



CO JEST GRANE FESTIVAL

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

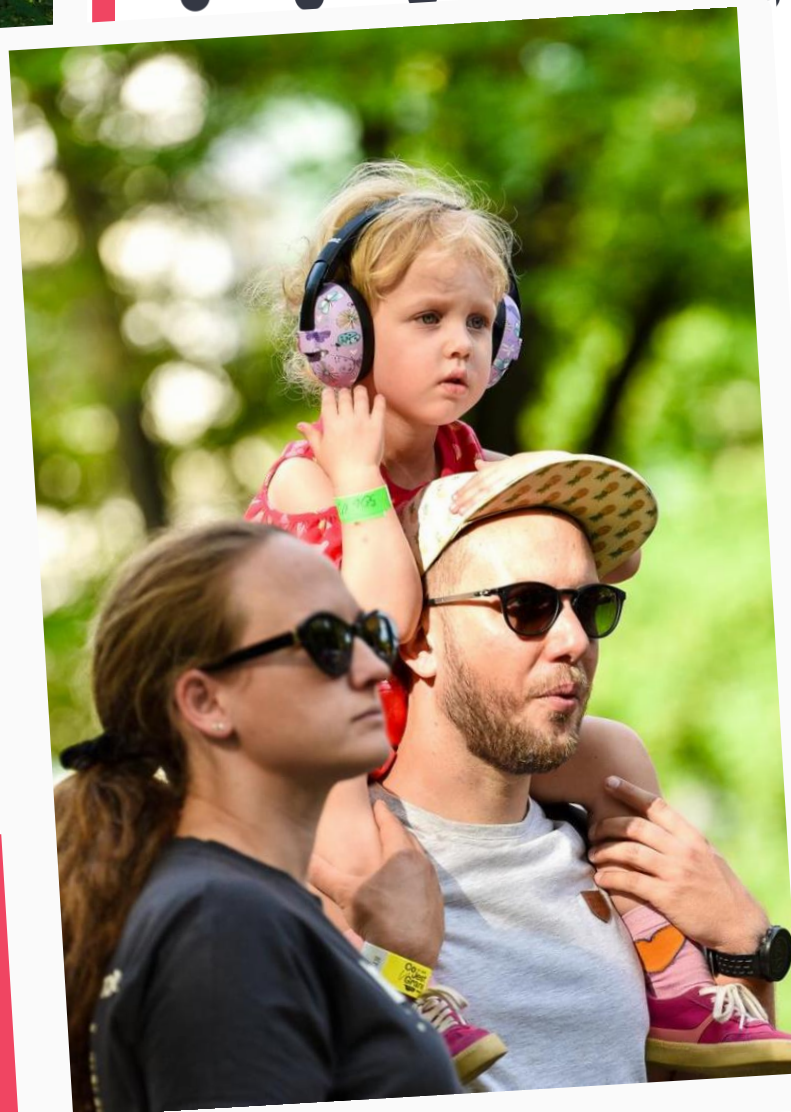


RODZINNY MULTIKULTUROWY I PIKNIKOWY

Taki jest właśnie Co Jest Grane Festival...
Łączymy tutaj muzykę z akcentami
związanymi z teatrem, kinem, książką,
dobrym jedzeniem i aktywnościami dla
najmłodszych. **Piknikowy klimat festiwalu**
zaczarował wszystkich i jest gwarancją
dobrej zabawy!

[DZIEŃ 1.](#)[DZIEŃ 2.](#)[RELACJA](#)

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



Co Jest Grane
Festival LAB
14-15.06

MUZYKA, RELAKS I ZABAWA

Co Jest Grane Festival powrócił pod CSW Zamek Ujazdowski i po raz kolejny udowodnił, że w centrum Warszawy można zorganizować kolorowy muzyczny piknik, na którym wspólnie bawią się całe rodziny. Piknik instagramowy i angażujący naszych uczestników.

