internet sprzedawanych jest zaledwie ok. 5 proc. wszystkich biletów. Warto wspomnieć, że oferta serwisu została poszerzona o wycieczki, hotele, bilety lotnicze, własną księgiarnię oraz serwis kwiatowo-prezентовy.

■ A zatem przed firmą rysują się rozległe perspektywy...

- Rzeczywiście. Mamy już za sobą magiczną granicę pokrywania własnych kosztów i przed sobą ogromny potencjał rozwoju, ponieważ eBilet.pl jest właściwie jedynym takim serwisem, a poza tym działa na styku dwóch światów - biznesu i kultury. Stwarza to ciekawe możliwości różnego typu działań, będących z jednej strony formą promocji, eleganckiej, ekskluzywnej reklamy, a z drugiej wspieraniem kultury.

■ Z jakich form reklamy korzysta sam serwis?

- Dbamy o reklamę. Jej wartość to około 1 mln zł rocznie. Wykorzystujemy stacje radiowe, stałe ogłoszenia, plakaty, kupony rabatowe, zaproszenia, chętnie podpisujemy kontrakty barterowe.

■ Firma wciąż się rozwija, na to potrzebne są odpowiednie fundusze. Czy myślicie o kredytach bankowych?

- Nie korzystamy z kredytów bankowych. eBilet.pl jest prywatną kilkuosobową spółką bez żadnych dużych powiązań kapitałowych. Jeśli będziemy zapraszać kapitalistów, to w charakterze akcjonariatu lub skorzystamy z funduszy inwestycyjnych.

Rozmawiała Renata Pankowska

FUNDUSZE

Wartości jednostek rachunkowych funduszy emerytalnych

Nazwa fundusza	13.08.2004	12.08.2004	Zmiana w proc.
AI8	17,08	17,08	0,00
Allianz Polska	17,78	17,78	-0,11
Bankowy	18,58	18,58	-0,11
Commercial			
Union	18,28	18,30	-0,11
DOM	18,95	18,95	0,00
Ergo Hestia	18,22	18,23	-0,05
Kredyt Bank	15,68	15,67	-0,06
ING Nationale			
Nederlanden	19,28	19,28	0,00
Pekao	17,17	17,19	-0,12
Pocztynik	16,95	16,95	0,00
Polsat	19,81	19,83	-0,10
PZU			
(Złota Jesień)	18,40	18,41	-0,05
SAMPO	19,10	19,12	-0,10
Skarbiec			
Emerytura	17,11	17,12	-0,06
Credit Suisse	17,98	17,99	-0,06
Generali	18,64	18,65	-0,05

CENY SKUPU ZŁOTA W NBP (13.08.2004)

Najczęściej występujące w skupie NBP monety i sztaby

Moneta	Cena (PLN) od	do
20 dolarów USA	1301,90	1646,22
10 dolarów USA	651,38	1028,59
10 rubli	335,22	352,87
5 rubli	167,61	176,43
20 marek niemieckich	310,10	391,72
1 funt angielski	317,03	333,72
50 dolarów kanadyjskich (1 oz)	1364,94	1417,85
2000 sztyngów austriackich (1 oz)	1364,94	1417,85
sztaby 100 g/proba 999,9	4330,57	4558,54

Ceny skupu niektórych monet i sztabek zależą od ich stanu jakościowego

Moneta	Cena (PLN)
20 franków francuskich, szwajcarskich	251,63
20 koron austro-węgierskich	263,76
4 dukaty austro-węgierskie 1915 r. (nowe bicie)	596,38
1 dukat austro-węgierski 1915 r. (nowe bicie)	148,99
1 kruggerand (1 oz)	1346,94

Cena podstawowa (w PLN) 1 g złota monetarnego w próbie 1000

45,58

Cena (w PLN) 1 g złota monetarnego w próbie 1000

43,31

TABELA KURSÓW W ZŁOTYCH JEDNOSTEK ROZLICZENIOWYCH

Kraj	Symbol waluty	Wartość kupna	Kurs sprzedaży średni
Kraje RWPG	101 1 rubel transf.	0,2090	0,2110 0,2100
Albania	315 1 rubel clear.	0,2090	0,2110 0,2100
Kambodża	317 1 rubel clear.	0,2090	0,2110 0,2100
KRL-D	319 1 rubel clear.	0,2090	0,2110 0,2100
Pozostałe	0 1 USD clear.	3,5600	3,6160 3,5980

