Fot.: Materiały prasowe

CATERINGOWE INNOWACJE NA SPOTKANIACH BIZNESOWYCH

LUCAS LEANDRO MARGULIS ZOSTAŁ WPROWADZONY DO ŚWIATA BRANŻY SPOTKAŃ W WIEKU 16 LAT. OBECNIE MA JUŻ PONAD 26-LETNIE DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE I JEST WŁAŚCICIELEM WCIĄŻ ROZWIJAJĄCYCH SIĘ FIRM. TO KANADYJSKI PIONIER W DZIEDZINIE WPROWADZENIA DO WYDARZEŃ BIZNESOWYCH I ŚRODOWISKA HOTELARSKIEGO CATERINGU… Z KONOPIAMI INDYJSKIMI. ZAJMUJE SIĘ PROWADZENIEM WŁASNYCH BIZNESÓW, WSPOMAGA INNE FIRMY NA RYNKU, JEST DJ-EM, PROJEKTOWAŁ NAWET UBRANIA. SKĄD CZERPIE ENERGIĘ, BY WCIĄŻ DZIAŁAĆ NA PEŁNYCH OBROTACH?

Mając zaledwie 16 lat Lucas Leandro Margulis zatrudnił się w firmie działającej w branży eventowej, a konkretnie specjalizującej się w usługach interaktywnej rozrywki. Początkowo pracował jako DJ, ale szybko odnalazł się w środowisku i awansował na stanowisko hosta. Jego zadaniem było utrzymywanie kontaktu z publicznością wraz z zespołem animatorów oraz prowadzenie żywiołowych tańców na scenie. Lucas uważa, że jego liczne umiejętności definiują to, kim jest obecnie. To istny człowiek renesansu, którego pasje sięgają od marketingu, mody, projektowania graficznego, hostingu i planowania wydarzeń, po uprawę, rozpowszechnianie i edukowanie w sferze użytkowania konopi indyjskich. Jako osoba niezwykle aktywna i permanentnie zmotywowana nie robi sobie wakacji od zmian i progresu. – Jestem niezaprzeczalnie zadowolony ze swoich dotychczasowych sukcesów, jednak zauważyłem, że z każdym kolejnym osiągniętym celem wyłania się nowy, co podsyca moje pragnienie ciągłego dążenia do potencjalnych wyżyn i ponownego doświadczania poczucia spełnienia – mówi.

Dziedziczona kreatywność

Kreatywność zdecydowanie wyniósł z domu rodzinnego. Lucas Margulis poświęca uwagę wszystkiemu, co go inspiruje, a rozwijając pasje ładuje swoje baterie. Twierdzi, że uczy się nieustannie, przez całe życie, co jest motywujące do ciągłego realizowania nowych planów, zamierzeń i projektów. Różnorodne rozwiązania, które nieustannie generuje jego umysł, i wiedza, jaką zgromadził przez lata, pomagają mu nadać reprezentowanej przez niego kreatywności osobistego charakteru. Nieszablonowe podejście do codziennych spraw ma zapisane w genach, a błyskotliwość i wprowadzanie niepospolitych taktyk do biznesu zawdzięcza środowisku, w jakim został wychowany. – Zawsze byłem osobą kreatywną i być może jest to jedna z moich najmocniejszych cech – przyznaje. 42-latek podkreśla, że ukształtowały go m.in. różnorodne doświadczenia i obserwacja stylu życia rodziców. – Wierzę, że w dużej mierze to, kim jestem, wynika ze środowiska, w którym dorastałem i mojej wrodzonej natury. Ojciec i matka wnosili kreatywność do wszystkiego, co robili, co miało na mnie znaczący wpływ, gdy dorastałem – tłumaczy.

Zapytany o to, co daje mu największą satysfakcję w życiu, odpowiada bez namysłu – rodzina. Lucas jest wdzięczny za wsparcie, jakie otrzymuje od swojej żony Michelle oraz radość z życia, jaką dają mu córki Yael i Kyla. Myśląc o nich wspomina moment rozkwitu założonych przez siebie firm, dzięki czemu jako ojciec pracujący w głównej mierze poza domem, mógł w końcu spędzać więcej czasu z bliskimi. Warto wspomnieć, że mimo iż nasz bohater nie miał okazji nigdy zwiedzić Polski, dumnie wspomina, że jego dziadkowie pochodzą właśnie z naszego kraju. Co ciekawe, on sam urodził się w Argentynie.

Pasje się spotykają

Wraz z zyskaniem uznania i staniem się docenianym gospodarzem wydarzeń Lucas Margulis postanowił nieco bardziej zaangażować się w tę

rolę i podjąć związaną z tym zajęciem pracę na pół etatu. W tygodniu szukał bowiem bardziej, jak to określa „produktywnych zajęć". Czas wolny wykorzystywał za to na tworzenie własnych, unikalnych strojów, dzięki którym mógłby się wyróżnić na scenie. Tak rozpoczął eksperymentowanie z materiałami kupowanymi w sklepach z odzieżą używaną. Posługując się przemysłową maszyną do szycia przerabiał stare ubrania, tworząc niestandardowe kamizelki, kurtki, koszule, które następnie nietypowo ozdabiał różnymi kamieniami i dekoracyjnymi elementami. To dodatkowe zajęcie obudziło w nim apetyt na zapoczątkowanie autorskiej pierwszej linii ubrań, którą stworzył wraz ze swoim przyjacielem, będącym wielkim entuzjastą mody.

