

ÍNDICE

- 1. PROFEARTE S.L.**
 - 1.1 Quiénes somos**
 - 1.2 Historia**
 - 1.3 Proyectos**

- 2. FERIA MERCADO DE LOS ARTISTAS**
 - 2.1. ¿Qué es la Feria Mercado de los Artistas?**
 - 2.1.1 Descripción**
 - 2.1.2 Fórmula**
 - 2.2. Proyectos Nacionales e Internacionales**
 - 2.3. Actividades satélite**
 - 2.4. Comunicación**
 - 2.4.1. Plan de marketing Integrado**
 - a) Planificación publicitaria**
Piezas gráficas
 - b) Promoción “below the line”**
 - c) Marketing Directo**
 - d) Marketing on line**
 - e) Gabinete de prensa**
 - f) Patrocinios**

- 3. FERIA MERCADO DE LOS ARTISTAS 2008**
 - 3.1. Plan de actuación**
 - 3.2. Fotos y notas de prensa**

1. PROFEARTE S.L.

1.1 Quiénes somos

Profearte s.l. es una empresa de responsabilidad limitada con sede en la, c/ Vicente Caballero nº 5, 28009 de Madrid.

Su actividad principal es la Promoción de Ferias de Arte y Eventos Culturales a nivel nacional e internacional.

1.2 Historia

La empresa familiar Profearte s.l. (Promoción de Ferias de Arte y proyectos Culturales) nace como resultado de una experiencia y trayectoria de más 40 años de su Director en el mundo del arte a nivel nacional e internacional.

En 1976 la familia Jaldo abre su primera empresa llamada “Jaldo, arte impreso” y junto con ella su primera tienda de cuadros y láminas llamada “Jaldo” en pleno barrio del Retiro de Madrid. Posteriormente y gracias al esfuerzo y dedicación de los propietarios se abren otras cuatro tiendas más llamadas “Sisley” y “Futurama” (Argüelles), “Témpera” (Plaza de Castilla) y “Gris” (Barrio Salamanca). La empresa tiene un facturado estable y los propietarios deciden ampliar el negocio creando sus propias ediciones de láminas (Ediciones Diana) y también importando y exportando arte impreso con países como Francia, Alemania, Italia, Estados Unidos y Gran Bretaña. Ya siendo un referente en el sector nacional, con este nuevo proyecto la empresa “Jaldo” adquiere una dimensión internacional y tiene presencia en diversidad de ferias y eventos culturales a nivel europeo.

En 1994 nace la empresa Profearte s.l. para satisfacer las necesidades tanto del sector como del usuario final en cuanto a la creación de eventos culturales dirigidos a sendos mercados.

1.3. Proyectos

Profearte s.l. ha creado y desarrollado diversas iniciativas culturales desde que se fundó. Todas ellas han mantenido un objetivo común: acercar el arte, todavía posicionado en las mentes de los usuarios como algo inaccesible, para convertirlo en algo accesible y al alcance de todos.

Entre los proyectos dirigidos al sector se encuentra:

“De Arte Actual”:

Feria de galerías españolas, “la feria de las ferias” y núcleo difusor a la vez que centralizador de estilos donde tienen cabida diversas expresiones y performances artísticas, en colaboración con diferentes organizaciones, para que el público comprenda la interrelación de las diferentes artes, que es la esencia de la cultura de hoy. Feria organizada con la promoción de A.M.G.A. (Asociación Madrileña de Galerías de Arte).

Entre los proyectos dirigidos al público general se encuentra:

“**Feria Mercado de los Artistas**”: ver descripción en el próximo punto.

2. LA FERIA MERCADO DE LOS ARTISTAS:

2.1. ¿QUÉ ES LA FERIA MERCADO DE LOS ARTISTAS?

2.1.1 Descripción:

La Feria Mercado de los Artistas es un espacio de encuentro anual de artistas y compradores, es un recinto de 450 m² aprox. en plano corazón de Madrid como es la Estación de Atocha donde durante 11 días se presentan obras de calidad, de mediano y pequeño formato a precios asequibles.

Durante este evento se celebran interesantes actividades paralelas que ofrecen todavía más contenido al público y a los medios de comunicación como el Concurso de Pintura Rápida Renfe Cercanías y el Concurso de Body Painting.

Renfe otorga cada año los “Premios Renfe” en metálico a la “mejor obra” y al “Mejor conjunto de obra”. El evento obtiene cada año gran repercusión mediática debido al interés intrínseco que obtiene la propia feria y los eventos paralelos que en ella se desarrollan.

2.1.2. Fórmula:

La fórmula exclusiva de nuestra Feria, permite a los pintores presentar más de treinta obras sin enmarcar de pequeño formato y precio limitado a máximo 600€ junto con una de precio libre en un módulo individual dotado de un cajón y un panel frontal.

También existe la posibilidad de contratar un espacio más grande formado por paneles donde exponer obra sin límite de medidas ni de precio.

El artista paga una cuota de participación muy económica y proporciona una comisión del 40% por venta realizada a la organización. Con nuestra fórmula no es necesario que el artista esté presente, la organización se ocupa de atender a los visitantes.

