

**RIPPL-  
RÓNAI  
FESZTIVAL**



**RIPPL-  
RÓNAI  
FESZTIVAL**

# **Rippl-Rónai Fesztiválkonceptió**

Célra szabott marketing a Brandtailortól

# TARTALOM

## 1. STRATÉGIA

1.1 KUTATÁS

1.2 CÉLOK, ÜZENETEK

## 2. FESZTIVÁL TEMATIKA

2.1 PROGRAM

2.2 HELYSZÍNEK

2.3 AKTIVITÁSOK

2.4 KIEGÉSZÍTŐ ELEMEEK

## 3. ARCULAT

3.1 KREATÍV KONCEPCIÓ

## 4. KOMMUNIKÁCIÓ

4.1 MÉDIATERV

## 5. KÖLTSÉGTERV



**RIPPL-  
RÓNAI  
FESTIVÁL**



# STRATÉGIA

# KUTATÁS

Mielőtt nekiálltunk volna összerakni az anyagot, több primer és szekunder kutatást is folytattunk annak érdekében, hogy minél tisztább képet kapjunk a célcsoport igényéről.

## SZEKUNDER KUTATÁS\*

2000 fős mintán végzett, reprezentatív kutatás szerint a magyarországi felnőtt lakosság 33%-a szokott fesztiválokra járni, ez 50 év alattiakra jellemző inkább, a 18-29 évesek 53%-a látogat fesztiválokat

### Leginkább kedvelt fesztiváltípusok

- **könnyűzenei fesztiválok mellett népszerűek a gasztronómiai, városi fesztiválok** is
- a budapestiek az átlagnál magasabb arányban jutnak el művészeti, tánc- és könnyűzenei fesztiválokra, vidéken a családi és városi fesztiválok népszerűek

\*Forrás: Kántor Bence: Magyar fiatalok fesztiválozási szokásai (2019.) és Juhász Emese: Fesztiválozási szokások, attitűdök a fiatal korosztályok körében (2019)

# KUTATÁS

## Az ideális fesztivál legfontosabb elemei

- vízparton van (Balaton preferált)
- fesztivál által közvetített életérzés, hangulat
- jó társaság sokszor minden felett
- zenei stílus és a meghívott előadók meghatározóak a fesztivél kiválasztásakor
- higiénia, biztonság

## Információk a fesztiválról

- legtöbben **ismerősök ajánlásaiból** értesülnek, ezt követően általában saját maguk informálódnak, vagy reklámok és hirdetések útján jutnak információhoz
- leggyakrabban felvetülő kérdések a következők voltak: mikor van, mennyi ideig tart, ár, fellépők, előadók
- egyhangúan pozitív élmények jellemzőek, a válaszadók szerint, az fellelhető információk minőségéről és mennyiségéről

## Választási szempontok

- legtöbben az **előadók** alapján választanak a fesztiválok között, ez a **válaszadók 68,3% -a**
- a korábbi élmények, a helyszín, illetve a ráfordítás / ár szintén fontos tényező
- interjúk alanyoknak a **zenei stílus, a környezet és a társaság** a legmeghatározóbb

# KUTATÁS

## Korosztály, lakhely

- a Sziget résztvevői között a budapestiek aránya 33%, VOLT-ra a fővárosból 30% érkezik, a községiek aránya 33%, BalatonSoundra a községekben élők érkeznek legkevesebben, Budapestről közel 35%

## Demográfiai adatok

- 17 éves és ennél fiatalabb 13,9%,
- 18-19 éves 13,8%,
- 20-22 éves 25,4%, 23-34 éves 15,2%,
- **25 éves vagy annál idősebb: 32%**,

Tehát a fesztivál korösszetételét **egyre inkább a 15-29 év közé** esik. 76% érettségivel, 13,4% egyetemi vagy főiskolai végzettséggel rendelkezik.

