



**Festiwal Zaczarowanej Piosenki.  
Propozycja strategii rozszerzenia imprezy do rozmiaru festiwalu  
międzynarodowego.**

**Szanowni Państwo**

Zgodnie z wymaganiami konkursu – oddaję w Państwa ręce mój projekt strategii rozszerzenia Festiwalu Zaczarowanej Piosenki im. Marka Grechuty na skalę imprezy międzynarodowej. Tworzenie tej strategii jest dla mnie prawdziwą przyjemnością.

Nie wiedziałam przed przystąpieniem do konkursu o istnieniu Festiwalu. Z niemałym podziwem i zaangażowaniem wgrzyzałam się więc w ten temat. Muszę przyznać, że z wielką przyjemnością tworzyłam zamieszczone poniżej śmiałe plany dla organizatorów festiwalu. Jestem pewna, że ludzie tak wielkiego serca i takich pracowitych rąk podołają każdemu wyzwaniu, podobnie jak dotychczas, niosąc radość i otwierając nowe horyzonty przed osobami, które potrzebują więcej gestów zachęty do aktywności i inicjatywy, niż inni. Bo też częściej niż inni spotykają się z gestami litości czy odrzucenia, które niszczą w człowieku otwartość i chęć działania.

Cieszę się z możliwości wejrzenia w ten świat aktywnie pomagających oraz tych – prawdziwie utalentowanych, odkrytych przez Festiwal.

Przekazuję zatem śmiały plan rozbudowania, rozsiania inicjatywy festiwalowej poza granice naszego kraju z nadzieją, która potrzebna jest zawsze przy takich inicjatywach obok chłodnej kalkulacji – że to, co posiejemy wyda plon stokrotny.

Z góry dziękuję za rozpatrzenie poniższego projektu.  
Przesyłam wyrazy szacunku.

## **Streszczenie.**

Niniejsza strategia opiera się na następujących założeniach:

- Festiwal Zaczarowanej Piosenki pozostanie całkowicie polski i podobnie, jak dotąd prestiżowy
- Prestiż Festiwalu Zaczarowanej Piosenki wzrośnie dzięki kwalifikacji zwycięzców do Międzynarodowego Festiwalu Zaczarowanej Piosenki
- Polscy organizatorzy nawiążą kontakt i współpracę z organizacjami działającymi na rzecz osób niepełnosprawnych poza granicami Polski, w wyniku czego zobowiążą się one do przeprowadzenia eliminacji o charakterze konkursu regionalnego.
- Międzynarodowy charakter Festiwalu zagwarantowany zostanie poprzez dopuszczenie do udziału w konkursie uczestników z innych krajów oraz zaproszenie światowej sławy artystów

Festiwal Zaczarowanej Piosenki jest unikatową inicjatywą, dlatego jego rozwój nie powinien zmieniać zbyt wiele w wypracowanej formule. Więcej nawet – wartościowa idea i metoda realizacji wydają się być możliwe do realizacji również w innych krajach. Szczególnie, jeżeli dotychczasowi organizatorzy polskiego festiwalu zechcą podzielić się doświadczeniem z zagranicznymi, chętnymi organizacjami.

Atmosfera społeczna sprzyja obecnie zarówno inicjatywom promującym równość wszystkich ludzi, w tym osób niepełnosprawnych, jak i pozwalającym na integrację i zdobywanie międzynarodowych i międzykulturowych doświadczeń, a także – budowaniu międzynarodowych partnerstw, sprzyjających międzynarodowemu dialogowi i realizacji śmiałych projektów. Wszystko to znajduje odzwierciedlenie w prezentowanym projekcie.

Międzynarodowa impreza wymaga środków godnych prestiżowego widowiska, a zatem zarówno udział gwiazd estrady światowego formatu, jak i międzynarodowa oprawa medialna powinny być nieodłącznym elementem festiwalu.

## Analiza sytuacji.

Festiwal Zaczarowanej Piosenki im. Marka Grechuty jest stojącym na wysokim poziomie artystycznym i organizacyjnym wydarzeniem z udziałem osób niepełnosprawnych. Artyści mają dzięki temu okazję przeżyć przygodę sceniczną, jaka dotąd spotykała jedynie śmiałe osoby pełnosprawne, które zdecydowały się na udział w jednym z wielu organizowanych konkursów artystycznych.