* - obowiązują w rozliczeniach clearingowych z Irakiem (545), Syrią (563), Tunezją (564), z wyjątkiem rozliczeń clearingowych z Turcją (528) - rozliczenia prowadzi Bank Handlowy.
Tabela nr 158/2004/BGK z dnia 12.08.2004, obowiązująca od 13.08.2004.

DATNIKA I PŁATNIKA

... dochodowy od osób fizycznych od przychodów...
... ze zleceń i umów o dzieło oraz na podatku dochodowym od osób fizycznych (PIT-8A) » wpłaty...
... ek dochodowy od osób prawnych » odprowadz...
... dzusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych

Biuro Reklam: tel.: (0-22) 530 44 61, 530 40 26-29, fax: (0-22) 530 40 25

Fotograf: Jacek Ostrusiewicz, tel.: (0-22) 530 41 23

Produkcja: Elżbieta Starnik, tel.: 530 42 24

Druk: AGORA SA Drukarnia, ul. Dąbrowska 27, 03-230 Warszawa

ku, a konkretnie specjalny produkt określony mianem Planu Finansowania Biznesu. Środki z Planu Finansowania Biznesu mogą być przeznaczane tylko na cele związane z prowadzoną działalnością gospodarczą: budowę nieruchomości komercyjnej, zakup nieruchomości, lokalu lub działki z rozpoczętą budową nieruchomości, nadbudowę, rozbudowę, przebudowę, adaptację, remont lokalu służącego prowadzonej działalności gospodarczej, zakup, budowę domów i lokali przeznaczonych na wynajem. Ale także na inne cele, zaakceptowane przez bank, związane z prowadzoną działalnością gospodarczą, w tym refinansowanie wydatków inwestycyjnych poniesionych w okresie ostatnich 12 miesięcy.

Plan Finansowania Biznesu to zabezpieczony hipoteką kredyt w formie linii kredytowej, przeznaczony dla posiadaczy rachunków bieżących w Multibanku MultiKonto Business Class, Medicus i Expert, rozliczających się z podatku dochodowego na zasadach ogólnych. Z kredytu nie mogą skorzystać osoby rozliczające zryczałtowany podatek dochodowy w formie Karty Podatkowej.

Zabezpieczeniem kredytu może być nieruchomość osobista lub nieruchomość komercyjna, czyli taka, której budowa oraz sposób wykorzystywania jest związany z prowadzeniem działalności gospodarczej. Aby uzyskać kredyt w ramach Planu Finansowania Biznesu, wy-

staro... w M... mies... Koni... storie... prow... (lub... co n... uregu... zania... weg...
Kr... lub 2... kapit... leżno... dyt w... w tra...
Jak...
Ba... rynek... Ofere... nia... snym... prod... bieża... przed... biorc... cym... wania... jącym... wiem... maks...
W r... możn... prod... banki... wych... Zadu... nych... wówc...

Jak... Ba... rynek... Ofere... nia... snym... prod... bieża... przed... biorc... cym... wania... jącym... wiem... maks...
W r... możn... prod... banki... wych... Zadu... nych... wówc...

REKLAMA

W poprzec Twoje

... BIZN...
... Biznes w gastro... wymaga dobrego...
TB nr 28/2...
TB nr 30/2...
... BIZN...
... Przyszła w em...
... www.t...

Informacje i zamówienia
www.t...

Z myślą o biznesie, kulturze i widzach

Rozmowa z Piotrem Krupą, dyrektorem i jednym z właścicieli eBilet.pl



Mamy już za sobą magiczną granicę pokrywania własnych kosztów i przed sobą ogromny potencjał rozwoju.