10 tys.

uczestników

20+

grupa wiekowa

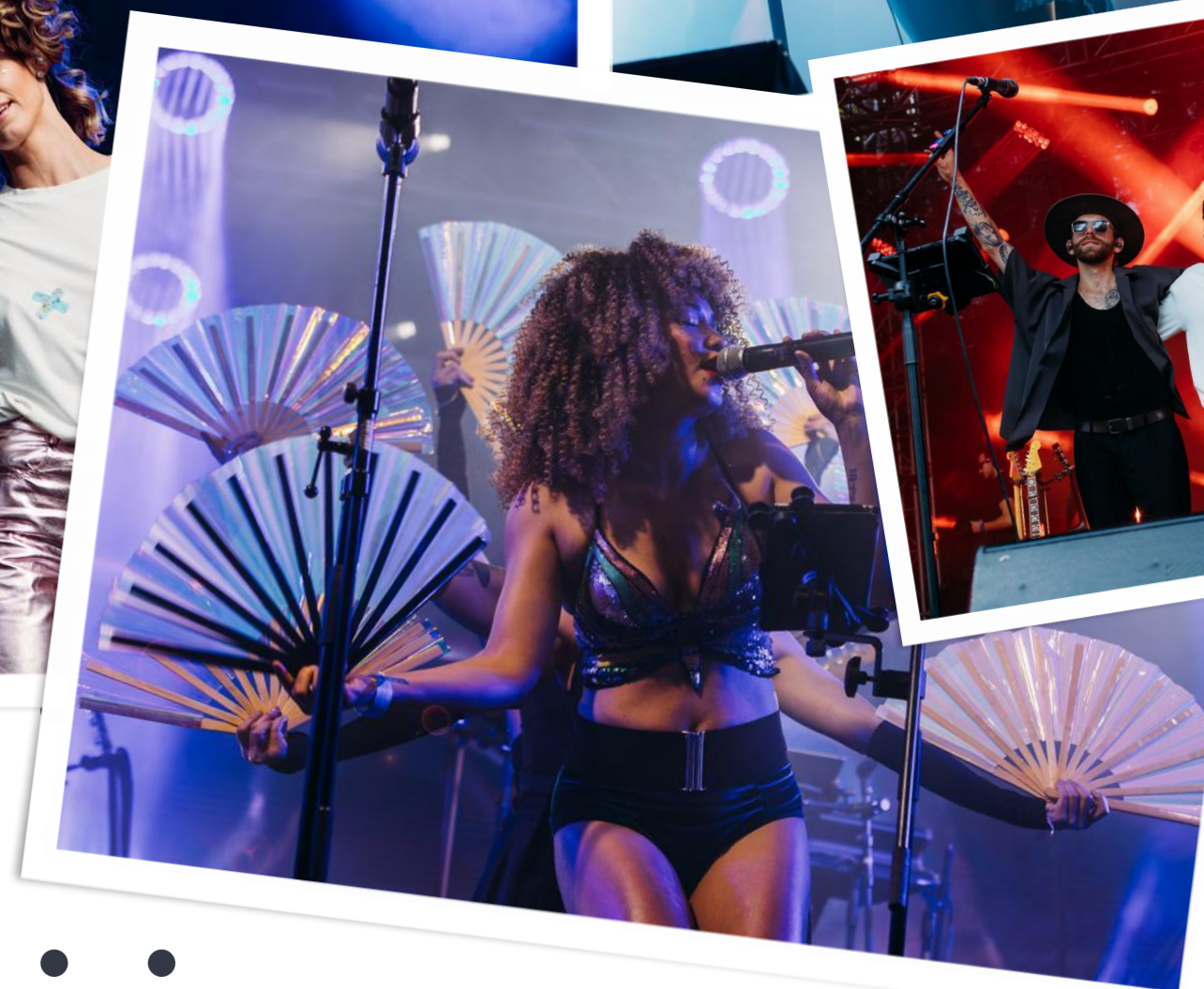
grupa wiekowa festiwalu
jest przekrojowa - miejski,
piknikowy nastrój
przyciąga całe rodziny

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

ŚWIETNA POLSKA MUZYKA

Na scenach CJG występują co roku topowi polscy wykonawcy. Podczas 7. edycji tłum porwał Vito Bambino, Krzysztof Zalewski, Margaret, Natalia Przybysz, The Dumplings, Ørganek w projekcie MTV Unplugged, Błażej Król, Smolik//Kev Fox, oraz fenomenalny występ kolektywu Women's Voices i wielu innych.

