

ФЕСТИВАЛЬ КРАСОК SKUOFF : HOLI 2016

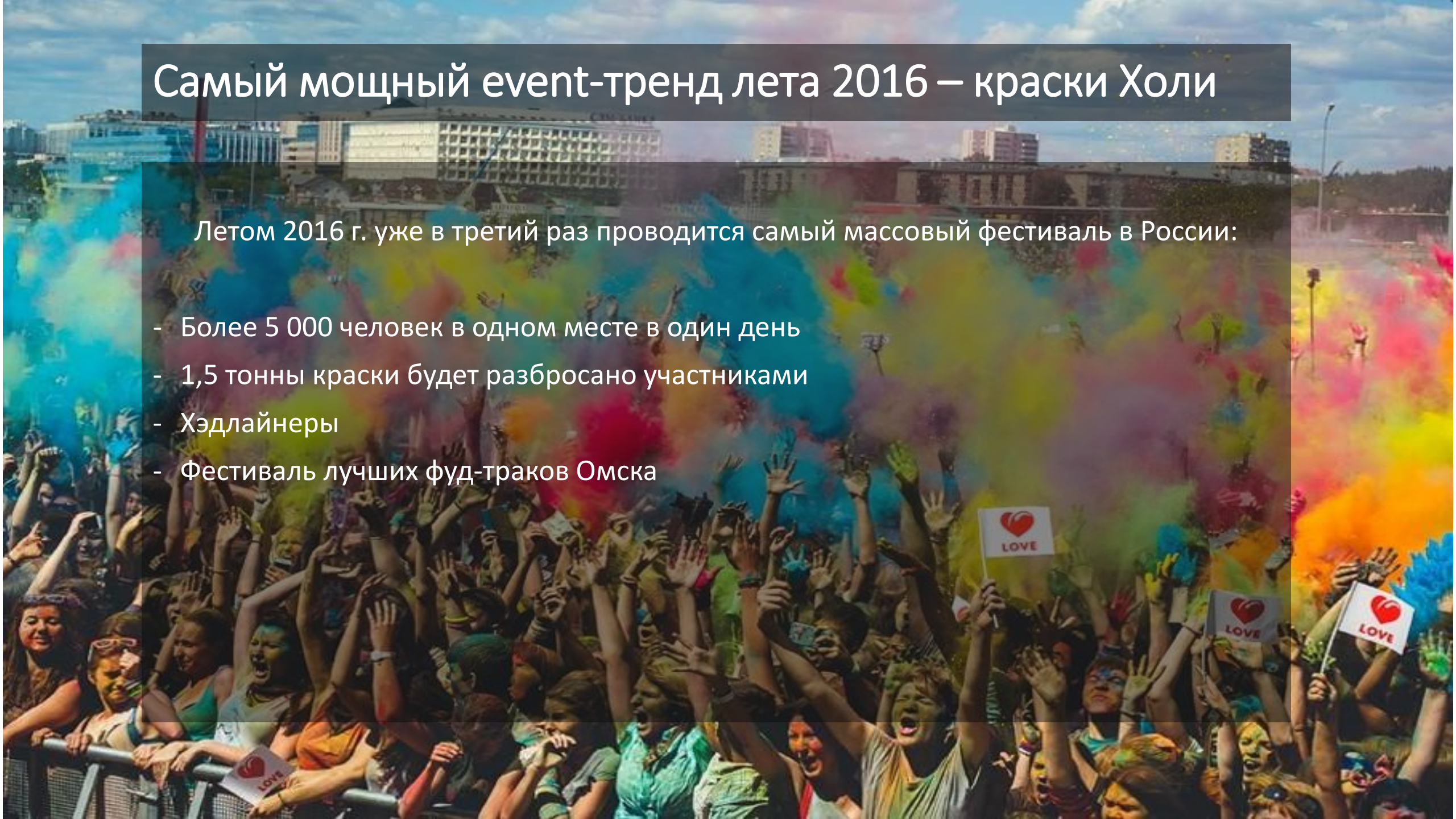
более 5 000 участников

Парк "Зеленый Остров"

