

ART

21 JUN - 30 JUN

BATTALION

FESTIVAL VOL.3



# ÍNDICE

EL FESTIVAL



EL EQUIPO



EL ESPACIO



CONTENIDO



AUDIENCIA



COMUNICACIÓN



PROGRAMACIÓN



PATROCINIO



PRESUPUESTO



# EL FESTIVAL

**Art Battalion Festival** es un lugar de producción, contemplación y reflexión que busca el estímulo para la creación y disfrute del Arte en todas sus formas.

## FECHA Y LUGAR

21-30 de junio 2018 en White Lab  
Entrada gratuita

## CÓMO

Realizando prácticas artísticas de creación, divulgación y experimentación del arte contemporáneo que además posibilita la coproducción y la colaboración artística entre creadores, público y entorno.

## ORÍGENES

En octubre de 2016, **Álvaro Borobio**, artista visual, fue uno de los creadores de Temporary Artistic Zone (TAZ), en 2017 White Lab se une al proyecto creando la primera edición de Art Battalion Festival.

## POR QUÉ

ABF permite interactuar y reflexionar usando diversos acercamientos al arte como herramienta y como lenguaje al público.

## PARTICIPANTES

Creadores y artistas contemporáneos que dan vida al espacio y sus redes, además de investigadores, teóricos del arte, diseñadores, comunicadores, docentes, curadores y estudiantes

## ACTIVIDADES

Además de la exposición incluye talleres, conferencias, arte en vivo...





# EL ESPACIO

White Lab es un **espacio multidisciplinar** a pie de calle en pleno barrio de Chamberí

Es una gran **galería de arte** para exposiciones periódicas.



También encontrarás una amplia y cómoda zona de **coworking** y otra de **chill-out**.

Organizamos y celebramos **fiestas privadas y eventos de empresa**, animados por las barras que tiene instaladas en sus dos plantas.





# CONTENIDO

## INTERVENCIÓN

## IMPLICACIÓN

## INTERACCIÓN

Estos son los **tres conceptos** clave de este festival de arte, en el que los proyectos artísticos romperán los esquemas clásicos de una exposición para crear verdadera **interconexión** entre **creación, público y espacio**.

Con este objetivo, durante el pasado año la **convocatoria Art Battalion**, abierta para que artistas de todos los ámbitos presentaran su propuesta, tuvo un éxito notable en cuanto a cantidad recibida y la calidad mostrada por los proyectos.

Y para ir más allá en la interacción entre la comunidad, la sección artística que elige los proyectos ganadores está formada por un **jurado** elegido por el equipo Art Battalion, jueces que se dedican al sector **artístico y empresarial**. Una manera de generar valor personal, que aumenta con el tiempo y refuerza lazos en el ámbito cultural.

El resultado del año pasado fueron **9 proyectos de artes visuales** y **6 de artes performativas**, que formaron la parte más importante de la programación del festival.

Buscamos **artistas emergentes**, con motivación e implicación en las actividades programadas. Con estilos **alternativos, contemporáneos y urbanos**.



# ARTISTAS



Los artistas de anteriores ediciones colaboran de forma activa en algunas de las etapas del festival, tales como la valoración de propuestas, promoción del festival, participación en actividades/performance etc.

Para la captación de los artistas de las distintas ediciones, hemos realizado **convocatoria online**, donde recibiremos dossier, solicitud y estamos abiertos a ofertas culturales como talleres, performance, conciertos acústicos...

## ARTISTAS EDICIONES ANTERIORES



Pin  
Vega



Silvia  
Verena



Paco  
Candela



Abel  
Silva



Jair  
Leal



Therese  
Ravit



Marco  
Prieto



Silvia  
Veloso



Jose  
Palacios



Magda  
Arnaud



Marta  
Lapeña



Quinto  
Espacio



# AUDIENCIA

## PERFIL

60% Adultos mayores de 30 años

30% Jóvenes (18-30)

10% Niños y personas mayores de 70 años



## EXPERIENCIA

Interés de la audiencia: curiosidad por ver cómo trabaja el artista, realizar actividades conjuntas, conocer nuevos artistas y movimientos culturales.

Es un perfil variado, suelen ser seguidores de los artistas con los que hemos trabajado.

## CÓMO CAPTARLOS

A través de las redes sociales de los artistas, ofertas, concursos, regalos y actividades atractivas e interactivas.





# COMUNICACIÓN

## ON-LINE Y OFFLINE

Plan de Comunicación 2.0 Gestión de Social Media. Gestión y realización de contenidos, captación de fans y seguidores, establecimiento de contacto con líderes de opinión (instagrammers, bloggers, youtubers...).

