

la folle  
journée  
DE VARSOVIE

Szalone Dni Muzyki  
2016

la nature

Oferta współpracy

# Historia Szalonego Festiwalu



- **największy na świecie festiwal muzyki klasycznej** pod względem liczby koncertów, występujących artystów i zgromadzonej publiczności
- **po raz pierwszy odbył się w 1995 roku we francuskim Nantes**, wkrótce jego coroczne edycje przeniosły się do Lizbony, Bilbao, Tokio, Rio de Janeiro, Jekaterynburga, a także do Warszawy (od 2010)
- pomysłodawcą i dyrektorem artystycznym jest **René Martin**

# Historia Szalonego Festiwalu

Szalone Dni Muzyki 2016 na świecie

23-25 września

**Polska**

lipiec

**Rosja**

kwiecień-maj

**Japonia**

styczeń-luty

**Francja**



## La Folle Journée / Szalone Dni Muzyki Geneza



„Pomysł na ten festiwal przyszedł mi do głowy po obejrzeniu wraz z moimi dziećmi koncertu U2 na stadionie. Zobaczyłem tam 35 tysięcy młodych ludzi i pomyślałem: 'Dlaczego ci ludzie nie mieliby przyjść posłuchać muzyki klasycznej?' Z tej myśli narodziła się decyzja stworzenia nowego projektu, nowej koncepcji, która pozyska tę właśnie nową publiczność. Tak więc idea festiwalu ma coś z koncertu rockowego - uznanie zabawy, przyjemności i wspólnego przeżywania.”

- René Martin, Warszawa -

## Misja: 'Odbrać' muzykę klasyczną

- popularyzowanie i przybliżanie muzyki klasycznej jak najszerszej publiczności, od najmłodszych dzieci, przez młodzież, rodziny z dziećmi oraz osoby dojrzałe
- główne filary projektu:
  - **przystępna długość koncertu:** do 60 minut
  - **swobodna atmosfera** całego wydarzenia:  
nie obowiązują stroje wieczorowe
  - **wysoki poziom artystyczny:** obecność światowej sławy wirtuozów
  - **indywidualny dobór programu:**  
wiele koncertów w jednym czasie i miejscu,  
specjalne koncerty dla dzieci
  - **programy edukacyjne**
  - **symboliczne ceny biletów**



# Szalone Dni Muzyki w Polsce

**6 edycji, 19 dni**, prawie **450 Koncertów**, ponad **5 000 artystów**, ok. **200 000 słuchaczy** i uczestników programów edukacyjnych towarzyszących festiwalowi

- 2010 **Chopin Open**
- 2011 **Les Titans**
- 2012 **Rosja**
- 2013 **Muzyka Francuska i Hiszpańska**
- 2014 **Ameryka**
- 2015 **Pasje Serca i Duszy**

## ORGANIZATORZY



Instytucja Kultury  
m.st. Warszawy



Fundacja Ogrody Muzyczne



# Szalone Dni Muzyki w Polsce



# Szalone Dni Muzyki 2015 Promocja

- reklama w przestrzeni miejskiej w Warszawie:
  - spoty w autobusach i tramwajach, na ekranach LED, słupy Warexpo
- produkcja i dystrybucja materiałów promocyjnych
  - ulotki, plakaty, bannery, torby, koszulki itd.
- reklama w Gazecie Wyborczej
- konferencja prasowa (ok. 60 dziennikarzy)
- prowadzenie strony [www.szalonednimuzyki.pl](http://www.szalonednimuzyki.pl)
- fanpage na Facebooku
- produkcja 30-minutowego reportażu filmowego z festiwalu
- akcja ambientowa w centrum handlowym







# Media o Festiwalu Zapowiedzi i relacje (wybór)

- **PRASA:**

Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Super Express, Polityka, Metro Cafe Warszawa, Polish Market, Dziennik Gazeta Prawną, Stolica, Ruch Muzyczny

- **TELEWIZJA:**

Pytanie na śniadanie (TVP2), Qadrans Qltury (TVP Warszawa), Informacje Kulturalne (TVP Kultura), Kulturalni.pl (TVP Polonia)