Co ^{14—15.06} Jest
Grane
Festival LAB



21

koncertów

30

artystów

2

sceny



grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



KOLOROWE MIASTECZKO FESTIWALOWE

Festiwal wypełniony jest po brzegi atrakcjami dla dorosłych i dzieci. Zaprasza też pysznym jedzeniem. Wszystko to zatopione w zieleni drzew wokół Zamku CSW.

36

stref partnerów
i sponsorów

19

foodtrucków

27 tys.

m2 miasteczka

Co Jest Grane
Festival LAB
14-15.06

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



Co Jest Grane
Festival LAB
14-15.06

JEST MAGICZNIE





Co Jest Grane
Festival LAB
14-15.06

JEST SMACZNIE

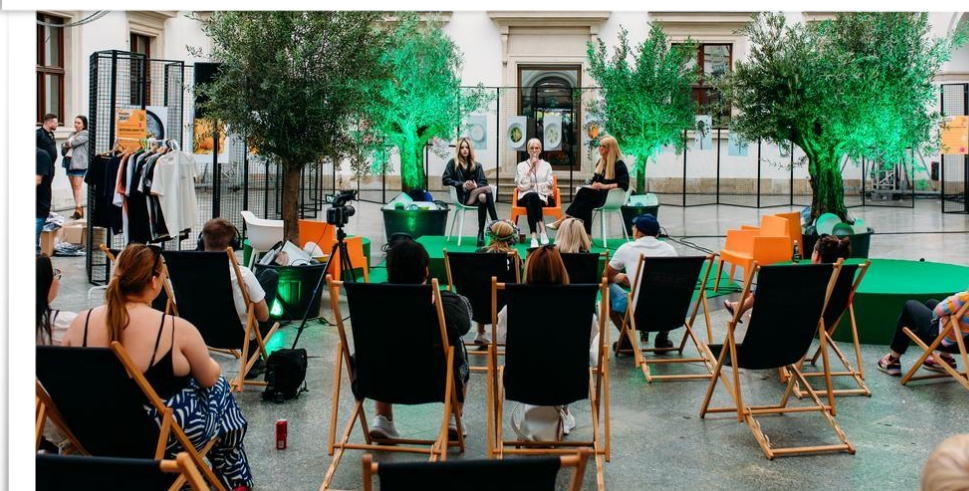


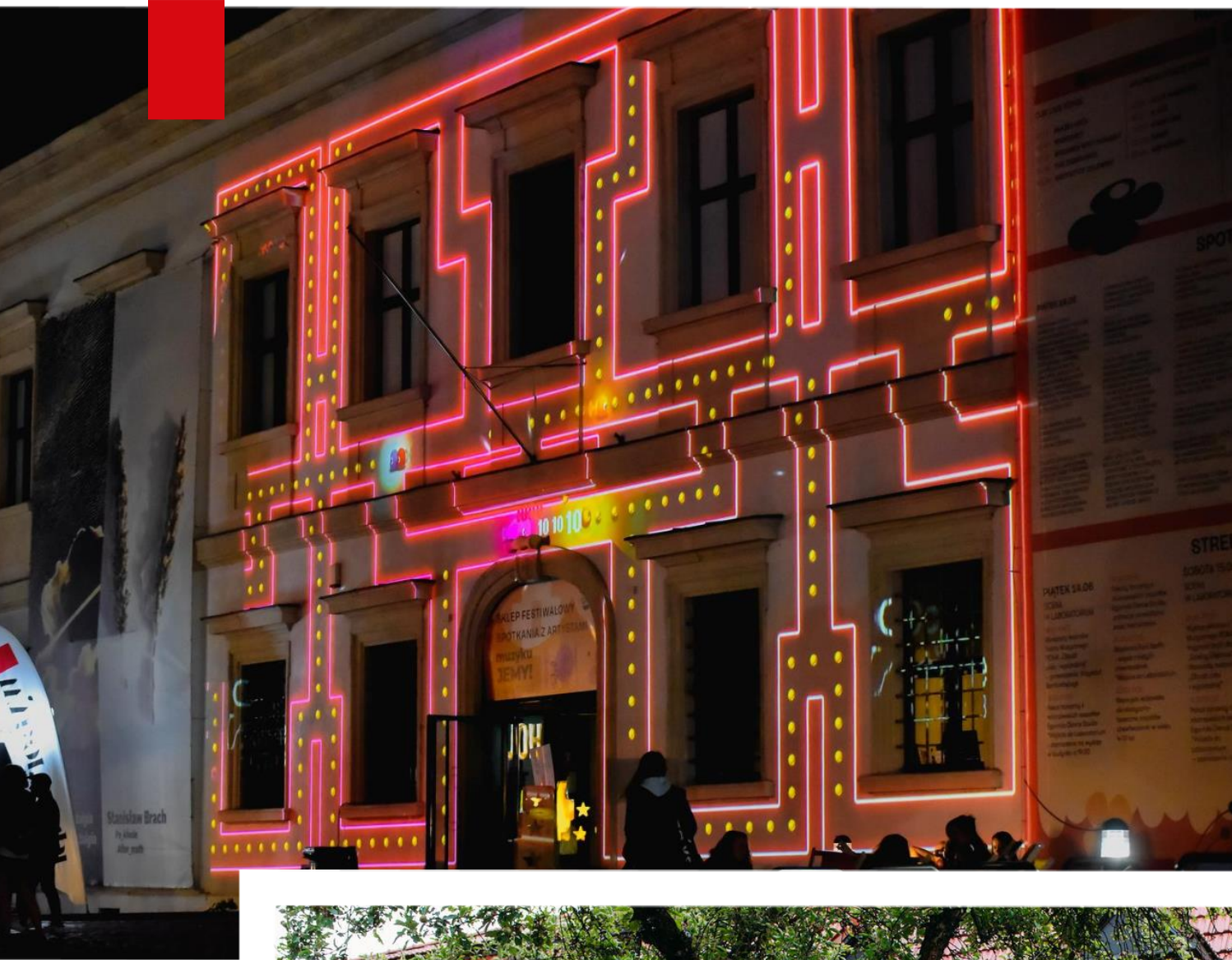


CoJest
Grane
Festival
LAB

14-15.06

SĄ ATRAKCJE DLA DUŻYCH





14-15.06
Co Jest Grane
Festival LAB