Самый мощный event-тренд лета 2016 – краски Холи

Летом 2016 г. уже в третий раз проводится самый массовый фестиваль в России:

- Более 5 000 человек в одном месте в один день
- 1,5 тонны краски будет разбросано участниками
- Хэдлайнеры
- Фестиваль лучших фуд-траков Омска

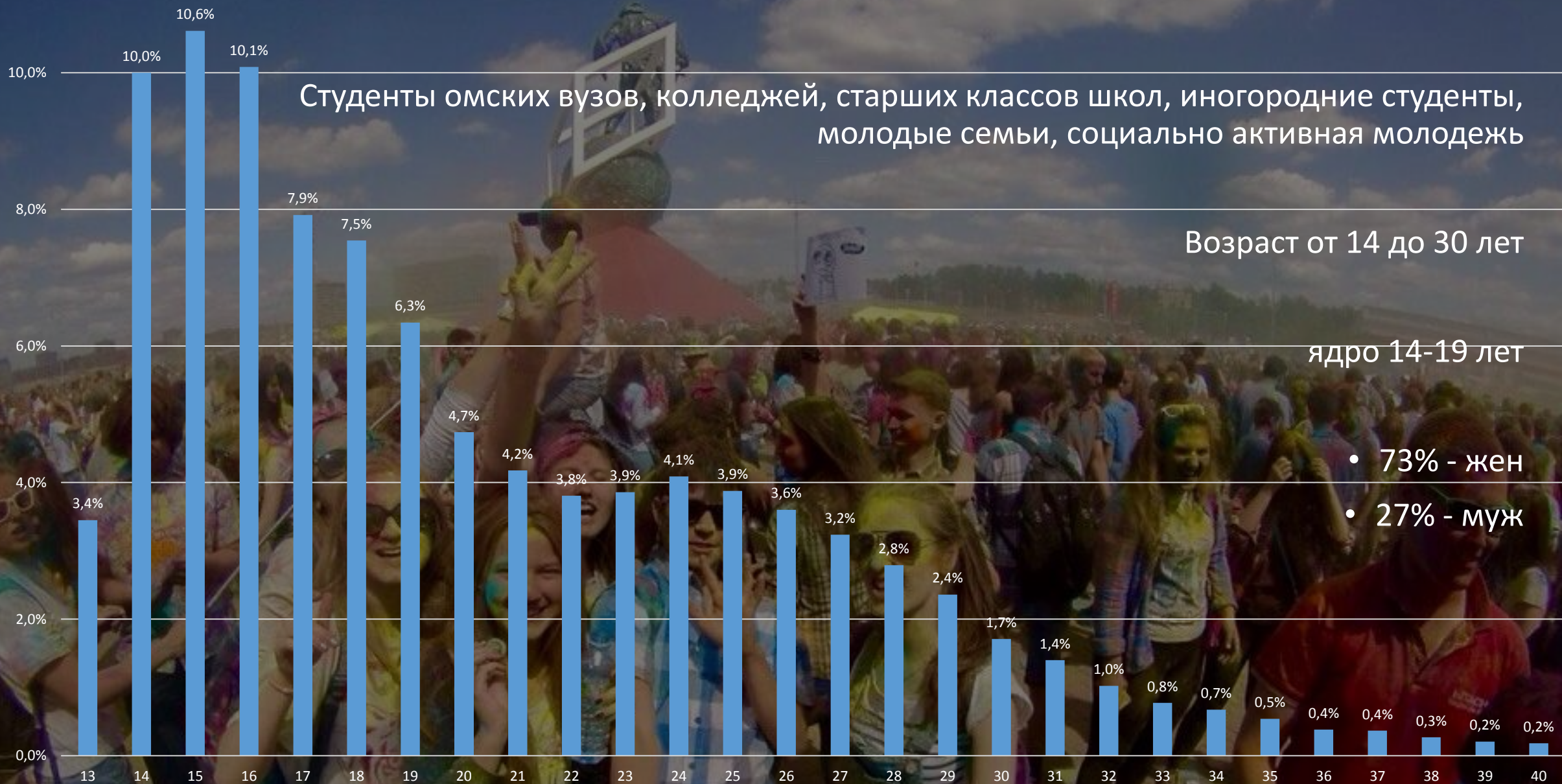


Студенты омских вузов, колледжей, старших классов школ, иногородние студенты,
молодые семьи, социально активная молодежь