W 2014 roku – postanawiając połączyć kilka towarzyszących mu zainteresowań w jednym miejscu – założył firmę PURE Entertainment & Audio/Visual. Ta decyzja zbliżyła Lucasa do kolejnej pasji, która uśpiona tylko czekała na odkrycie. Jego uwagę przyciągnął sam proces rozwoju biznesu – tworzenie stron internetowych, marketing, branding, produkcja audiowizualna i zarządzanie zespołem przy ograniczonych środkach. W ten sposób poznał dziedzinę, do której poczuł naturalny dryg. Margulis zawsze miał tendencję do poznawania środowiska, a następnie wykorzystywania swojej fascynacji i wiedzy do przekształcania go. W jego działaniach widoczne jest zamiłowanie do innowacji, a więc jedynie kwestią czasu było to, że przyczynił się do przełomu w wydarzeniach biznesowych w Kanadzie. Większość jego talentów i umiejętności zostało scalonych w High Bar Hospitality & Event Group, czyli kolejnej firmie, która powstała niedługo po PURE. O co chodziło? Otóż lata wcześniej zaobserwował trend, polegający na tym, że uczestnicy różnego rodzaju eventów przynoszą na miejsce spotkania własne jointy. – Zapotrzebowanie na włączenie konopi indyjskich do spotkań stawało się coraz bardziej oczywiste, co skłoniło mnie do stworzenia miejsca, w którym można je zapewnić. Moją wizją było nie tylko oferowanie konopi indyjskich podczas wydarzeń, ale także zapewnienie by były dostosowane do danych środowisk społecznych – tłumaczy.

Pomysł trzeba przyznać oryginalny, ale wizja zaprojektowania baru z konopiami indyjskimi od długiego czasu rysowała się w głowie Lucasa, który tylko czekał na legalizację tej rośliny. Dzięki rozległym kontaktom branżowym znalazł idealnego partnera do tego interesu, Erica Bartha. Wspólnie rozpoczęli pionierską podróż w stronę wprowadzania na rynek pierwszego baru z konopiami indyjskimi do branży eventowej i hotelarskiej. Zaangażowali się przy tym w odciążenie z publicznej dezaprobaty i propagowanie na większą skalę konopi, jako elementu wydarzeń, imprez, przyjęć weselnych, a nawet warsztatów dla firm.

Dlaczego konopie?

Lucas Margulis „zapoznał się" z konopiami indyjskimi gdy ich stosowanie w Kanadzie było jeszcze nielegalne. Spożywał je rekreacyjnie ze znajomymi, początkowo nie skupiając się za bardzo nad ich

rolą i właściwościami. Jego swobodne podejście do tej psychoaktywnej substancji wywołały doświadczenia życiowe, dzięki którym potrafił spojrzeć na nie w bardziej pozytywnym, prozdrowotnym świetle. Jego walcząca z rakiem mama łagodziła skutki chemioterapii stosując tabletki z haszyszem. W związku z obowiązującym prawem, musiała otrzymywać je od lekarza „pod stołem". – To głębokie doświadczenie ukształtowało moją perspektywę, prowadząc mnie do używania konopi indyjskich nie tylko w celach rekreacyjnych, ale także w celu radzenia sobie ze stresem towarzyszącym prowadzeniu wydarzeń czy dla ogólnego złagodzenia niepokoju – mówi Lucas.

Margulis zdecydował się pomóc swoim gościom otworzyć się na „zielony" świat, jednocześnie zwiększając świadomość w temacie stosowania konopi indyjskich i przyczyniając się do znacznego wyeliminowania potencjalnych niepożądanych skutków, wynikających z ich próbowania, które mogłyby pogorszyć atmosferę społeczną i odbiór opinii publicznej. Z jego obserwacji wynika, że osoby, które początkowo nie lubiły tej substancji i miały związane z nią nieprzyjemne doświadczenia, najczęściej doświadczyły tego z powodu nadmiernej konsumpcji. – Kładąc nacisk na niską zawartość THC i równą lub wyższą zawartość CBD, w połączeniu z odpowiedzialną obsługą ze strony naszego personelu, zminimalizowaliśmy ryzyko nadmiernej uległości, niepokoju, paranoi lub jakiegokolwiek dyskomfortu dla naszych gości. To innowacyjne podejście dobrze odbiło się na uczestnikach, a połowa klientów High Bar próbowała konopi indyjskich po raz pierwszy – przyznaje.