Cubrimos las tareas de un gabinete de prensa: elaboración de dossier de prensa, coordinación y preparación de encuentros con los medios, atención personalizada a las necesidades de los medios, elaboración de agenda de medios, presencia y atención personalizada durante el festival y elaboración y lanzamiento de notas de prensa, comunicados y convocatorias.

## AUDIOVISUALES

### Spot promocional de 30 segundos para redes:

Creatividad, grabación, realización y edición de un spot previo al festival que genere expectación.

### Spot de 2 minutos con la programación:

Creatividad, edición y postproducción de spot de programación con material de las compañías.

### Documentación del festival:

Fotografía y vídeo durante el festival y todas las actividades por parte de documentalistas.

### Entrevistas Battalion:

Serie de entrevistas personalizadas a los artistas participantes y a personalidades de la cultura en el festival.





# PROGRAMACIÓN

## Jueves 21

Creación en directo e instalación de las obras de arte

Charlas y conferencias

Fiesta de inauguración

Música en directo

## Jueves 28

Actividades

Presentaciones

Performances

Sesión de música electrónica

## Sábado 30

Actividades en familia

Presentaciones

Performances

Fiesta de clausura

El espacio White Lab albergará, al tiempo que la **muestra expositiva, gran variedad de actividades paralelas** en las que tendrán cabida diferentes tipos de público.

El festival dará comienzo el **jueves 21** de junio a las 10:00, hora a partir de la cual los artistas comenzarán. La inauguración, que contará con un **DJ invitado** además de con otras sorpresas, se celebrará este mismo día a las 20:00.

La programación del **jueves 28 y sábado 30** incluye *talleres, conferencias, actividades, conciertos, proyecciones, arte en vivo, muestra de cianotipia, arte para niños...*

La intención es combinar las obras expuestas con happenings y performances para que el público pase a **formar parte e intervenga en diferentes momentos artísticos, y de este modo pueda llegar a comprender y profundizar en el arte.**

Durante Art Battalion Festival el espacio White Lab permitirá interactuar y reflexionar usando diversos acercamientos al arte como herramienta y como lenguaje.



# ANALISIS DAFO + CAME

## REALIDAD INTERNA

### DEBILIDADES

1. Localización: Barrio convencional
2. Financiación: Recursos económicos internos.
3. Poco tiempo en el sector
4. Sin espacio exterior para intervenciones.

### FORTALEZAS

1. Equipo compenetrado y funcional, con amplia experiencia en el sector.
2. Constancia del festival, es el tercer año consecutivo.
3. Fidelización de cliente y la adaptación a él.
4. Flexibilidad artística con amplia red de sectores.

### CORREGIR debilidades

1. Colaborar con circuitos de movimiento de arte contemporáneo.
2. Buscar patrocinio
3. Aprender estrategias exitosas e invertir en marketing, redes sociales y media.
4. Acto comunicado para la habilitación de un espacio público.

### MANTENER fortalezas

1. Realizar Team Building.
2. Mantener las relaciones con los artistas,
3. Fidelización del cliente, ofreciendo actividades y encuentros.
4. Adaptación a nuevas formas artísticas.

S  
O  
L  
U  
C  
I  
O  
N  
E  
S

U  
S  
O  
P  
O  
S  
I  
T  
I  
V  
O

### AFRONTAR amenazas

1. Ofrecer actividades y artistas nuevos y diferentes.
- 2/3. Aliarnos con festivales ofreciendo bebida gratuita y realizar actividades atractivas conjuntas.
4. Subir el festival en streaming y motivar a participar través del uso de las redes.

### EXPLOTAR oportunidades

1. Contactar con otro patrocinio
- 2/3. Investigar nuevas estrategias y aplicarlas en nuestros eventos.
4. Contacto con guías turísticos/hoteles para que incluyan el sitio en el recorrido

## REALIDAD EXTERNA

### AMENAZAS

1. Competencia, otras galerías en la zona como Galeria Bat Alberto Cornejo, Montsequi, Ulmacarisa, Gaudí.
2. Oferta cultural en junio (festivales de música)
3. Última semana Junio, posibles vacaciones.
4. Mercados digitales (galerías online, webs de artistas)

### OPORTUNIDADES

1. Tendencia favorables del mercado.
2. Posibilidades de ampliación estratégica.
3. Aparición de nuevas vías laborales.
4. Turismo con inquietud cultural.



# EL EQUIPO

White Lab lleva acogiendo las dos últimas ediciones de Art Battalion Fest.

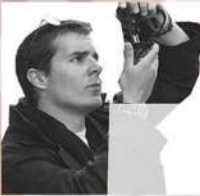
El equipo ha ido creciendo en los dos últimos años y estamos encantados de poder involucrarnos en el mundo del arte moderno a través de nuestro espacio.