I ATRAKCJE DLA MAŁYCH



-
-
-
-



Podczas 7. edycji dzieci w każdym wieku mogły korzystać z atrakcji przygotowanych przez wyjątkowych partnerów:

Teatr Muzyczny ROMA pokazał fragment spektaklu "Dzielny Głębin" i zaprosił najmłodszych do warsztatów teatralnych,

Egurrola Dance Studio prowadziło warsztaty i pokazy taneczne,

Akademia Pani Szafki pokazała występy zespołów cheerleaderek.

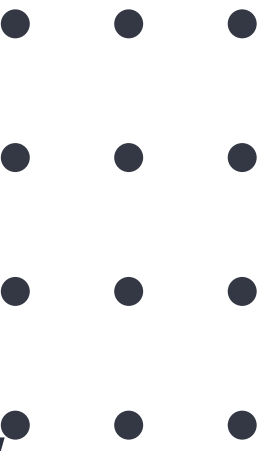
Swoje strefy z warsztatami artystycznymi, plastycznymi, grami i zabawami przygotowały liczne wydawnictwa i dziecięce marki. Do tego na dzieci czekał ukochany dmuchaniec.

GWARANTUJEMY NIEZAPOMNIANE WRAŻENIA

Atrakcje 7. edycji dla dorosłych:

„muzykuJEMY – Kulinarne spotkania u Marty Gessler” - spotkania, panele i warsztaty z restauratorami, kucharzami i muzykami.