## Fesztiválon töltött idő, és látogatás gyakorisága

- fiatalok 15,8% nem jár évi rendszerességgel, 44,5% pedig évente legalább 1-2 alkalommal megy fesztiválra.
- legtöbben 2-3 napot töltenek 1-1 fesztiválon, de **33,6% akár elejétől a végéig is marad** (az interjúalanyok 3/4-e elejétől a végéig marad)
- az összes válaszadó átlagosan 3 napot tölt évente fesztiválon

# KUTATÁS

## Kivel fesztiválóznak a fiatalok és hogyan közelítik meg a helyszínt?

- **100 válaszadó közül 76-an barátokkal, társasággal járnak** fesztiválolni.
- ezután családdal, párral jellemző, ez a válaszok 25%-át tette ki
- interjúk egyöntetűen a baráti társaságot adták válaszul
- 101 beérkezett válasz közül 58-an személyautóval, 51-en vonattal közelíti meg a fesztiválok helyszínét

## Szállás

- **fiatalok 45,5%-a vendégházban, apartmanban** száll meg, ezután 20% felett sátor, kemping a legkedveltebb, 20% alatt döntenek a szállodák mellett, elenyésző számban ingáznak otthonról, vagy szállnak meg ismerősnél.
- **fesztivál közelsége fontos szempont, akár többletköltség esetén is**
- a szállás fajtája függ a baráti kör méretétől, és együttes véleményétől is

## Fesztivál költségei

- az alkohol jelentette a legnagyobb tételt, legkevesebbet egyéb tudatmódosító szerekre szánják
- jelentős tétel a szállás és élelmiszer is
- átlagosan a költségek alakulása 1-1 fesztiválra: utazás: 4 700 Ft, szállás: 10 400 Ft, élelmiszer: 10 500 Ft alkohol: 13 000 Ft, cigaretta: 8 300 Ft, tudatmódosító szerek: 3 500 Ft - **összesen: 50 400 Ft egy fesztivál átlagosan 1 fő részére**

# KUTATÁS

## Elégedettség, vélemények

1-10-ig terjedő skálán a 101 válaszadó több mint fele minimum 8-as, vagy annál jobb értékelést adott a magyarországi fesztiválok minőségét tekintve.

### Pozitívumok

- információk elérése, tartalma
- **arculat, színpadok kinézete**, stílusa folyamatosan fejlődik
- bejutás általában gyors, szervezett
- idősávok tartására törekszenek a szervezők

### Negatívumok

- rendkívül **magas árak** a fesztiválon belül
- vidéki fesztiválok esetén a tömegközlekedési **járatok túl zsúfoltak**
- a **higiénia** sokszor felmerül problémaként, főleg a nő válaszadók körében



# KUTATÁS

## PRIMER KUTATÁS:

A primer kutatás 130 embert kérdeztünk meg a fesztiválba járási szokásairól, illetve nyolc emberrel készítettünk mélyinterjút, ezek többnyire alátámasztják a szekunder kutatás eredményeit.

### Demográfiai adatok

- átlag életkor: 27 év
- 69% nő, 31% férfi

### Fesztiválok népszerűsége

- 1. Sziget (20,3%)
- 2. Volt (17,6%)
- 3. Balaton Sound (12,8%)
- 4. EFOTT és STRAND (12,3%)

### Legfontosabb szempontok

- a válaszadók számára **a legfontosabb jellemzők a társaság, a fellépők és programok minősége**, illetve a higiénia
- fontos az ár, a helyszín és a korábbi tapasztalatok



# KUTATÁS

## Koncerten kívüli programok

- a látogatók **56,75%-ának fontos, hogy legyenek kiegészítő programok**, legtöbben valamilyen kulturális programon (előadáson) vagy kézműves workshopon vennének szívesen részt, ahol lehet valami újat tanulni
- 76,5% kimegy a városba is és szívesen megnézi a helyi látnivalókat is
- 16% csak rossz időben nézi meg a várost
- 7,5% nem kíváncsi a fesztivált befogadó városra