Возраст от 14 до 30 лет

ядро 14-19 лет

- 73% - жен
- 27% - муж



Возраст участников

Концепция фестиваля

Фестиваль Holi Day – это уникальный праздник. Только здесь с ощущением полной безопасности на одной площадке отрываются родители с малышами, подростки и молодые люди 19-30 лет. Это красочная магия: раскрашенные и чумазые, люди чувствуют удивительную сопричастность друг другу. Здесь нет комплексов и все равны. Здесь каждый вновь как ребенок, беззаботный и счастливый без алкоголя.

Мы ищем партнеров, продукция которых органично впишется в формат праздника и будет интересна нашей аудитории.

Фестиваль разделен на зоны:

- Самая массовая – сцена и большая площадь перед сценой. Здесь выступают диджеи, певцы, танцоры. Ведущие отсчитывают время и объявляют массовые залпы краски;
- Зона продажи краски находится самом центре площадки и также всегда заполнена народом;
- На фестивале красок обязательно есть интересный фуд-корт. Это вагончики с едой. Фуд-траки ярко оформлены и предлагают недорогую, но интересную кухню. Хорошая еда позволяет удерживать посетителей дольше на 2-4 часа;
- Зоны для фото обычно оформляют спонсоры.

Фуд-корт

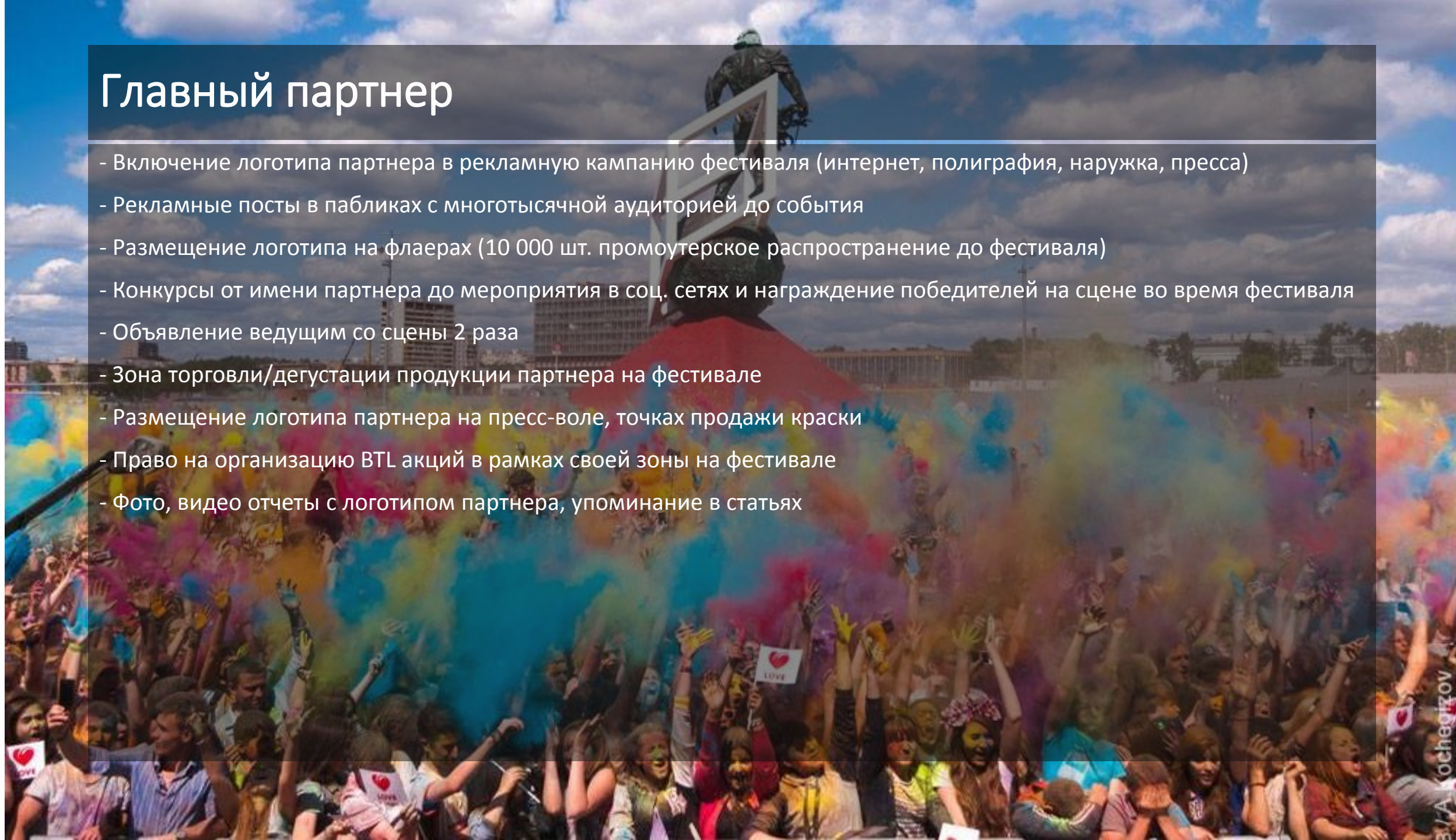
- Фуд-корт на празднике Holi тоже особенный – это не просто еда, а отдельный фестиваль фуд-траков
- Мы отбираем самые красивые, оригинально оформленные фургоны
- Несколько фуд-траков: у каждого своя концепция и свое коронное блюдо
- Рекламные возможности на фуд-корте: брендинг торговых точек, брендинг холодильников, продажа продукции, сэмплинг