W Strefie Miasta Warszawa można było zrobić festiwalowy make-up z brokatem czy pozować do zdjęć jako syrenka. Joga w strefie Lenor pomogła złapać chwilę oddechu, strefa Answear.LAB zapewniała pomoc w poznawaniu najnowszych modowych trendów, w strefie Oriflame można było testować kosmetyki i zapachy. Kinder Bueno poprawiało nastrój pysznymi lodami, a o zmroku, dzięki Otomoto, uczestnicy mieli okazję zagrać w kultowego Pac-Mana na elewacji Zamku Ujazdowskiego. Hyundai zapewnił transport i wsparcie dla telefonów festiwalowiczów.



DOBRA WSPÓŁPRACA



Co Jest Grane Festival na stałe wpisał się nie tylko do kalendarza wydarzeń w Warszawie, ale i do serc warszawiaków - a to także dzięki naszym Partnerom i Sponsorom. Razem tworzymy tę wyjątkową atmosferę!



ORGANIZATOR:



SPONSOR GŁÓWNY:



SPONSORZY STRATEGICZNI:



PARTNER:



SPONSORZY:



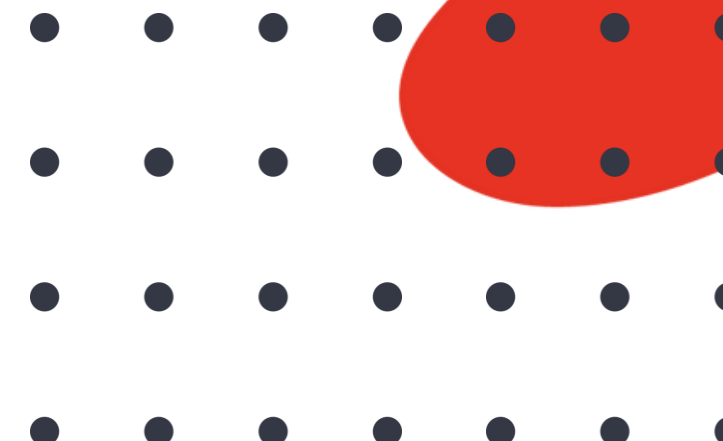
PARTNER MERYTORYCZNY:



PATRONI MEDIALNI:



BILETY:



GŁÓWNA OŚ KOMUNIKACJI

Atmosferę wokół festiwalu podgrzewamy postami w social mediach

3 mln

łączny zasięg 99 postów na FB – edycja 2024

655 tys.

łączny zasięg 115 postów na IG – edycja 2024

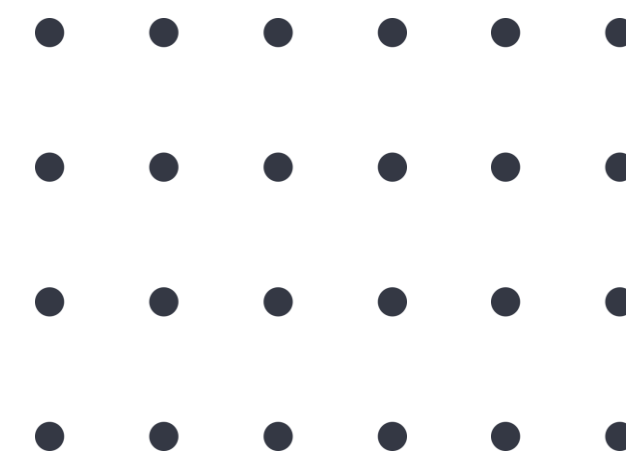
Instagram CJG

Facebook CJG



KAMPANIA ONLINE

Emitujemy **display** na wielu serwisach.
Kampania promocyjna online jest
wyświetlana na:
Wyborcza.pl
Gazeta.pl.



