

## **Piotr Karasiński**, El Padre sp. z o.o., Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Realizacji

w latach 1998-2005 pracował w jednej z największych agencji koncertowych w Polsce - Viva Art Music gdzie był I lub II kierownikiem produkcji przy koncertach takich artystów jak: Kayah&Bregović, Ennio Morricone, Tom Waits, Iggy Pop, Electric Light Orchestra, Placido Domingo, Mark Knopfler, Depeche Mode, Peter Gabriel, Cesaria Evora, Ivo Mendes i wielu innych. Oprócz pracy przy koncertach był także kierownikiem produkcji widowisk estradowych oraz musicali takich jak m.in.: Magiczne Show Davida Copperfielda, Taneczno-teatralne Show grupy „Barrage Vagabond Tales”, Show grupy „Chippendales” czy musical „Kwiaty we włosach”. Był także agentem koncertowym takich artystów jak Robert Janson, Varius Manx oraz Maryla Rodowicz. Był Tour Managerem na trasie koncertowej zespołu Lombard po USA . W Viva Art Music był także odpowiedzialny za organizację eventów. Między innymi dla takich klientów jak: BPH, PBK , Hestia, Nordea Bank, Orlen, Pekao SA . W latach 2006 – 2010 pracował w Eskadra Events, zaczynając jako Event Manager a następnie awansując na stanowisko dyrektora działu realizacji. W 2010 po zmianie nazwy spółki na El Padre zostaje Członkiem Zarządu oraz nadal pełni funkcję Dyrektora Realizacji. Jest odpowiedzialny za nadzór produkcyjny nad wszystkim projektami oraz pracę przy kluczowych imprezach realizowanych przez agencję. W roku 2013 został powołany na stanowisko Wiceprezesa Zarządu.

Pracował i pracuje m.in. dla takich klientów jak: Polkomtel, PZU, Toyota Motor Poland (marki Toyota i Lexus), Peugeot, SONY Poland, Sony Europe, L'OREAL, JTI , PPL, KIR , Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, PKP Cargo, Produkt Roku, Telewiza AXN, Gothaer, RWE. Współorganizował lub nadzorował produkcję licznych kampanii eventowych i ambientowych, m.in.: Lexus – kampanie promocyjne i sprzedażowe w tym Lexus Fashion Night 6 z udziałem światowej gwiazdy Milli Jovovich, Sony – projekt Sony Open House – event pokazujący corocznie premierowe produkty Sony pracownikom, sieciom sprzedaży, dziennikarzom z Polski oraz krajów regionu Europy Środkowo – Wschodniej (lata 2010-2012), Gale wręczenia nagród w konkursie „Produkt Roku” – nagradzające najlepsze i najbardziej innowacyjne produkty jakie pojawiły się na rynku w danym roku, Wakacyjny roadshow „Studio Plus” dla Polkomtel, Letnia kampania promocyjna Plusa (LTE) i Must Be The Music w największych polskich kurortach na Mazurach i nad morzem oraz podczas Festiwalu w Sopocie, Kampania promocyjno - ambientowa związana z otwarciem Portu Lotniczego Modlinie, Roadshow „Peugeot Używany Gwarantowany” dla Peugeot Polska – kampania marketing service z wykorzystaniem radia, prasy, outdooru, Internetu, działań ambientowych oraz dwudniowych imprez promocyjnych w wybranych salonach, Sony 3D Roadshow – działania promocyjne z użyciem ekspozycyjnego trucka prowadzone w Polsce, Czechach, Słowacji i Słowenii, Specjalna strefa promocyjna PZU przy Zamku Królewskim podczas Nocy Muzeów prezentująca PZU jako wieloletniego mecenasa Zamku Królewskiego, Impreza masowa „Z Trójką Bezpiecznie do celu” – promująca bezpieczną jazdę - projekt realizowany dla PZU i Polskiego Radia 3, Realizacja stref sprzedażowych marki Camel i Winston dla concernu JTI na największych festiwalach muzycznych i wydarzeniach kulturalnych w Polsce w latach 2010 – 2014. Wielkoformatowe projekcje multimedialne dla Ministerstwa Rozwoju Regionalnego poprzedzone kampanią promocyjną pokazującą efekty działania Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. W latach 2006-2014 koordynuje uroczystość „Marsz Żywych” na terenie obozu Auschwitz-Birkenau w którym co roku uczestniczy kilkanaście tysięcy osób. W roku 2010 był także odpowiedzialny za organizację uroczystości upamiętniających wyzwolenie obozu Auschwitz-Birkenau. W uroczystościach tych udział brały najwyższe władze państwowe RP.