## Ian Vila San José

Organizador del evento

- Contenido & Patrocinadores-

Arquitecto, artista y cofundador de White Lab, con experiencia en Centro-Europa, Pekín y Japón.



## Marina López Moro

Organizadora del evento

- Artistas & Programación -

Filóloga con máster en Mercado de Arte y Gestión de EERR, tiene experiencia en las mejores galerías y ferias como en ARCO.



## Luís Balaguer Rioja

Organizador de evento

- Financiación & Espacio -

Arquitecto y cofundador de White Lab, con experiencia en Pekín. 'Keep walking' es la manera de alcanzar sus metas.



## María Ruiz De Castroviejo

- Marketing & Contenido -

Fotógrafa y graduada en Educación Social

## Belén Kruppa

- Espacio & Artistas -

Estudiante de Comunicación Audiovisual

## Paula Carmona Pérez

- Marketing & Programación -

Gestora cultural, organizadora de eventos y diseñadora de moda.



# PATROCINIO

## COLABORACIÓN CON ACTIVIDADES PLÁSTICAS

### ¿QUÉ OFRECEMOS?

- **Publicaciones y convocatorias a prensa** relacionadas en el festival como **marca protagonista en el festival**.
- Contaremos con una producción de **vídeo resumen** del festival en el que os ofrecemos aparecer como **marca**.

### ¿QUÉ NOS PUEDEN APORTAR?

- **Actividad tipo masterclass** de vuestro producto, a un público compuesto por alrededor de 25 artistas que descubrirán las opciones en horario de máxima audiencia presencial y de medios.
- Actividad tipo **taller infantil/familiar** con vuestro producto, a modo de taller en el que niños y familias aprenden las posibilidades del producto, igualmente en el mejor horario posible.

## COLABORACIÓN ECONÓMICA

### Aportación - Oferta

**1000€** - Publicación diaria en **redes sociales** con logo/producto durante el festival.

**1500€** - Publicación diaria durante el festival y aparecer en el **vídeo** resumen del festival.

**2000€** - **Diseño personalizado de su producto** por un artista seleccionado por la empresa dentro de la convocatoria, además de las publicaciones diarias en las redes y la aparición en el vídeo resumen.

**+ 2500€** - Además de lo anteriormente ofrecido, tendría **publicidad semanal durante todo el año**, con publicidad en la web.

## COLABORACIÓN PREMIO

### Aportación - Oferta

**PRODUCTO GRATIS DURANTE FESTIVAL**  
Publicación diaria en **redes sociales** con logo/producto durante el festival.

**SET DE MATERIALES PARA LOS ARTISTAS**  
Publicación diaria durante el festival y aparecer en el **vídeo** resumen del festival.

**MASTERCLASS/CURSO DE TÉCNICAS**  
Publicación diaria durante el festival y aparecer en el **vídeo** resumen del festival.

¡Podéis enviarnos vuestros comentarios, ideas o planes!

## ANTIGUOS PATROCINADORES

Jarmauto



Jeco



VB



la ventana del arte

SHIT

VU  
VISION  
ULTRAVIOLETA

VIDEO  
STREAMING  
HDPRO

ap  
antonio prado





# PRESUPUESTO



## **COSTES MÍNIMOS**

Material 1.300€

- Para cada artista 100€ x 10 artistas, 1000€
- Montaje/ Desmontaje: 300€

Publicidad: 8.000€

- Marketing (flyers, posters, postales, web) 1.000€
- Redes Sociales (Promocionar evento/Imágenes) 500€
- Media: Radio, Webs, revistas culturales 2.000€
- Videos (spots + video resumen) 4.500€

Trabajadores 600€

2 Coordinadores (15€/h) x 8 horas diarias x 3 días 360€

2 Camareras (10€/h) x 8 horas diarias x 3 días 240€

Mantenimiento y gastos del Local 500€

Artistas 1.600€

Premio 1º 1.000€

Premio 2º 400€

Premio 3º 200€

**TOTAL 12.000€**

## **GANANCIAS PARA WHITE LAB**

Venta de Obra

50% se comparten las ventas

Venta Alcohol

El porcentaje de beneficio es de 65%

Patrocinio

Mínimo de 12.000€

## **GANANCIAS PARA EL PATROCINADOR**

- Productos para publicitar y promocionar.
- Dar una imagen solidaria, cultural y creativa a la marca.
- Promover el arte emergente en Madrid, actividades culturales y acercamiento a un posible cliente.



Art Battalion Festival nació como **evento de arte alternativo y transgresor**.  
Mantenemos esos rasgos en esta tercera edición consolidada en  
convocatoria y organización.