■ Jak narodziła się idea stworzenia serwisu ułatwiającego kupno biletów na imprezy artystyczne i sportowe?
- Serwis eBilet.pl powstał trzy lata temu. To był czas internetowego boomu. Nieco wcześniej zajmowaliśmy się serwisami kilku znanych instytucji artystycznych, m.in. Opery Narodowej. Stąd pomysły, by usprawnić dostęp do biletów teatralnych, koncertowych itp. i dokonując rezerwacji przez internet zaoszczędzić czas, poczuć się komfortowo, spokojnie, wybrać miejsca na planie widowni. W owym czasie był to pierwszy w Europie internetowy system informatyczny, który w tak wierny sposób odwzorował plany widowni teatrów, sal koncertowych i obiektów sportowych

■ Jak pomysł sprawdził się w realizacji?
- Oferta i sposób współpracy z instytucjami artystycznymi był tak skonstruowany, że system przyszedł się bardzo szybko. W tej chwili większość instytucji kulturalnych zawarła z nami umowy i aktualnie eBilet.pl obejmuje ok. 90-95 proc. całej internetowej sprzedaży biletów na różne imprezy. Co roku oferujemy bilety na prawie 1000 spektakli, koncertów i widowisk, a trzy lata temu zaczęliśmy bardzo skromnie.

■ W jaki sposób rozkładają się koszty rezerwacji biletów?
- W ramach porozumienia z Ministerstwem Kultury oraz panem ministrem Waldemarem Dąbrowskim system został tak zaprojektowany, aby nie obciążał finansowo teatrów. Wszystkie koszty serwisu są pokrywane z 10-procentowej dopłaty do ceny biletu. Oczywiście system cały czas funkcjonuje jako przedsięwzięcie czysto biznesowe, nie korzysta z dotacji, ale jednocześnie na żadnym etapie od instytucji artystycznych nie pobiera jakichkolwiek prowizji.

■ Kto przede wszystkim korzysta z systemu eBilet.pl?
- Głównie ludzie po trzydziestce, ceniący swój wolny czas i preferujący w rozrywce imprezy kulturalne, którym bardziej zależy na wygodzie niż paru złotych dopłaty do biletu. Zdajemy sobie sprawę, że głównym użytkownikiem internetu jest młodzież, studenci, dla których dopłata 5-10 zł, niestety, stanowi problem, i to jest naszym zmartwieniem.

■ Czy jest na to rada?
- W tej chwili mamy parę bardzo ciekawych propozycji dla świata reklamy i mediów. Nasz plan strategiczny zakłada, że jeśli pojawią się istotne poważne wpływy z reklam, natychmiast zrezygnujemy z dopłat do cen biletów i serwis stanie się bardziej przystępny dla wszystkich.

■ Jakie są te propozycje dla reklamodawców?
- Próbując kontynuować ideę popierania kultury, oferujemy firmom reklamę ich produktów na stronach www.eBilet.pl odwiedzanych przez ponad 150 tysięcy osób każdego miesiąca, przyjmując jednocześnie zasadę, że połowa opłaty za reklamę będzie przekazywana wspólnie wybranej instytucji artystycznej w zamian za pakiet sponsorski. W ten sposób stwarzamy sytuację, w której firma dysponująca budżetem na wypromowanie nowego produktu, a niemająca żadnych środków na

sponsoringu kultury, może stać się oficjalnym sponsorem instytucji kulturalnej, otrzymując w zamian tzw. pakiet sponsorski. To powoduje, że reklama staje się bardziej atrakcyjna dla firm, agencji reklamowych, a z drugiej strony działa promocji i marketingu instytucji artystycznych otrzymując nowe narzędzie do pozyskiwania środków.

■ To jest autorski pomysł eBiletu.pl?
- Tak, to jest nasz pomysł, doszliśmy do wniosku, że zamiast walczyć o rynek reklamy udzielając dużych rabatów, utrzymamy ceny na standardowym poziomie, czyniąc ofertę atrakcyjną w inny sposób. Tym bardziej że użytkownicy eBiletu to osoby o stosunkowo wysokiej średniej dochodów i wykształcenia i udzielanie rabatów byłoby niewłaściwe. Na tym mogą skorzystać wszyscy - teatry, biznes i widzowie.