- **RADIO:**

Radio RMF FM, Radio Zet, PR 2, Radio RMF Classic, Radio TOK FM, RDC, Radio Złote Przeboje

- **INTERNET:**

wiadomości.gazeta.pl, rp.pl, tvp.pl, wyborcza.pl, money.pl, culture.pl, czasdzieci.pl, national-geographic.pl, polskieradio.pl, studentnews.pl



SZALONE DNI MUZYKI

## 60 koncertów w trzy dni

### POD PATRONATEM MIĘDZYSYMPONICZNYCH

ANNA S. DEBOWSKA

Dziękuję, proszę, za udział w 60 koncertach... (text continues)



Az trzykrotnie zagrają... (text continues)

Wieloletni muzyk... (text continues)



## Szalone Dni Muzyki 2016

**3 dni – 60 koncertów-  
1000 artystów**

**23-25 września 2016**

temat: **Natura**

**znakomici artyści z  
różnych krajów**

**Teatr Wielki – Opera  
Narodowa**

**niestandardowe** formy  
prezentacji muzyki  
klasycznej

w programie **utwory inspirowane naturą**, w tym  
kompozycje m.in. Vivaldiego, Haendla, Beethovena,  
Czajkowskiego, Piazzolli, Strawińskiego i Richtera.



## Programy edukacyjne

- **AKCJA LABIRYNT** - warsztaty artystyczne dla dzieci w wieku szkolnym i nauczycieli
  - cel: wzbudzenie zainteresowania sztuką i aktywnością artystyczną zwłaszcza w dziedzinie muzyki
  - nowe spojrzenie na uczestnictwo w kulturze muzycznej i na edukację muzyczną – forma edukacji, która wyzwala kreatywność i pozytywną energię
- **SMYKOFONIA** - specjalne koncerty dla melomaluszków do 5 roku życia
- **KONCERTY MŁODYCH WYKONAWCÓW** - najlepszych zespołów z polskich szkół muzycznych





# Oferty Partnerskie

oferta dla  
**PARTNERÓW WYDARZENIA**

WSPARCIE: **15 000-25 000 PLN**

# Oferta dla Partnera Wydarzenia

Wsparcie **15 000 PLN**

## Świadczenia wizerunkowe

Tytuł **PARTNERA WYDARZENIA**

Logotyp w materiałach:

strona **www**

program/ulotka  
– nakład **5 000**

plakat – nakład  
**350**

program –  
nakład **18 000**

reportaż **video**

materiały prasowe  
(nazwa) – nakład  
**840**

teren festiwalu  
(ścianki, siatki,  
bannery)

## Świadczenia pozostałe

**2 podwójne** zaproszenia na  
**koktajl** po koncercie

**3 podwójne** zaproszenia na  
koncert inauguracyjny

**6 podwójnych** zaproszeń na  
pozostałe **koncerty**

# Oferta dla Partnera Wydarzenia

Wsparcie **20 000 PLN**

## Świadczenia wizerunkowe

Tytuł **PARTNERA WYDARZENIA**

Logotyp w materiałach:

strona **www**

program/ulotka  
– nakład **5 000**

plakat – nakład  
**350**

program –  
nakład **18 000**

reportaż **video**

materiały prasowe  
(nazwa) – nakład  
**840**

teren festiwalu  
(ścianki, siatki,  
bannery)

## Świadczenia pozostałe

**3 podwójne** zaproszenia na  
**koktajl** po koncercie

**4 podwójne** zaproszenia na  
koncert inauguracyjny

**8 podwójnych** zaproszeń na  
pozostałe **koncerty**

# Oferta dla Partnera Wydarzenia

Wsparcie **25 000 PLN**

## Świadczenia wizerunkowe

Tytuł **PARTNERA WYDARZENIA**

Logotyp w materiałach:

strona **www**

program/ulotka  
– nakład **5 000**

plakat – nakład  
**350**

program –  
nakład **18 000**

reportaż **video**

materiały prasowe  
(nazwa) – nakład  
**840**

teren festiwalu  
(ścianki, siatki,  
bannery)