Festiwal organizowany jest od czterech lat. Tylko w tegorocznej, czwartej edycji, wzięło udział 200. uczestników. Eliminacje do konkursu, które mają uproszczoną, korespondencyjną formę, ułatwiają dostęp do konkursu osobom niepełnosprawnym, aktywizując osoby o utrudnionej ruchliwości i ograniczonej samodzielności.

O tym, jak bardzo ta inicjatywa jest potrzebna i popularna, świadczy chyba najlepiej liczba uczestników. Dotychczas do konkursu we wszystkich edycjach zgłosiło się 1260. kandydatów. I nic dziwnego - wygrana w konkursie daje satysfakcję, ale i szanse na rozwinięcie kariery artystycznej na skalę krajową oraz – nagrody w postaci materialnej.

Inicjatorem i głównym organizatorem festiwalu jest Fundacja Anny Dymnej „Mimo Wszystko”.

Pozostali organizatorzy to:

- Telewizja Polska
- Narodowe Centrum Kultury
- Państwowa Fundacja Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych
- Fundacja Kronenberga

Patronat honorowy sprawują:

- Prezydent RP
- Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego
- Pełnomocnik Rządu ds. Osób Niepełnosprawnych
- Prezydent Miasta Krakowa

Patronat medialny nad festiwalem objęły:

- Program Drugi Telewizji Polskiej
- RMF
- portal WP.pl
- Rzeczpospolita
- Gazeta Krakowska

Ponadto festiwal ma licznych entuzjastów i sponsorów.

Festiwal jest jak dotąd inicjatywą lokalną – zarówno wykonawcy, jak i ich publiczność pochodzą i zamieszkują Polskę. Wszystkie dostępne materiały informacyjne na temat festiwalu dostępne są w języku polskim. Organizatorzy udostępniają atrakcyjne materiały informacyjne i promocyjne na stronie festiwalu (jednak skorzystanie z nich uwarunkowane jest dotarciem najpierw do tej strony – a zatem przede wszystkim zainteresowanie festiwalem dla niepełnosprawnych wokalistów).

Z wywiadu przeprowadzonego wśród wąskiej grupy krakowskich studentów wynika, że inicjatywa nie jest dobrze znana wszystkim grupom Krakowian. Informacje o festiwalu ukazują się głównie w telewizji i prasie, mniejszy zasięg mają informacje na temat festiwalu w internecie (wniosek ten

wynika z uproszczonego wywiadu przeprowadzonego w wąskiej grupie krakowskich studentów).

Organizacja festiwalu wymaga wysokiej jakości współpracy bardzo różnych organizacji – głównie fundacji, prezentującej sferę organizacji pozarządowych z mediami i jednostkami samorządu terytorialnego. Przygotowanie i przeprowadzenie festiwalu pokazuje, że te wszystkie grupy mogą ze sobą sprawnie współpracować, korzystając również ze wsparcia sponsorów.

Powyższa analiza pozwala wyciągnąć 2 zasadnicze wnioski, ważne z punktu widzenia rozwoju koncepcji festiwalu:

1. Festiwal organizowany w ten sposób jest z konieczności ograniczony do polskich wykonawców i polskiej widowni
2. Festiwal jest przedsięwzięciem na wysokim poziomie organizacyjnym, tworzonym przez doświadczonych ludzi.

### Międzynarodowy kontekst artystycznej twórczości osób niepełnosprawnych.

W wielu krajach działają organizacje wspierające i aktywizujące osoby niepełnosprawne, także w dziedzinach artystycznych. Istnieją bazy skupiające informacje o takich organizacjach i ich inicjatywach:

Eucrea – europejska sieć organizacji wspierających twórczość artystyczną osób niepełnosprawnych (której strona internetowa niestety nie jest w pełni sprawna)

Abilities Arts Festival – kanadyjska organizacja, otwarta na współpracę międzynarodową, obejmującą cały glob, udostępniająca informacje o organizacjach zajmujących się twórczością osób niepełnosprawnych w wielu zakątkach świata (głównie Ameryka Północna, Australia i Europa Zachodnia)