■ Jak pan ocenia rozwój firmy od pomysłu i pierwszych prób działania do chwili obecnej?

- Jako bardzo dynamiczny. Porównanie wyników sprzedaży kolejnych miesięcy w poszczególnych latach wskazuje, że wzrastała ona z roku na rok od 50 do 100 proc. Jest to bardzo szybki wzrost, widac jednak pewne oznaki wysycenia rynku. Chociaż na razie przez internet sprzedawanych jest zaledwie ok. 5 proc. wszystkich biletów. Warto wspomnieć, że oferta serwisu została poszerzona o wycieczki, hotele, bilety lotnicze, własną księgarnię oraz serwis kwiatowo-prezентовy.

■ A zatem przed firmą rysują się rozległe perspektywy...

- Rzeczywiście. Mamy już za sobą magiczną granicę pokrywania własnych kosztów i przed sobą ogromny potencjał rozwoju, ponieważ eBilet.pl jest właściwie jedynym takim serwisem, a poza tym działa na styku dwóch światów - biznesu i kultury. Stwarza to ciekawe możliwości różnego typu działań, będących z jednej strony formą promocji, eleganckiej, ekskluzywnej reklamy, a z drugiej wspieraniem kultury.

■ Z jakich form reklamy korzysta sam serwis?

- Dbamy o reklamę, jej wartość to około 1 mln zł rocznie. Wykorzystujemy stacje radiowe, stałe ogłoszenia, plakaty, kupony rabatowe, zaproszenia, chętnie podpisujemy kontrakty barterowe.

■ Firma wciąż się rozwija, na to potrzebne są odpowiednie fundusze. Czy myślicie o kredytach bankowych?

- Nie korzystamy z kredytów bankowych. eBilet.pl jest prywatną kilkuosobową spółką bez żadnych dużych powiązań kapitałowych. Jeśli będziemy zapraszać kapitał z zewnątrz, to w charakterze akcjonariatu lub skorzystamy z funduszy inwestycyjnych.

Rozmawiała Renata Popkiewicz-Tajchert

ku, a konkretnie specjalny produkt określony mianem Planu Finansowania Biznesu. Środki z Planu Finansowania Biznesu mogą być przeznaczone tylko na cele związane z prowadzoną działalnością gospodarczą: budowę nieruchomości komercyjnej, zakup nieruchomości, lokalu lub działki z rozpoczętą budową nieruchomości, nadbudowę, rozbudowę, przebudowę, adaptację, remont lokalu służącego prowadzonej działalności gospodarczej, zakup, budowę domów i lokali przeznaczonych na wynajem. Ale także na inne cele, zaakceptowane przez bank, związane z prowadzoną działalnością gospodarczą, w tym refinansowanie wydatków inwestycyjnych poniesionych w okresie ostatnich 12 miesięcy.

Plan Finansowania Biznesu to zabezpieczony hipoteką kredyt w formie linii kredytowej, przeznaczony dla posiadaczy rachunków bieżących w Multibanku MultiKonto Business Class, Medicus i Expert, rozliczających się z podatku dochodowego na zasadach ogólnych. Z kredytu nie mogą skorzystać osoby rozliczające zryczałtowany podatek dochodowy w formie Karty Podatkowej.

Zabezpieczeniem kredytu może być nieruchomość osobista lub nieruchomość komercyjna, czyli taka, której budowa oraz sposób wykorzystywania jest związany z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Aby uzyskać kredyt w ramach Planu Finansowania Biznesu, wy-

starc
w M
mies:
Kon
stori
pro
(lub
co n
ureg
zania
wego
Kr
lub 2
kapit
leżn
dyt w
w tra
Jak
B
rynk
Ofen
nia
sny
pro
bie
prz
bio
cym
wa
jaci
wie
ma
W
mo
bar
wy
Za
ny
w