31 mln PV

emisja w social
mediach i Google
Display Network

9 mln PV

wszystkie kreacje były
wyświetlane z logotypami
Partnerów i Sponsorów

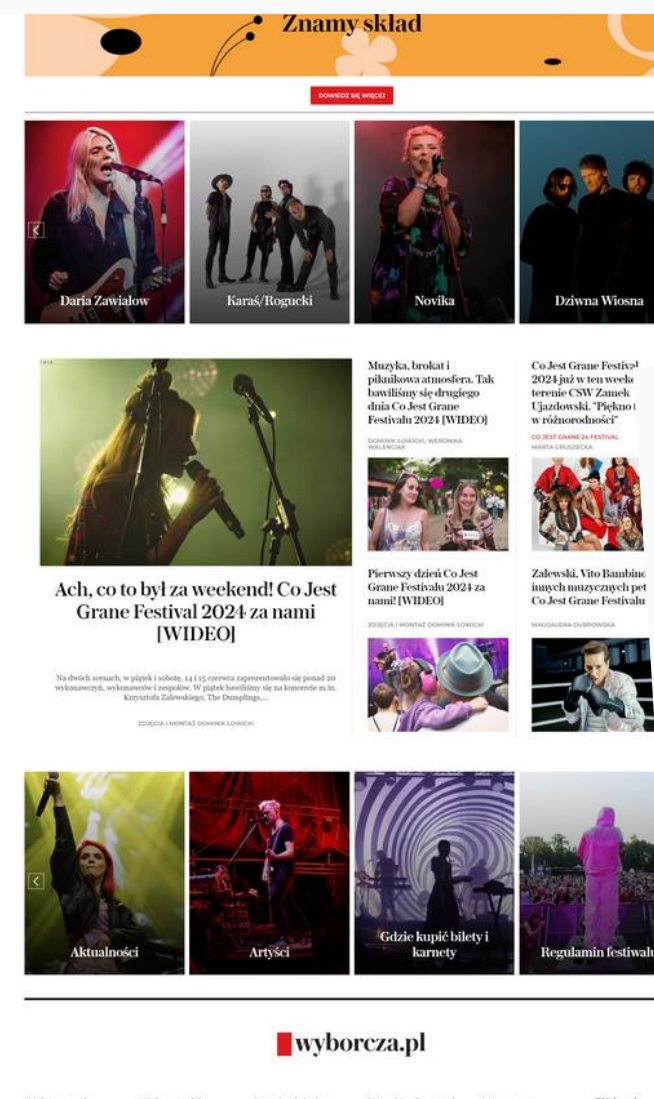


WSPARCIE REDAKCYJNE

Nie brakuje oczywiście w komunikacji
działań redakcyjnych - **publikujemy teksty
online i w prasie** zapowiadające atrakcje
CJG Festival.

22

publikacje redakcyjne w serwisie festiwalu
na Wyborcza.pl, w serwisach tematycznych
oraz w Gazecie Wyborczej i Wysokich Obcasach





KAMPANIA PRASOWA

Zamieszczamy reklamy Festiwalu w mediach prasowych, m.in.:

Gazeta Wyborcza kraj,
Gazeta Wyborcza Warszawa, Łódź,
Wysokie Obcasy,
Wysokie Obcasy Extra,
Newsweek.

Łącznie w 2024 roku wyemitowaliśmy
33 reklamy prasowe.

53 mln kontaktów z reklamą prasową*

Dane: Potencjalna liczba kontaktów z reklamą obliczona na podstawie danych Polskie Badania Czytelnictwa, badanie "Zaangażowanie w reklamę", łączna liczba kontaktów z reklamą w kampanii (wskaźnik LKK), V 2023- IV 2024; N= 21 982 ; opracowanie Wyborcza Sp. z o.o.





KAMPANIA OGÓLNOPOLSKA

Festiwal promujemy też w kinie, telewizji,
stacjach radiowych i outdoorze.