International Disability Alliance - sieć światowych i międzynarodowych organizacji zajmujących się problemami osób niepełnosprawnych

International Disability and Development Consortium - zrzeszenie organizacji, pomagających osobom niepełnosprawnym z krajów rozwijających się, w walce o równość w prawach, dostęp do kultury, leczenia i edukacji

Duże zagraniczne organizacje zajmujące się sprawami sztuki osób niepełnosprawnych to na przykład:

London Disability Arts Forum, Association des Paralysés de France, DeutscherBehindertenrat

Pośród największych i najlepiej nagłośnionych w nowych mediach inicjatyw takich organizacji należy wymienić:

Breaking Down Barriers – międzynarodowy festiwal filmowy dla osób niepełnosprawnych, organizowany w Rosji z udziałem gwiazd tamtejszego kina

The Liberty Festival – ogólny festiwal dla osób niepełnosprawnych, odbywający się od 2003 roku w Londynie, pozwala się zaprezentować niepełnosprawnym artystom - zespołom i wokalistom indywidualnym

International Festival of Senses organizowany w Niemczech, w tym roku będzie miał również IV edycję (podobnie jak Festiwal Zaczarowanej Piosenki), festiwal umożliwia niepełnosprawnym artystom z różnych dziedzin zaprezentować swoje prace i talenty szerszej widowni

Wataboshi Music Festival, organizowany przez japońską organizację, działającą na rzecz osób

niepełnosprawnych; festiwal ma zupełnie inną formułę – pozwala zaprezentować twórczość osób poetycką osób niepełnosprawnych – do nadsyłanych przez nie tekstów komponowana jest muzyka i tworzone w ten sposób piosenki prezentowane są podczas festiwalu

Festiwalu Zaczarowanej Piosenki, jest unikalny, nawet wobec tych dużych i równie profesjonalnych inicjatyw, ponieważ w centrum jego zainteresowania znajduje się śpiew i jest konkursem dla indywidualnych wokalistów.

Powyższe inicjatywy pokazują, że istnieje możliwość organizacji międzynarodowych festiwali, dających możliwość promocji swoich talentów osobom niepełnosprawnym. Różne są strategie organizacji takich wydarzeń, wydaje się jednak, że dużą popularnością cieszą się inicjatywy organizowane w sieciach partnerstw, które zrzeszają liczne organizacje, pozwalając im na sprawną współpracę. Przykładem na to może być prężna działalność organizacji Abilities Atrs Festival, pozwalająca zrzeszonym organizacjom na zapraszanie wzajemnie na swoje festiwale osób z odległych miejsc na świecie.

Eucrea ma ambicje, by stać się podobnie żywym forum organizującym możliwości artystycznej ekspresji dla osób niepełnosprawnych. Jednak tego rodzaju inicjatywy organizowane niejako odgórnie – w oderwaniu od konkretnych wydarzeń, które mogą scalić międzynarodową społeczność, skupioną wokół danego zagadnienia rozwijają się powoli. Organizacja konkretnej imprezy, według wypracowanego wzorca, z międzynarodowym finałem – to jest rzeczywistość, która nadaje rytm tworzeniu się sprawnych międzynarodowych inicjatyw. Podobne są korzenie wspomnianej już wcześniej kanadyjskiej organizacji Abilities Atrs Festival.

### **Problemy i konsekwencje**

Z obecnego schematu organizacyjnego wynikają następujące konsekwencje:

- Jak pisano wcześniej, informacje i wszelkie materiały festiwalowe były dotąd publikowane w języku polskim.
- Patron festiwalu, Marek Grechuta, może być trudny do zrozumienia dla zagranicznych partnerów – choć muzyka ma charakter ponadnarodowy, jednak piosenka wyraża uczucia nie tylko muzyką, ale też słowem.
- Żeby wszyscy wykonawcy mieli prawdziwie równe szanse, w przypadku zaproszenia do konkursu uczestników z innych krajów, niezbędne stanie się umożliwienie zagranicznym lub międzynarodowym mediom transmisji z festiwalu.

