

La Folle Journée  
2016

# la nature

Offre de coopération



# Histoire de la Folle Journée



- **le plus grand festival de musique classique** au monde en termes de nombre de concerts, d'artistes et de fréquentation.
- **il a eu lieu pour la première fois en 1995 à Nantes**, puis, ses éditions annuelles ont été déplacées à Lisbonne, Bilbao, Tokyo, Rio de Janeiro, Ekaterinbourg, et aussi à Varsovie (depuis 2010)
- son fondateur et directeur artistique est **René Martin**

# Histoire de la Folle Journée

## La Folle Journée 2016 dans le monde

*du 23 au 25 septembre*  
**Pologne**

*juillet*  
**Russie**

*avril-mai*  
**Japon**

*janvier-février*  
**France**



# La Folle Journée Genèse



« L'idée du festival m'est venue à l'esprit après un concert de U2 au stade auquel j'ai assisté avec mes enfants. J'y ai vu 35 000 jeunes et je me suis demandé : « Pourquoi ces gens ne viendraient-ils pas écouter de la musique classique ? » Cette idée a donné vie à la décision de créer un nouveau projet, un nouveau concept, qui attirerait juste ce nouveau public. L'idée du festival a donc quelque chose d'un concert de rock – la reconnaissance d'un divertissement, d'un plaisir et d'une expérience vécue en commun.

- René Martin, Varsovie -

## Mission : « démystifier » la musique classique

- vulgarisation de la musique classique auprès du public le plus large possible, à partir des plus jeunes enfants, les jeunes, les familles avec des enfants et les personnes d'âge mûr
- principaux piliers du projet :
  - une **durée raisonnable de chaque concert** : 6
  - une **ambiance décontractée** durant tout l'événement sans tenues de soirée obligatoires
  - **un haut niveau artistique** : présence de virtuoses de renommée mondiale
  - **sélection individuelle du programme** : de nombreux concerts au même moment et au même lieu, des concerts dédiés aux enfants
  - **programmes éducatifs**
  - **prix des billets symboliques**



# La Folle Journée en Pologne

**6 éditions, 19 jours**, près de **450 concerts**, plus de **5 000 artistes**, environ **200 000 auditeurs** et participants aux programmes éducatifs accompagnant le festival

- 2010 **Chopin Open**
- 2011 **Les Titans**
- 2012 **Russie**
- 2013 **Musique française et espagnole**
- 2014 **Amérique**
- 2015 **Passions de l'âme et du cœur**

## ORGANISATEURS



Instytucja Kultury  
m.st. Warszawy





# La Folle Journée en Pologne



# La Folle Journée 2015 Promotion

- publicité dans l'espace public à Varsovie
  - affichage dans des bus et tramways, sur des écrans LED, des poteaux Warexpo
- production et distribution de matériel promotionnel
  - tracts, affiches, bannières, sacs, T-shirts, etc.
- publicité dans le quotidien polonais « Gazeta Wyborcza »
- conférence de presse (env. 60 journalistes)
- site Internet [www.szalonednimuzyki.pl](http://www.szalonednimuzyki.pl)
- fanpage sur Facebook
- réalisation d'un documentaire vidéo de 30 minutes pendant le festival
- événement d'ambiance dans un centre commercial





## Médias sur le Festival

### Annonces et relations (sélection)

- **PRESSE :**

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

- **TÉLÉVISION :**

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



# La Folle Journée 2016

**3 jours – 60 concerts –  
1000 artistes**

**les 23-25 septembre  
2016**

thème : **Nature**

**artistes exceptionnels**  
venant de différents pays

**Grand Théâtre – Opéra  
National (Teatr Wielki –  
Opera Narodowa)**

formes de présentation  
de la musique classique  
**non standard**

au programme, des **œuvres inspirées par la nature**, y  
compris celles de Vivaldi, Haendel, Beethoven, Tchaïkovski,  
Piazzolla, Stravinsky et Richter.