Генеральный партнер

- Интегрирование имени и символики партнера в название фестиваля и всю PR-кампанию
- Включение имени партнера во все виды рекламы фестиваля (интернет, полиграфия, наружка, радио, пресса)
- Рекламные посты в пабликах с многотысячной аудиторией до события
- Размещение на флаерах (10 000 шт. промоутерское распространение до фестиваля)
- Конкурсы от имени партнера до мероприятия в соц. сетях и награждение победителей на сцене во время фестиваля
- Объявление ведущими со сцены 7 раз
- Зоны торговли/дегустации продукции партнера на фестивале
- Брендирование зон фестиваля: сцена, пресс-вол, точки продажи краски, фуд-корт
- Право на организацию BTL акций на всей территории фестиваля
- Формирование фото, видео отчетов и статей не рекламного характера с включением имени и продукции партнера

Главный партнер

- Включение логотипа партнера в рекламную кампанию фестиваля (интернет, полиграфия, наружка, пресса)
- Рекламные посты в пабликах с многотысячной аудиторией до события
- Размещение логотипа на флаерах (10 000 шт. промоутерское распространение до фестиваля)
- Конкурсы от имени партнера до мероприятия в соц. сетях и награждение победителей на сцене во время фестиваля
- Объявление ведущим со сцены 2 раза
- Зона торговли/дегустации продукции партнера на фестивале
- Размещение логотипа партнера на пресс-воле, точках продажи краски
- Право на организацию BTL акций в рамках своей зоны на фестивале
- Фото, видео отчеты с логотипом партнера, упоминание в статьях



Официальный партнер

- Включение логотипа партнера в рекламную кампанию фестиваля (интернет, полиграфия, наружка)
- Рекламные посты в пабликах с многотысячной аудиторией до события
- Размещение логотипа на флаерах (10 000 шт. промоутерское распространение до фестиваля)
- Флажки участникам (1 000 шт)
- Размещение логотипа партнера на пресс-воле, точках продажи краски
- Право на организацию BTL акций в рамках своей зоны на фестивале
- Фото, видео отчеты с логотипом партнера