## **Założenia i cele organizacji Międzynarodowego Festiwalu Zaczarowanej Piosenki**

- umożliwienie uczestniczącym artystom udziału w prestiżowym, międzynarodowym konkursie wokalnym na wysokim poziomie artystycznym
- umożliwienie niepełnosprawnym artystom nawiązania międzynarodowych kontaktów artystycznych
- umożliwienie niepełnosprawnym artystom spotkania z modelami, pokazującymi, że niepełnosprawność nie stanowi nieprzekraczalnej bariery w rozwijaniu twórczości
- udowodnienie społeczeństwu międzynarodowemu, że niepełnosprawność nie obniża wartości człowieka i nie wyklucza możliwości twórczego udziału w życiu międzynarodowej społeczności
- promocja Polski na arenie międzynarodowej jako kraju, w którym aktywnie pracuje się w celu pełnej integracji społecznej osób dotkniętych niepełnosprawnością

Metody weryfikacji osiągnięcia celów:

- monitoring informacji pojawiających się na temat narodowych Festiwali Zaczarowanej Piosenki oraz na temat międzynarodowego finału w Polsce ukazujących się w mediach zagranicznych
- udział zagranicznych niepełnosprawnych artystów w międzynarodowym finale Festiwalu Zaczarowanej Piosenki
- udział niepełnosprawnych wykonawców o światowym uznaniu w gali festiwalowej

## **Adresaci rozszerzonego festiwalu**

- Osoby niepełnosprawne w Polsce
- Osoby niepełnosprawne z innych krajów
- Zagraniczne organizacje działające na rzecz osób niepełnosprawnych
- Zagraniczne media
- Niepełnosprawni artyści o światowym uznaniu

Do niepełnosprawnych artystów w Polsce i za granicą powinien zostać skierowany jasny komunikat – niepełnosprawność nie tylko nie ogranicza możliwości twórczej ekspresji i nie zamyka drogi do artystycznego rozwoju, ale także – nie zamyka drogi do światowego sukcesu.

Zagraniczne organizacje muszą zostać poinformowane o sukcesie odbywających się dotąd w Polsce Festiwalu Zaczarowanej Piosenki, zostaną dla nich przygotowane materiały informacyjne na temat organizacji festiwalu. Organizacje otrzymują od Polskich organizatorów Festiwalu zaproszenie do współpracy na rzecz osób, których los jest im bliski. Choć propozycja ta zakłada, że Festiwal Zaczarowanej Piosenki stanie się swego rodzaju „franczyzą” z obszaru ngo, jednak praca w organizacjach pozarządowych różni się znacząco od sieci handlowych i dystrybucyjnych, dlatego też tego rodzaju współpraca musi mieć bardziej elastyczny i dobrowolny charakter.

Zaproszenie do współpracy, a zatem nie narzucone z góry zasady – w celu nawiązania współpracy należy zorganizować konferencję, podczas której wypracowane zostaną takie elementy jak regulamin festiwalu narodowych i festiwalu międzynarodowego.

Przedstawiciele organizacji z innych krajów nie mogą mieć wątpliwości, co do wysokiego artystycznego poziomu festiwalu oraz szansy, jaką udział w takim festiwalu rodzi dla ich podopiecznych. Zachęcone w ten sposób organizacje same powinny starać się o życzliwość i zainteresowanie ich lokalnych mediów dla tej inicjatywy.