## Amit nem szeretnek

- a fesztiválok árfekvését
- kevés a tiszta mosdó
- vagy nincs vagy nagyon kevés az ivóvízes kút
- kevés a pihenő, chillező hely
- kevés helyen lehet telefont tölteni
- nem nagyon lehet hűsölni





# CÉLOK, ÜZENETEK

## MÁRKAÉRTÉKEK

- családias hangulat
- a régió egyetlen kulturális fesztiválja
- művészetileg autentikus
- magyaroknak szól
- megfizethető

## CÉLOK

- jegyeladás
- új szponzorációs megállapodások bevonása
- brand újrapozicionálása

## ÜZENETEK

- Nyiss a kultúrára/művészetekre
- Kaposvár egy **kultikus** város





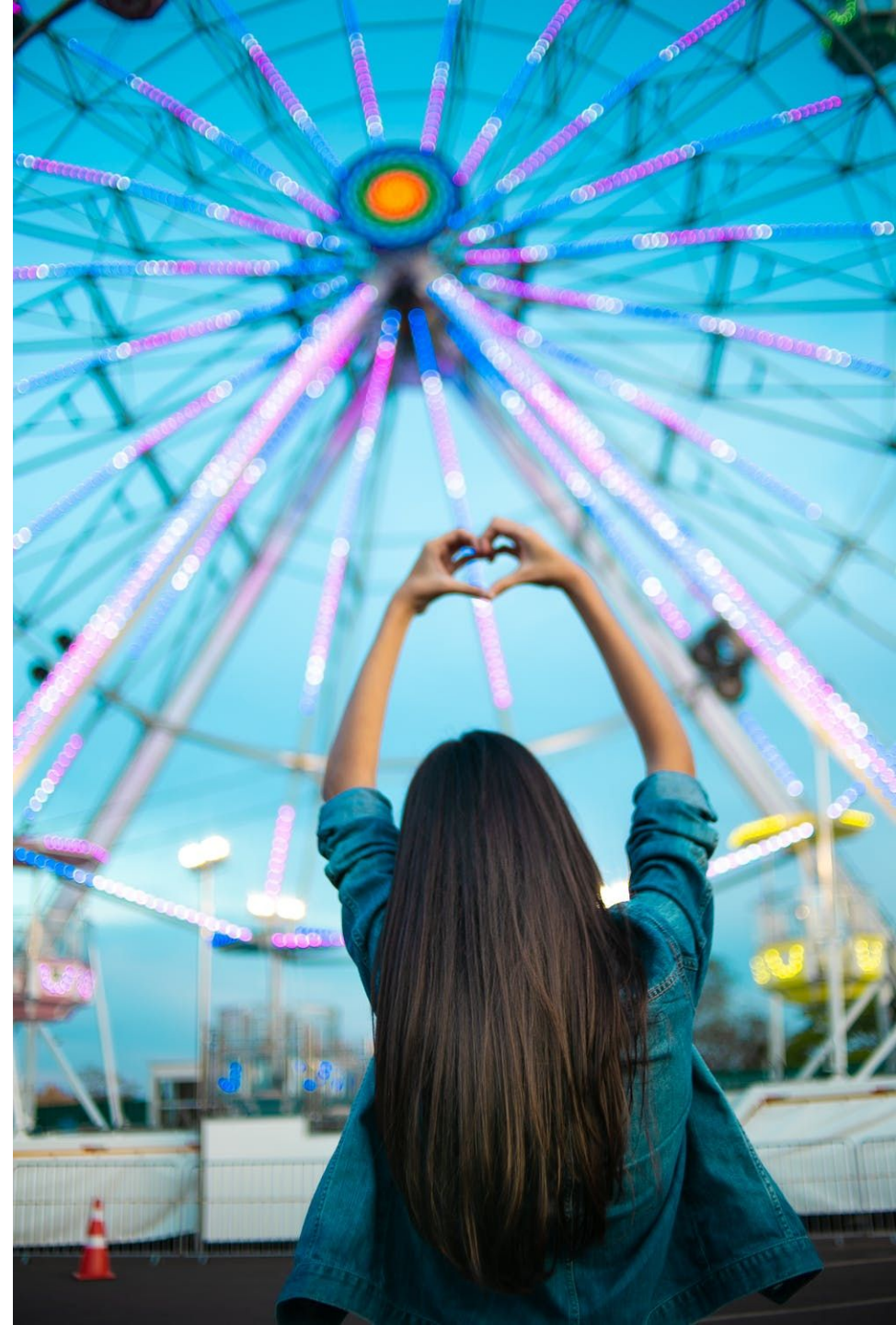


NYISS A KULTÚRÁRA

# FESZTIVÁL TEMATIKA

## KAPOSVÁR EGY KÜLÖN VILÁG

Kaposvár egy külön világ, egy olyan varázslatos hely olyan élménnyel, amiről senki nem akar lemaradni. Ezt jeleníti meg a **minden évben más-más téma és mottó köré felfűzött látványos díszlet** és az **adott év fesztiváljához kapcsolódó hivatalos BALATON DAL** is, amely szövegében kapcsolódik az év mottójához. Ez a mottó és himnusz minden évben változik, de minden évben egyedi és látványos, igazi arculatot teremtve a rendezvénynek.





# BALATON DAL

## BÜSZKÉN KÉSZÍTVE SOMOGYBÓL

Ha valami jól áll egy művészet és kultúra központú városnak, ha ad egy dalt a hozzá ezer szállal köthető Balatonnak. A dalt minden évben elkészítjük, és mindig más írja meg, a premiere pedig minden évben ezen a Fesztiválon lenne.

- + **Előnye, hogy bevonható hozzá egy rádiós média partner is, jelen esetben a Petőfi rádió.**