FUNDUSZE

Wartości jednostek rozrachunkowych funduszy emerytalnych

Data	Nazwa	13.08.2004	12.08.2004	Zmiana w proc.
01.10.2003	Alifant Polska	17,76	17,78	-0,11
07.2004	Bankowy	18,56	18,58	-0,11
01.2004	Commercial	18,28	18,30	-0,11
08.2004	DOM	18,95	18,95	0,00
07.2004	Ergo Hestia	18,22	18,23	-0,05
09.2002	Kredyt Bank	15,66	15,67	-0,06
08.2004	ING Nationale	19,28	19,28	0,00
07.2004	Nederlanden	17,17	17,19	-0,12
09.2002	Pekao	16,95	16,95	0,00
04	Pocztysat	19,81	19,83	-0,10
0	PZU	18,40	18,41	-0,05
0	(Złota Jesień)	19,10	19,12	-0,10
0	SAMPO	17,11	17,12	-0,06
0	Skarbiec	17,98	17,99	-0,06
0	Emerytura	18,64	18,65	-0,05
0	Credit Suisse			
0	Generali			

CENY SKUPU ZŁOTA W NBP (13.08.2004)

Najczęściej występujące w skupie NBP monety i sztabki

Moneta	Cena (PLN)* od	do
20 dolarów USA	1301,90	1646,22
10 dolarów USA	651,38	1028,59
10 rubli	335,22	352,87
5 rubli	167,61	176,43
20 marek niemieckich	310,10	391,72
1 funt angielski	317,03	333,72
50 dolarów kanadyjskich (1 oz)	1364,94	1417,85
2000 sztyngów austriackich (1 oz)	1364,94	1417,85
sztabka 100 g/proba 999,9	4330,57	4558,54

* ceny skupu niektórych monet i sztabek zależą od ich stanu jakościowego

Moneta	Cena (PLN)
20 franków francuskich, szwajcarskich	251,63
20 koron austro-węgierskich	263,76
4 dukaty austro-węgierskie 1915 r. (nowe bicie)	596,38
1 dukat austro-węgierski 1915 r. (nowe bicie)	148,99
1 kruggerand (1 oz)	1346,94
Cena podstawowa (w PLN) 1 g złota monetarnego w próbie 1000	45,58
Cena (w PLN) 1 g złota monetarnego w próbie 1000	43,21

TABELA KURSÓW W ZŁOTYCH JEDNOSTEK ROZLICZENIOWYCH

Kraj	Symbol waluty	Waluta	Kupno	Kurs sprzedaży	Strefa
Kraje b. RWPG	101	1 rubel transf.	0,2090	0,2110	0,2100
Albania	315	1 rubel clear	0,2090	0,2110	0,2100
Kambodża	317	1 rubel clear	0,2090	0,2110	0,2100
KRLD	319	1 rubel clear	0,2090	0,2110	0,2100
Pozostałe	0	1 USD clear	3,5800	3,6160	3,5980

* - obowiązują w rozliczeniach clearingowych z Irakiem (545), Syrią (563), Tunezją (564), z wyjątkiem rozliczeń clearingowych z Turcją (528) - rozliczenia prowadzi Bank Handlowy. Tabela nr 158/2004/BGK z dnia 12.08.2004, obowiązująca od 13.08.2004.

ODATNIKA I PŁATNIKA

podatek dochodowy od osób fizycznych od przychodów z tytułu zleceń i umów o dzieło oraz na podatek dochodowy od przychodów ewidencjonowanych oraz zrychodowego od osób fizycznych (PIT-8A) » wpłaty podatek dochodowy od osób prawnych » odprowadzanie Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych

Biuro Reklam: tel. (0-22) 530 44 61, 530 40 26-29, fax (0-22) 530 40 25
Fotograf: Jakub Otrusiewicz, tel. (0-22) 530 41 23
Produkcja: Elżbieta Stankiewicz, tel. 530 42 24
Druk: AGORIA SA Drukarnia, ul. Daniszewska 27, 03-230 Warszawa

REKLAMA

W poprzeczek
Twoj

Wielki Biznes

TB nr

Informacje i zam
WWW.t