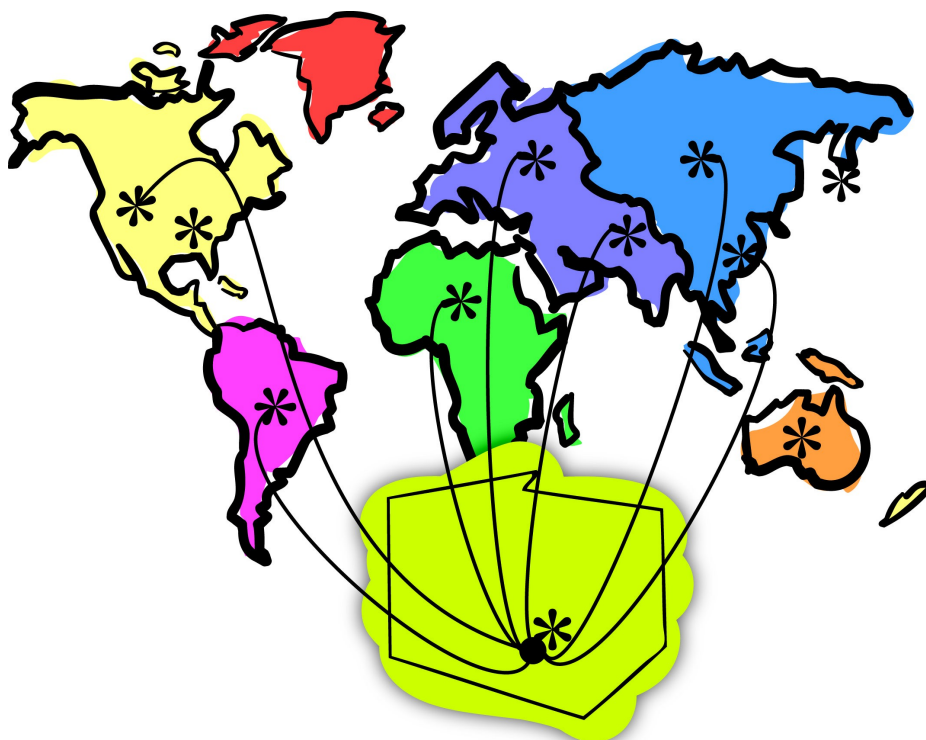
Media zagraniczne i międzynarodowe zyskają zainteresowanie dla festiwalu, jeżeli stanie się on międzynarodowy, a zatem – umożliwi tym mediom prezentację dokonań przedstawicieli ich macierzystego kraju w wartościowej, prestiżowej inicjatywie. Zatem udział zagranicznych artystów przyciągnie uwagę mediów do festiwalu.

Komunikat kierowany do mediów, podobnie jak do poprzednich adresatów Międzynarodowego Festiwalu, niepełnosprawność nie ogranicza możliwości osiągnięcia międzynarodowego sukcesu. Jeżeli gdzieś rośnie nowa gwiazda – media muszą tam być.

Impresariaty znanych światowych artystów, nawet tych niepełnosprawnych dbają o ich wizerunek. Zatem międzynarodowy i charytatywny charakter imprezy powinien zmiękczyć ich serca. Ponadto Ci artyści, którzy z pewnością też nie bez trudności przedzierali się przez dżunglę show-biznesu, mogą promować się jako liderów ruchu osób niepełnosprawnych w świecie gwiazd. Jako wybitnym wykonawcom, należy im także zaproponować miejsce w jury.

## Strategia

Strategia rozwoju Festiwalu Zaczarowanej Piosenki w imprezę o charakterze międzynarodowym zakłada stworzenie sieci festiwali narodowych w różnych krajach. Zwycięzcy tych lokalnych, bądź też narodowych, festiwali będą kierowani na finał w Krakowie.



Strategia ta zakłada nawiązanie kontaktu z organizacjami osób niepełnosprawnych w innych krajach, najlepiej za pośrednictwem organizacji międzynarodowych i przedstawicieli różnych krajów (głównie poprzez instytuty narodowe – jak niemiecki Instytut Goethe'go czy Instytut Francuski). Współpraca ta wymagałaby gruntownych przygotowań ze strony organizatorów festiwalu – przygotowania materiałów informacyjnych i promocyjnych w innych językach, organizacji międzynarodowej konferencji, prowadzenia ustawicznej korespondencji, doradztwa i pomocy dla nowych organizacji z zakresu organizowania festiwalu, współpracy z mediami, pozyskiwania środków finansowych.

\* Pewną alternatywą dla tworzenia sieci festiwali, jest zaproszenie organizatorów odbywających się już festiwali artystycznych dla twórców niepełnosprawnych do współpracy w zakresie kierowania zwycięzców innych festiwali na międzynarodowy festiwal w Polsce. Taka strategia również może przynieść pożądane efekty, ale na mniejszą skalę – międzynarodowy festiwal w Polsce byłby wtedy osobnym wydarzeniem, o którym nadal niewiele osób musiałoby słyszeć – jedynie artyści wygrywający lokalne festiwale wiedzieliby o możliwości wyjazdu na taką imprezę. Ponadto nie można mieć zawsze pewności, że organizatorzy konkretnej imprezy, posiadającej już pewne tradycje, mają podobne priorytety (jak np. utrzymywanie wysokiego poziomu artystycznego). Opcja ta wydaje się jednak pociągać za sobą mniejsze koszty organizacyjne.