# PROGRAMELEMEK

## LÁTVÁNYELEM

A különleges díszlethez **extra fény-show és különleges színpadi megoldások, látványelemek** is járnak. A záróesten mindenképp ajánlott valami extra elemmel előrukkolni, de természetesen máskor is el lehet kápráztatni a fesztivál résztvevőit.

A látványos megoldások különleges élményt nyújtanak a résztvevőknek, arról nem is szólva, hogy egy-egy látványos effekt milyen sok **social media megosztást** eredményez.



# HELYSZÍNEK

## KOSSUTH TÉR

A főtéren kialakított helyszínhez egész nap nyitva tartó gasztró kiállítókat, foglalkozásokat, vizuálisan Petőfi designt alakítunk ki.

## VÁROSLIGET

A városligetben sport, gasztronómiai és popkulturális élményt biztosítunk, egy színpadon és egy különleges buli helyszínen.



# AKTIVITÁSOK

## FELNŐTT JÁTSZÓTÉR

### Adj teret a benned rejlő gyerekeknek!

Tematikához illő felnőtt játszótér kialakítása a fesztivál helyszínén felnőtt (pihenésre is alkalmas) hintákkal, kisebb mászófallal, esetleg vidámparki körhintával, mérleghintával, akadálypályával és olyan eszközökkel, melyeket utoljára gyerekkorunkban használunk.

**Előnyök:** egy ilyen felnőtt játszótér több funkciót is el tud látni, amellet, hogy szórakoztat és kikapcsol, pihenésre is alkalmas, de játéktól függően akár át is mozgat.



# KIEGÉSZÍTŐ ELEMENK

# BOR- VAGY SÖRSAROK

## BORSAROK

A fesztiválon javasoljuk kialakítani a borfalut, ami valójában egy kis borfesztivál a rendezvényen belül. Ez az a hely lesz, ahol jó minőségű magyar borokat és minőségi ételeket lehet venni, este pedig színvonalas jazz koncertekkel fokozzuk a hangulatot.