# Programmes éducatifs

- **ACTION LABYRINTHE** – ateliers d'art pour les enfants d'âge scolaire et les enseignants
  - objectif : éveiller l'intérêt pour l'art et l'activité artistique, en particulier en matière de musique
  - un nouveau regard sur la participation à la culture musicale et l'éducation musicale
    - une forme d'éducation qui donne libre cours à l'imagination et libère une énergie positive
- **SMYKOFONIA** – concerts dédiés aux petits mélomanes jusqu'à l'âge de 5 ans
- **CONCERTS DE JEUNES ARTISTES** – les meilleurs groupes d'écoles de musique polonaises





# Offres partenaires

offre pour  
**LES PARTENAIRES DU FESTIVAL**

**SOUTIEN : 15 000-25 000 PLN**

# Offre pour le Partenaire du Festival

Soutien **15 000 PLN**

## Avantages liés à la promotion de l'image

Titre de **PARTENAIRE DU  
FESTIVAL**

Logotype dans les matériaux  
suivants :

site **www**

programme/tract  
– **tirage 5 000**

affiche – tirage  
**350**

programme –  
tirage **18 000**

documentaire  
**vidéo**

communiqués de  
presse (nom) –  
tirage **840**

site du festival  
(panneaux, bannières  
micro-perforées,  
bannières)

## Autres avantages

**2** invitations **doubles** à un **cocktail**  
après concert

**3** invitations **doubles** au concert  
d'ouverture

**6** invitations **doubles** à d'autres  
**concerts**

# Offre pour le Partenaire du Festival

Soutien **20 000 PLN**

## Avantages liés à la promotion de l'image

Titre de **PARTENAIRE DU  
FESTIVAL**

Logotype dans les matériaux  
suivants :

site **www**

programme/tract  
– **tirage 5 000**

affiche – tirage  
**350**

programme –  
tirage **18 000**

documentaire  
**vidéo**

communiqués de  
presse (nom) –  
tirage **840**

site du festival  
(panneaux, bannières  
micro-perforées,  
bannières)

## Autres avantages

**3** invitations **doubles** à un **cocktail**  
après concert

**4** invitations **doubles** au concert  
d'ouverture

**8** invitations **doubles** à d'autres  
**concerts**



# Offre pour le Partenaire du Festival

Soutien **25 000 PLN**

## Avantages liés à la promotion de l'image

Titre de **PARTENAIRE DU  
FESTIVAL**

Logotype dans les matériaux  
suivants :

site **www**

programme/tract  
– **tirage 5 000**

affiche – tirage  
**350**

programme –  
tirage **18 000**

documentaire  
**vidéo**

communiqués de  
presse (nom) –  
tirage **840**

site du festival  
(panneaux, bannières  
micro-perforées,  
bannières)

## Autres avantages

**4** invitations **doubles** à un **cocktail**  
après concert

**5** invitations **doubles** au concert  
d'ouverture

**10** invitations **doubles** à d'autres  
**concerts**

# Offre pour le Sponsor

Soutien **150 000 PLN**

## Avantages liés à la promotion de l'image

Titre de SPONSOR

Logotype dans les matériaux suivants :

site **www**

programme/tract  
– **tirage 5 000**

invitation –  
tirage **1 500**

**spot** – transports en  
commun

affiche – tirage  
**350**

programme –  
tirage **18 000**

spot **LED**  
Cepelia

encart  
publicitaire dans  
***Co jest grane***

documentaire  
**vidéo**

communiqués de  
presse (nom) –  
tirage **840**

publicité dans  
***nasze miasto***

communiqués de  
presse (nom) –  
tirage **840**

**terrain** du festival  
(panneaux, bannières  
micro-perforées,  
bannières, écrans)

# Offre pour le Sponsor

Soutien **150 000 PLN**

## Autres avantages

Titre de SPONSOR

**14** invitations **doubles** à un  
**cocktail** après concert

**14** invitations **doubles** au concert  
d'ouverture

**10** invitations **doubles** à d'autres  
**concerts**

**35** invitations **doubles** à d'autres  
**concerts**



# Jardin de lavande

## Avantage supplémentaire prévu\*

Soutien supplémentaire **20 000 PLN**



**Exposition du logo dans le jardin  
de lavande en face du Grand  
Théâtre – Opéra National**

# Pourquoi soutenir le festival La Folle Journée ?

- il attire **plusieurs milliers** de personnes
- il offre un accès de masse à une large gamme de **haute culture**
- il contribue énormément à la **vulgarisation** de la musique classique
- il est accompagné d'un vaste **programme éducatif** popularisant la musique chez les enfants et les adolescents
- il est très présent dans les **médias**
- il construit une **forte position** de ses Sponsors, en tant qu'entreprises et institutions socialement **engagées**, pour lesquelles la promotion de la culture et de l'éducation constitue une certaine valeur



la folle  
journée  
DE VARSOVIE





## Contact

### **Mme Blanka Gołaszewska**

Responsable d'organisation  
d'événements artistiques

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)

### **Mme Natalia Daca**

Responsable marketing

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)