Istnieje też możliwość połączenia obu strategii, przy czym zasady przyjmowania uczestników z „niezaczarowanych” festiwali musiałyby zostać ustalone z partnerami podczas inauguracyjnej konferencji.

## **Techniki komunikacyjne.**

W celu skutecznej realizacji strategii przewiduje się następujące formy komunikacji:

Niezbędne do sprawnego nawiązywania i prowadzenia współpracy z innymi organizacjami będzie przygotowanie strony internetowej w obcych językach (angielski, może też inne – w miarę potrzeb).

Podobnie - materiały informacyjne i promocyjne, czy to w postaci informatorów internetowych, czy też drukowanej broszury promocyjnej.

Nakręcenie krótkiego filmu na temat organizacji i popularności festiwalu w Polsce – do 15 minut, udostępnianego organizacjom w celach instruktażowych i promocyjnych. Pozwoli to zachęcić organizacje do współpracy, ale też może stać się dla nich materiałem promocyjnym albo chociaż przykładem dobrej praktyki w zakresie organizacji i promocji festiwalu.

Konferencja inauguracyjna z partnerami, z udziałem i/lub pod patronatem mediów. Konferencja powinna mieć formę dialogu, ale powinna być też okazją do przekazania sporej porcji wiedzy i doświadczenia przedstawicielom zagranicznych organizacji. Trzeba zatem zadbać, by część zajęć miała charakter szkoleniowy.

Biuro informacji medialnej – zaangażowanie rzecznika lub przedstawiciela festiwalu, którego zadaniem będzie bieżące informowanie mediów na temat festiwalu.

## Szkic planu realizacji.

	zadanie	II kwartał 2008		III kwartał 2008		IV kwartał 2008		I kwartał 2009		II kwartał 2009		III kwartał 2009	
1.	Przygotowanie materiałów informacyjnych												
2.	Pozyskiwanie funduszy na nawiązanie partnerstw												
3.	Nawiązywanie kontaktu z zagranicznymi organizacjami												
4.	Organizacja konferencji inauguracyjnej												
5.	Doradztwo i pomoc organizacjom partnerskim												
6.	Zaproszenie artystów światowego formatu												
7.	Organizacja i przeprowadzenie narodowych festiwali							Przez partnerów we własnym zakresie, wg ustalonych wspólnie zasad.					
8.	Pozyskiwanie funduszy na międzynarodowy festiwal												
9.	Współpraca z międzynarodowymi mediami												
10.	Międzynarodowy Festiwal Zaczarowanej Piosenki												

1. Przygotowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych Festiwalu Zaczarowanej Piosenki w językach obcych – przetłumaczenie obecnej strony lub stworzenie wersji językowych strony internetowej Festiwalu, ulotki, broszury, krótki film promocyjny z udziałem organizatorów, uczestników i sympatyków festiwalu (może być złożony z materiału telewizyjnego z ostatniej lub różnych edycji festiwalu)