A borsarok párja lehet egy kézműves söroket bemutató kis sörfesztivál is. A különleges sörök mellé különleges sörkorcsolyákat is kínálunk a vendégeknek, illetve akusztikus koncertekkel fokozzuk a hangulatot.

### **Célcsoport:**

AB státuszú 28-35 éves férfiak és nők, akik szeretnek fesztiválra járni, de már nem feltétlen igénylik a nagy koncerttel járó tömeget, zajt és port.





# INFLUENCER EGYÜTTMŰKÖDÉS

A Rippl-Rónai Fesztivál egy családi, magyaroknak szóló fesztivál. Épp ezért érdemes olyan influencersokat vagy nagyköveteket választani a 2022-es fesztivál arcainak, akik nemcsak azt vállalják, hogy ott lesznek a fesztiválon, hanem azt is, hogy **aktívan részt vesznek a fesztivál életében, találkoznak a rajongókkal, megállnak egy-egy közös szelfire, és olyan élményt tudnak nyújtani a rajongóknak, amit egy nagy, személytelen fesztivál nem.**

A FOMO érzést kell a választott influencersoknak és nagyköveteleknek hangsúlyozni, hogy aki nem jön el a fesztiválra, az sok jó élményről fog lemaradni.



# Z-GENERÁCIÓ

## ZÖLD SAROK A FENNTARTHATÓSÁG JEGYÉBEN

Az egyetemistáknak és a **Z generációnak fontos a környezetvédelem, illetve a fenntartható megoldások**, ezért javasoljuk egy olyan Zöld Sarok létrehozását, ahol nemcsak edukációs tartalmakat találnak, hanem ők maguk is tehetnek azért, hogy a fesztivál ökológiai lábnyoma kisebb legyen.

### Ezért javasoljuk

- szelektív szemétyűjtőt, elem- és akkumulátorgyűjtőt elhelyezni
- tiszta csapvíz állomásokat kiépíteni
- napelemes (biciklin tekerve) áramot szolgáltatni
- újrahasznosítási ötleteket, designokat bemutatni, stb.

## WORKSHOP SAROK

A primer kutatási eredményeink alapján a fesztiválozók szeretik és igénylik azokat az aktivitásokat, ahol **tanulhatnak valami újat, vagy alkothatnak valami kézzelfoghatót.**

**Minél többféle workshopra van lehetőség, annál nagyobb lesz az érdeklődés.**

### Néhány javasolt tematika:

- beauty (vegán kozmetikumok, hajfonás, arcfestés, csillámporozás, stb).
- kézműves (virágkötés, bőrdíszmű, gyöngyfűzés, kosárfonás, stb.)





# INSTASZPOTOK

A fesztivál területén többféle brandingelt instagram szpotot helyezünk el, amelyek **növelik a wow-faktort** és rengeteg **user által készített tartalmat generálnak**.

Ennek számtalan verziója lehet:  
fülke, fal, egy és többszemélyes, stb.

Ezek az instaszpotok ma már elengedhetetlenek, és a fesztivál tematikájához is illeszthetőek.



# EGYÉB ESZKÖZÖK

## **VISSZASZÁMLÁLÓ:**

A weboldalon elhelyezett visszaszámláló (annak mutatása, meddig kedvezményes az early bird jegy, mikor emelkedik megint a jegyár, stb.) mindig hatékony eszköz a vásárlás ösztönzésére, illetve a FOMO érzés erősítésére.

## **AKCIÓK:**

Az early bird jegyvásárlók között ajándékok sorsolása (merchandising, VIP jegy), ezzel ösztönözve őket arra, hogy ne várjanak a vásárlással.