Biznesmen poszedł nawet o krok dalej, dbając nie tylko o komfort zainteresowanych usługami konopnego cateringu, ale i tych, którzy nie są gotowi lub nie chcą korzystać z tego typu „atrakcji". Rozwiązaniem było stworzenie jego baru bezwonnym, co przyczyni-

ło się do wyeliminowania niepożądanych bodźców lub pokus. Dzięki szerzeniu tej substancji podczas wydarzeń towarzyskich i korporacyjnych w Kanadzie udało mu się stworzyć nową bazę klientów. Obecnie popularnością cieszy się również napój z konopi indyjskich (popularny szczególnie u seniorów), który oferuje delikatne doznania. – Nadając priorytet indywidualnym poziomom tolerancji, staramy się zapobiegać wszelkim negatywnym doświadczeniom wynikającym z nadmiernej konsumpcji – powtarza Lucas.

Używki na wydarzeniach

Lucas Margulis zauważył, że uczestnicy imprez zwyczajnie szukają ciekawych i pozytywnych wrażeń, ucinając automatycznie wszystko co może potencjalnie popsuć im wieczór. Główna różnica między wprowadzaniem do rozrywki alkoholu lub konopi, to efekty uboczne, następujące najczęściej następnego dnia. – Różnica polega na następstwach – goście, którzy wybierają alkohol, często budzą się z gorszym nastrojem, podczas gdy ci, którzy zdecydowali się zastosować konopie indyjskie, wstają wypoczęci i odmłodzeni – twierdzi nasz bohater.

Bar z konopiami indyjskimi interesuje wiele grup społecznych w Kanadzie. Początkowo interes Margulisa cieszył się największą przychylnością i zasięgiem na wydarzeniach prywatnych – urodzinowych czy weselach. W ciągu kolejnych lat zaczął jednak obejmować szersze grono klientów, a także być elementem spotkań biznesowych. Wiele rezerwacji realizowanych przez klientów korporacyjnych dotyczy zamówień usług w kontekście edukacyjnym dotyczącym konopi. – High Bar obsługuje różnorodny wachlarz spotkań firmowych i towarzyskich, obejmujących już nie tylko wesela czy uroczystości urodzinowe, ale też święta firmowe, imprezy uniwersyteckie, festiwale muzyczne, profesjonalne turnieje golfowe, premiery produktów, targi i inne imprezy, podczas których zwykle podaje się gościom alkohol – tłumaczy.

Oprócz tendencji do prowadzania tej specyficznej, niedostępnej dla całego świata działalności czy edukowania się podczas poważnych, firmowych spotkań Lucas Margulis nie zauważa innych wyróżniających się trendów, wpływających na organizację i przebieg wydarzeń biznesowych w Kanadzie. – Wierzę, że najważniejsze trendy mają charakter uniwersalny, ponieważ branża eventowa to wspólna przestrzeń, w której czerpiemy od siebie inspiracje – mówi z przekonaniem.

LUCAS LEANDRO MARGULIS

Lucas Margulis jest uznanym i wszechstronnie uzdolnionym biznesmenem, który postanowił połączyć swoje pasje w przestrzeni eventowej. Zarządza firmami PURE Entertainment & Audio/Visual, High Bar Hospitality & Event Group i Lucreative. W 2021 roku zdobył globalne uznanie jako najbardziej rozpoznawalny specjalista ds. wydarzeń, a rok później został uznany przez BizBash za jednego z 250 najbardziej wpływowych profesjonalistów zajmujących się wydarzeniami w Kanadzie. W 2023 roku przyznano mu nagrody w międzynarodowym konkursie Eventex (100 najbardziej wpływowych osób w branży eventowej, 50 najbardziej wpływowych event managerów, 50 najbardziej wpływowych osób w branży eventowej w regionie USA i Kanady), doceniając w ten sposób jego kreatywność, wizję i innowacyjność.

W wolnym czasie…

Margulis jest człowiekiem zdecydowanie kreatywnym i rodzinnym. Stara się zgrabnie balansować między pracą, rozwijaniem pasji i spędzaniem czasu z najbliższymi. Jak sam przyznaje, kiedy jego dzieci idą spać, a dzień dobiega końca, ceni sobie tę wolną chwilę, aby wyjść na zewnątrz i cieszyć się jedną ze swoich ulubionych rozrywek. Dodatkowo zajmuje się prowadzeniem zainicjowanej przez siebie grupy na Facebooku, która powstała jeszcze za czasów pandemii, o nazwie „Przejmij moją umowę na wydarzenie" („Take over my event contract"). Jest to platforma dla osób w Ontario (prowincja kanadyjska), które chcą sprzedawać, przekazywać lub zawierać umowy z firmami lub dostawcami zajmującymi się wydarzeniami. – Poświęcony temu czas i mój skromny wkład pomógł wielu osobom odzyskać tysiące dolarów, które w przeciwnym razie zostałyby stracone. Umożliwił też nowym klientom rezerwację obiektów po obniżonych cenach i zapewnił dostawcom utrzymanie przychodów w celu dalszego prowadzenia swojej działalności – podsumowuje.

■ Abigaila Kruszyk