• • • • • • • •

• • • •
• • • •
• • • •
• • • •

chillizet RADIO ZŁOTE PRZEBOJE SUNDANCE TV



255

lokalizacji outdoor
AMS w Warszawie

52

kina sieci Helios
w całej Polsce

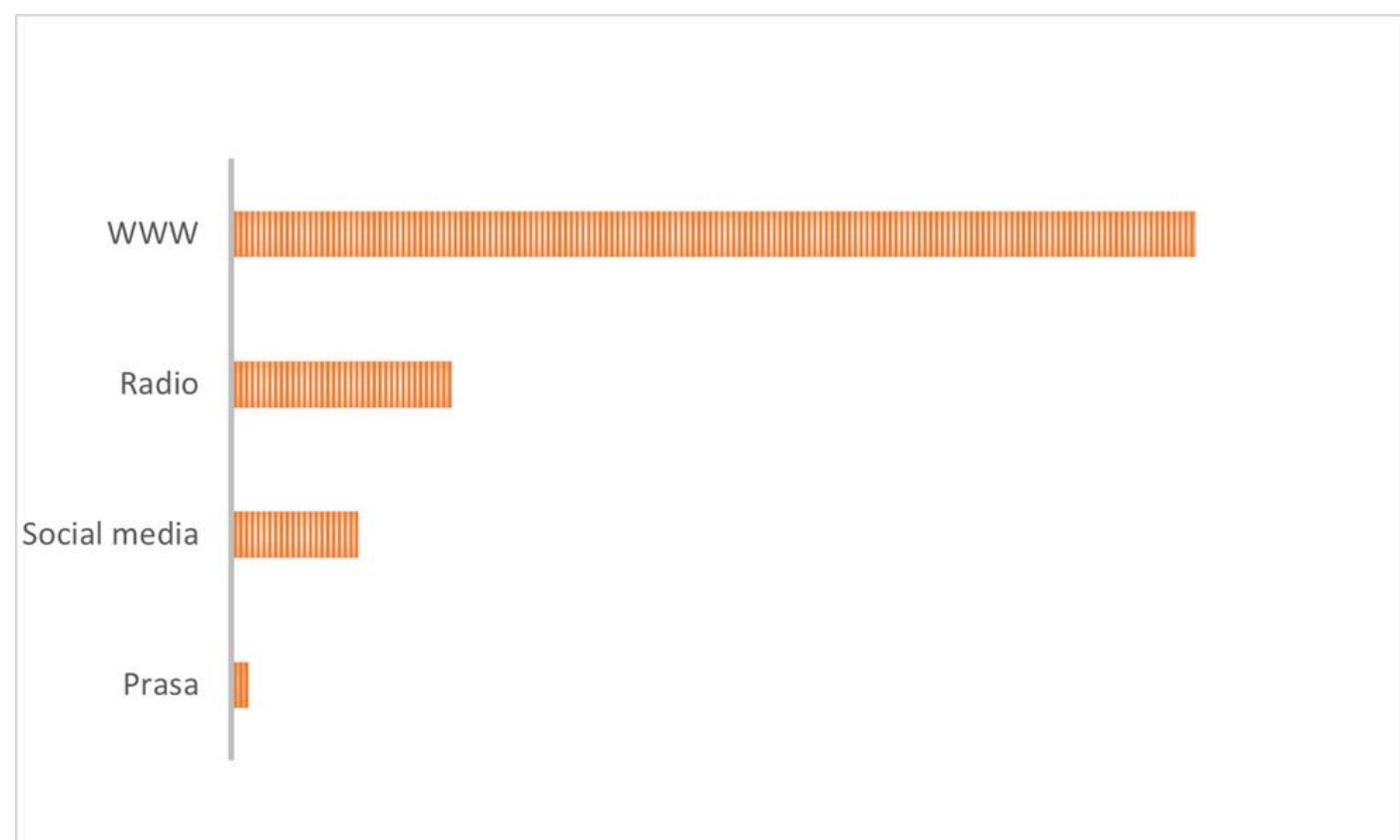
187

spotów
radiowych

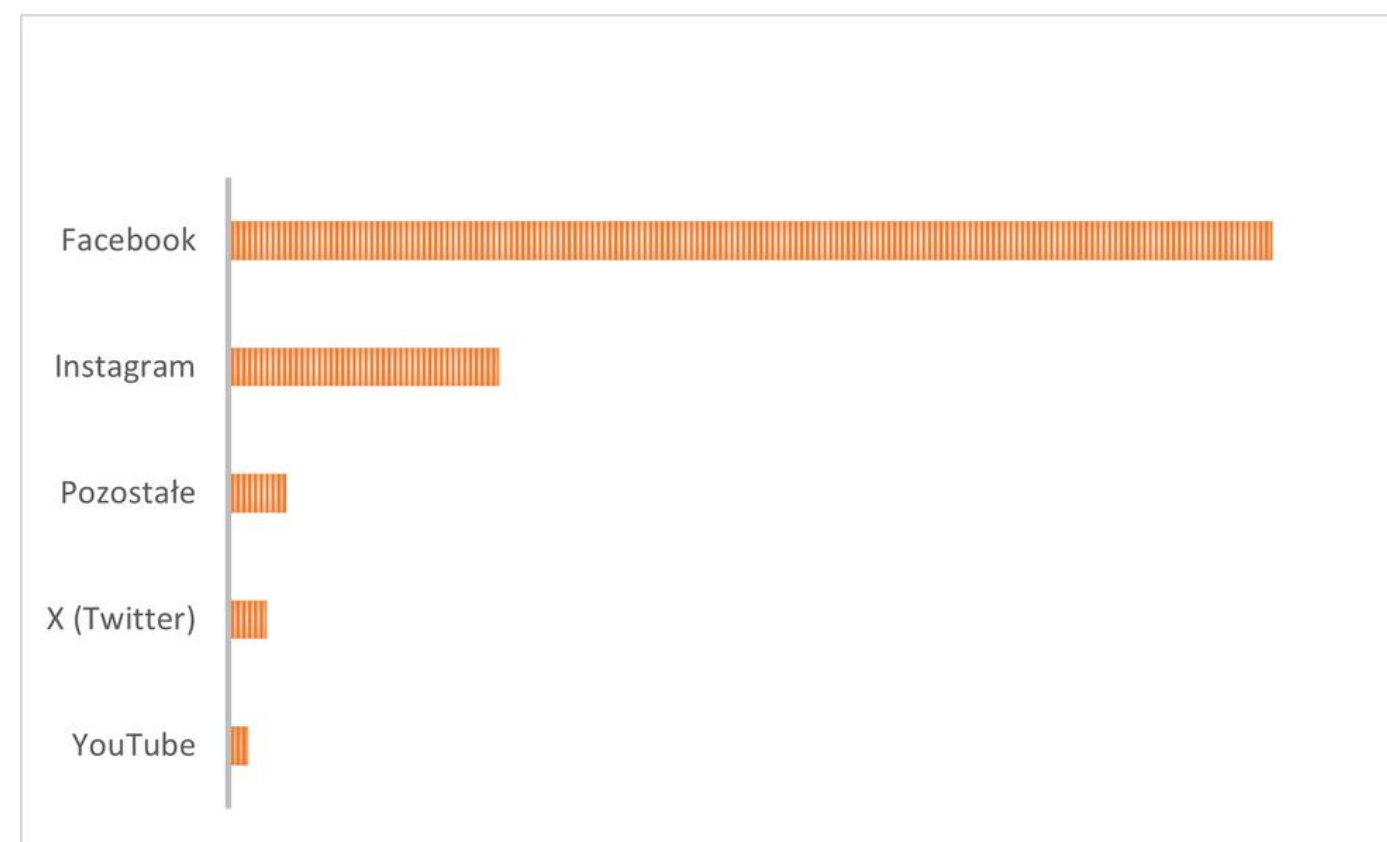
20

spotów
reklamowych TV

SZEROKI PRZEKAZ



MEDIUM



SOCIAL MEDIA

778

informacji o CJG

2,8 mln zł

AVE szacunkowe
(ekwiwalent reklamowy)

215,5 mln

liczba kontaktów
z informacją w mediach

5 mln

dotarcie informacji

WIDZIMY SIĘ JUŻ WKRÓTCE

Spotkajmy się ponownie,
by spędzić razem dobry czas



Co Jest Grane Festival
czerwiec 2025



Olsztyn Green Festival
15-17 sierpień 2025



Co Jest Grane
Festival LAB
14-15.06

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

DZIĘKUJEMY, ŻE JESTEŚCIE Z NAMI

CO JEST GRANE FESTIVAL