## Świadczenia pozostałe

**4 podwójne** zaproszenia na  
**koktajl** po koncercie

**5 podwójne** zaproszenia na  
koncert inauguracyjny

**10 podwójnych** zaproszeń na  
pozostałe **koncerty**

# Oferta dla Sponsora

Wsparcie **150 000 PLN**

## Świadczenia wizerunkowe

Tytuł SPONSORA

Logotyp w materiałach:

strona **www**

program/ulotka  
– **nakład 5 000**

zaproszenie –  
nakład **1 500**

**spot** – komunikacja  
miejska

plakat – nakład  
**350**

program –  
nakład **18 000**

spot **LED**  
Cepelia

wkładka do **Co  
jest grane**

reportaż **video**

materiały prasowe  
(nazwa) – nakład  
**840**

reklama **nasze  
miasto**

materiały prasowe  
(nazwa) – nakład  
**840**

**teren** festiwalu  
(ścianki, siatki,  
bannery, monitory)



# Oferta dla Sponsora

Wsparcie **150 000 PLN**

## Świadczenia dodatkowe

Tytuł SPONSORA

**14 podwójnych** zaproszeń na  
**koktajl** po koncercie

**14 podwójnych** zaproszeń na  
koncert inauguracyjny

**10 podwójnych** zaproszeń na  
koncert finałowy

**35 podwójnych** zaproszeń na  
pozostałe **koncerty**

## Lawendowy ogród Planowane świadczenie dodatkowe\*

Dodatkowe wsparcie **20 000 PLN**

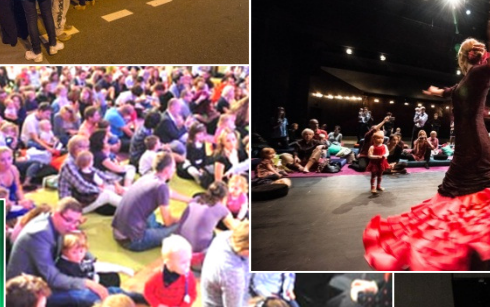
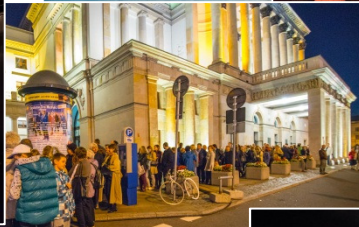


**Ekspozycja logotypu w  
Lawendowym ogrodzie przed  
Teatrem Wielkim Operą  
Narodową**

## Dlaczego warto wspierać festiwal Szalone Dni Muzyki?

- przyciąga **wielotysięczną publiczność**
- oferuje masowy dostęp do szerokiej oferty **kultury wysokiej**
- ma wielki wkład w **popularyzowanie** muzyki klasycznej
- ma rozbudowany **program edukacyjny**, popularyzujący muzykę wśród dzieci i młodzieży
- ma ogromny odzew **medialny**
- buduje **silną pozycję** Sponsorów projektu, jako firm i instytucji **zaangażowanych** społecznie, dla których wspieranie kultury i edukacji jest wartością

la folle  
journée  
DE VARSOVIE





Sinfonia  
ORKIESTRA  
Warszawa

Instytucja Kultury  
m.st. Warszawy



## Kontakt

### **Blanka Gołaszewska**

Kierownik impresariatu

M +48 602 474 665

T +48 22 582 70 83

@ [imp@sinfoniavarsovia.org](mailto:imp@sinfoniavarsovia.org)

[www.sinfoniavarsovia.org](http://www.sinfoniavarsovia.org)

### **Natalia Daca**

Kierownik Działu Marketingu

M + 48 662 154 305

T + 48 22 582 70 88

F + 48 22 582 70 84

@ [natalia.daca@sinfoniavarsovia.org](mailto:natalia.daca@sinfoniavarsovia.org)

[www.sinfoniavarsovia.org](http://www.sinfoniavarsovia.org)