2. Pozyskiwanie funduszy na nawiązanie partnerstw (produkcję materiałów promocyjnych i informacyjnych, organizację konferencji) – sponsorzy, Bank Światowy, Fundusze Europejskie, Polsko- Amerykańska Fundacja Wolności i in.
3. Nawiązywanie kontaktu z organizacjami zajmującymi się problemami osób niepełnosprawnych w innych krajach za pośrednictwem wspomnianych organizacji międzynarodowych i przedstawicieli innych krajów – drogą mailową, telefoniczną i listowną – informowanie organizacji i zachęcenie ich do zapoznania się z przygotowanymi materiałami, zaproszenie na konferencję.
4. Organizacja międzynarodowej konferencji, mającej na celu zarówno zapoznanie się partnerów, szkolenie w zakresie organizacji imprezy, dyskusję nad szczegółami regulaminu i wizerunku (poinformowanie o niej mediów międzynarodowych, w tym BBC, Reuters, MTV)
5. Doradztwo i pomoc w przygotowaniu i organizacji festiwalu lokalnego oraz wyjazdu na festiwal międzynarodowy, konsultacja nowych pomysłów czy spraw spornych
6. Pozyskiwanie sławnych niepełnosprawnych wokalistów na galę międzynarodowego festiwalu
7. Organizacja i przeprowadzenie narodowych festiwali – pozostaje w zakresie organizacji partnerskich według zasad ustalonych podczas konferencji, pod czułym okiem i opieką lidera – polskich organizatorów, którzy dzielą się swoim doświadczeniem, jeżeli jest taka potrzeba.
8. Pozyskiwanie funduszy na organizację międzynarodowego festiwalu – podobnie jak wcześniej – wnioski na konkursy grantowe, prócz tego - dotychczasowi sponsorzy Festiwalu Zaczarowanej Piosenki, zagraniczne/międzynarodowe media
9. Współpraca z międzynarodowymi mediami – dialog w zakresie możliwości transmisji, angażowania tłumaczy i wykorzystywania materiałów stworzonych podczas festiwalu
10. Międzynarodowy Festiwal Zaczarowanej Piosenki – przeprowadzenie imprezy na Krakowskim Rynku

## Kosztorys.

Ponizszego bilansu wpływów i wydatków nie można traktować jako gotowego budżetu. Kwoty związane z wieloma aspektami organizacyjnymi mają potężne widełki, zarówno w obu obszarach, stad podane kwoty należy traktować jako przybliżone, ale dające obraz potrzeb finansowych tego projektu.

kwota	wpływy	wydatki	kwota
130 tys. zł	Granty i dotacje instytucjonalne – pozyskiwane na nawiązanie partnerstwa	Przygotowanie i publikacja materiałów promocyjnych.	3,500 – 5 tys. zł
3,3 mln. zł	Granty i dotacje instytucjonalne, pozyskiwane na organizację Międzynarodowego festiwalu	Komunikacja i media (w zakresie używanego prądu, wody, ogrzewania, internetu, telefonu, materiały biurowe)	4 tys. zł
1,2 mln zł	Sponsorzy – firmy Polskie, media polskie i zagraniczne, firmy/korporacje międzynarodowe, prywatni sponsorzy	Konferencja – wynajem sali, noclegi, transport, materiały biurowe i konferencyjne	80 - 120 tys. zł
		Międzynarodowy Festiwal Zaczarowanej Piosenki – koszty promocji, wynajmu sceny, oświetlenia, nagłośnienia, obsługi, ochrony, prowadzenia, tłumaczenia, koordynacji mediów, scenografii, nagrody dla wykonawców	3, 5 mln. zł
		Zaangażowanie międzynarodowej gwiazdy	500 – 900 tys. zł
		Spotkanie ewaluacyjne z partnerami	12 tys. zł

## **Sposoby ewaluacji.**

Po festiwalu powinno odbyć się spotkanie przedstawicieli organizacji partnerskich z podsumowaniem współpracy i wyciągnięciem wniosków na kolejne lata oraz planowaniem współpracy i pozyskiwania nowych partnerów no rok następny.

Na spotkaniu powinny zostać również posumowane wyniki „popularności i widoczności” festiwalu w poszczególnych krajach. Powinna zostać przedstawiona treść przekazów medialnych, przy najmniej z największych mediów z każdego krajów. Podsumowania te pokażą, czy festiwal wywołał pożądane szerokie zainteresowanie medialne i społeczne i posłużą budowaniu strategii współpracy z mediami na kolejny rok.

Partnerzy wspólnie odniosą się do postawionych festiwalowi celów i przedyskutują na ile skutecznie cele te zostały w tym roku zrealizowane. Każdy z partnerów powinien zgromadzić w tym celu informacje na temat oglądalności festiwalowych transmisji, społecznych nastrojów i popularności festiwalu w danym kraju.

Partnerzy rozstrzygną też, czy udział „światowej gwiazdy” spełnił pokładane w nim oczekiwania. Oraz - czy zrealizował cel związany z pozytywnym oddziaływaniem tak znaczącego modelu na pewność siebie i chęć rozwijania talentu wśród uczestników festiwalu – na podstawie ujednoliconej krótkiej ankiety dla uczestników festiwalu.