

Komunikat prasowy  
Warszawa, 20 września 2012 r.

**Szalone Dni Muzyki 2012 „ROSJA”**  
**28-30 września 2012 roku**  
**3 dni – 60 koncertów – 950 artystów**

## Gra o stołki, czyli koncert specjalny w ramach Festiwalu Szalone Dni Muzyki

**Co zrobić, aby do słuchania muzyki klasycznej zachęcić jak najwięcej młodych ludzi? Jak przekonać ich, że sala koncertowa, to także miejsce dla nich? Odpowiedzią jest koncert specjalny „Gra o stołki”.**

Organizatorzy tegorocznej edycji Festiwalu Szalone Dni Muzyki postawili sobie za cel zainteresować koncertami jak największą grupę młodych ludzi. Zwłaszcza tych, którzy z muzyką klasyczną nie mieli do tej pory wiele wspólnego. Założenie o tyle ambitne, co niemal niewykonalne. Mimo tego, że otwarta formuła Festiwalu, rozbudowany repertuar i bilety w przystępnej cenie przemawiają na korzyść Festiwalu, to w głowach młodych ludzi często zostaje bariera. „Muzyka klasyczna? Nie, to nie dla mnie” mówią.

Jak zatem przełamać istniejący wśród młodych ludzi stereotyp o nieprzystępności muzyki klasycznej? Zorganizowany w ramach Festiwalu, specjalny koncert „Gra o stołki” to odpowiedź na ten problem.

Dwa tygodnie przed koncertem uruchomiona została gra, do której wciągnięto młodych ludzi. Areną gry będzie blisko 50 (!) najpopularniejszych warszawskich pubów, klubów i klubokawiarni. Mechanizm jest bardzo prosty. Każda osoba, która odnajdzie w klubie lub pubie specjalnie oznakowane krzesło, może wygrać darmowy bilet na koncert specjalny w ramach Festiwalu Szalone Dni Muzyki. Co najważniejsze, koncertu tego będzie można wysłuchać siedząc dokładnie na tym samym krześle, które udało nam się trafić np. w klubie.

Koncert specjalny „Gra o stołki”, to bezprecedensowe wydarzenie wśród koncertów muzyki klasycznej. 29 września, dla widowni zasiadającej na klubowych kanapach, pubowych stołkach i klubokawiarnianych krzesłach zagra zespół Motion Trio. Organizatorzy przewidzieli 100 miejsc, chociaż już wiadomo, że spodziewanych jest dużo więcej widzów.

*„Bardzo rzadko agencje mają szansę współpracy z tak prestiżowym klientem przy tworzeniu tak ważnych dla kultury wydarzeń. Możliwość pracy przy tym projekcie, to dla nas duży honor.”* **Mówi Mariusz Pitura dyrektor kreatywny JWT Warszawa**, agencji, która całą akcję wymyśliła i zrealizowała przy wsparciu agencji interaktywnej Blueberry.

**Kontakt JWT Warszawa:**

Mariusz Pitura, Dyrektor Kreatywny, +48 600 322 034, e-mail: [mariusz.pitura@jwt.com.pl](mailto:mariusz.pitura@jwt.com.pl)