## **CSOPORTOS KEDVEZMÉNYEK:**

Lehetőség 2+1 ill. 3+1 jegycsomagok megvásárlására – ezzel is erősítjük a stratégiai koncepciót a 'közösség' szellemével illetve illeszkedik az új 'fenntarthatóbb fesztivál' koncepciójához is.



# KOMMUNIKÁCIÓ



# KREATÍV KONCEPCIÓ - TEASER

# TEASER IDŐSZAK

## CÉL

Felhívni a figyelmet a rendezvény megrendezésének tényére a városi célcsoportnál.

## ÜZENET

Komoly- és könnyűzenei esték, kiállítás, buli, gasztronómia, vásári forgatag. Egész napos programok kicsiknek és nagyoknak, az egész családnak!



RIPPL-RÓNAI  
*Fesztivál*

---

**20** | május  
**22** | 26-29.



RIPPL-RÓNAI  
*Fesztivál*

---

**20** | május  
**22** | 26-29.

---

**Sajtótájékoztató**

2022.03.18. 13:00

Kaposvár, Kossuth-tér



RIPPL-RÓNAI  
*Fesztivál*

---

**20** | május  
**22** | 26-29.

---

Komoly- és könnyűzenei esték, kiállítás,  
buli, gasztronómia, vásári forgatag.  
Egész napos programok  
kicsiknek és nagyoknak,  
az egész családnak!



# KREATÍV KONCEPCIÓ - KEY VISUAL



**WELLHELLO • BYEALEX ÉS A SLEPP**  
**BEATRICE • HONEYBEAST**  
**AZAHRIAH • DZSÚDLÓ**  
**BSW • VALMAR**  
**METZKER VIKTÓRIA • JAURI • ANDRO**



**BÁBSZÍNHÁZ - MESEMONDÓ**  
**KONCERTSZÍNHÁZ - GYEREKKONCERTEK**  
**INTERAKTÍV JÁTSZÓTEREK**  
**UTCASZÍNHÁZ**



**WELLHELLO - BYEALEX**  
**BEATRICE - DZSUDLO - HONEYBEAST - AZAHRIAH**  
**ANDRO - METZKER VIKTÓRIA**  
**BSW - T.DANNY - VALMAR**



# KOMMUNIKÁCIÓ



# STRATÉGIA

- Első fázisban a már meglévő fogyasztók, követők megszólítása, elköteleződésének elősegítése.
- Második fázisban fesztivál Identitástudat átadása “lovebrand” kialakításával.

## KÉT FÓKUSZ PONTUNK VAN:

- LÁTOGATÓ
- KULTÚRA



# HÍVÓSZAVAK

- **Rippl- Rónai**
- Kaposvár
- **Művészet**
- **Kultúra**
- Balaton
- Zene
- **Tánc**
- **Színház**
- Innováció
- Varázslatos
- **Művészi**
- Különc
- **Megnemértettművészet**
- Végretörténikvalami
- **SzerethetőKaposvár**
- Közösségitér
- Éjjelnappalhajnalig
- Legyentánc





# CÉLCSOPORT SPECIFIKUS ÜZENETEK

Célcsoport	Üzenetpanelek
Z Generáció	<ul style="list-style-type: none"><li>• Történik valami a városban</li><li>• Nektek is szól</li><li>• Fenntartható, digitális, rátok szabva</li></ul>
Művésztársadalom	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sokszínű művészeti találkozóhely, Rippl-Rónai városában.</li></ul>
Helyi lakosság	<ul style="list-style-type: none"><li>• Minőségi városi program minden korosztály számára.</li></ul>
Régiós lakosság	<ul style="list-style-type: none"><li>• El kell jönni, ahhoz, hogy átéld ezt a különleges várost.</li></ul>

# RIPPL- RÓNAI FESZTIVÁL



## Kontakt

Szabó Ádám

+36 30 852 32 48

[szabo.adam@brandtailor.hu](mailto:szabo.adam@brandtailor.hu)