La Feria funciona como un supermercado del arte donde el público pasea por ella, examina, escoge y compra si lo desea abonando su importe a la salida del recinto.

El evento tiene una gran repercusión mediática no solo por el esfuerzo promocional y publicitario que se realiza si no por el interés implícito que suscita en los medios la propia Feria y los eventos paralelos que en ella se realizan como el Concurso de Bodypainting y el Concurso de Pintura Rápida.



Ventajas para el artista:

- No es necesaria la presencia del artista, la organización se ocupa de todo.
- Las obras no deben ir enmarcadas, lo que supone un importante ahorro respecto a exposiciones convencionales.
- Inclusión en el catálogo con fotografía a color sin coste adicional.
- Cada artista puede participar hasta con 35 obras de medida máxima 65 x 60 cms.

2.2. PROYECTOS NACIONALES E INTERNACIONALES

A nivel nacional hemos celebrado la Feria Mercado de los Artistas en:

Madrid: 1994 al 2008

Bilbao: 1999

Santander: 2000

Valencia: 2001

Almería: 2004

A nivel internacional en:

Milán: 2000

2.3. ACTIVIDADES SATELITE:

Dentro del marco de la Feria de los Artistas, realizamos actividades y eventos paralelos con el objetivo de ofrecer todavía más contenidos interesantes al público y a los medios de comunicación en consecuencia.

Concurso de Bodypainting

La Feria de los Artistas ofrece a los visitantes la oportunidad de estar presentes en un proceso de creación artística, mediante la organización del “Concurso de cuerpos pintados”. Los participantes, un máximo de 20 artistas jóvenes, diseñarán su mejor obra sobre un lienzo muy particular, el propio cuerpo de su modelo. Este concurso se celebrará durante los días de la feria y los 2 finalistas obtendrán premios en metálico.



Concurso de Pintura Rápida

Los participantes de este concurso deberán inspirarse en La Estación de Atocha de Madrid. A la hora de la convocatoria los artistas se presentarán con un lienzo en blanco de tamaño máximo 1x1 m. que será sellado por la organización, tras registrarse, los artistas irán en búsqueda de su “estudio particular”, una ubicación dentro de la Estación, donde iniciar su obra de técnica libre. Tras 5 horas de creación entregan el lienzo que será valorado por un jurado compuesto por miembros directivos de Renfe la entidad patrocinadora del concurso y miembros de la organización Profearte. Las dos mejores obras recibirán premios en metálico y pasarán a ser propiedad de Renfe.

2.4. COMUNICACIÓN

En Profearte, creemos que la comunicación es la base del éxito de la afluencia del público, por eso todos los años elaboramos un plan de marketing a 360° que contempla promoción below the line, planificación publicitaria en medios convencionales y marketing directo y marketing on line.

2.4.1. Plan de Marketing Integrado

a) *Planificación publicitaria*: nuestros esfuerzos publicitarios recaen fundamentalmente sobre la radio y la prensa general y especializada. Compramos cuñas publicitarias de 30" en emisoras como *Kiss F.M., Punto Radio, SER, Intereconomía, Onda Madrid* y compramos espacios publicitarios en periódicos como *El País, El Mundo*, revistas como *La Guía del Ocio, Metrópoli, On Madrid* y especializadas como *El Punto de las Artes*.

Piezas gráficas:

Todos los años diseñamos la imagen de la Feria, que se plasma en:

Banderolas que se reparten por la ciudad desde 15 días antes del evento

Carteles A3 que se distribuyen antes y durante la Feria por toda la Estación de Atocha.

Pancarta que se ubica en la entrada de la Feria

Trasera de palco de eventos que sirve como soporte publicitario para patrocinadores ya que aparece de fondo en las fotografías de prensa.

b) *Promoción below the line*: gracias a la originalidad de nuestro sistema, a los eventos paralelos que realizamos en torno a la Feria y a un buen trabajo de gabinete de prensa obtenemos una gran repercusión en medios de manera gratuita, lo que se conoce como "free publicity" que complementa a nuestra planificación publicitaria.

c) *Marketing Directo*: tanto con nuestros pintores en fase de inscripciones como con los compradores habituales de la Feria en fase de promoción de la misma utilizamos esta valiosa herramienta para conseguir nuestros objetivos.

d) *Marketing on line*: a través de nuestra página web www.profearte.com entablamos un vínculo directo con artistas y público visitante así como con los medios de comunicación que quieran descargarse las notas de prensa de la misma página. Gracias al marketing on line y a nuestras bases de datos de artistas y compradores de la feria que llevamos ampliando y actualizando desde nuestros inicios podemos llegar al público objetivo de manera instantánea y prácticamente gratuita.

e) "*Gabinete de prensa*": una parte fundamental de nuestro plan de marketing es el gabinete de prensa. Gracias a él podemos comunicar a los medios de comunicación todas las noticias y novedades que van sucediendo antes, durante y después de la Feria. Este servicio no solo se realiza para promocionar la Feria antes de la misma si no que realiza un seguimiento de los medios contactados para asegurar la publicación de artículos en prensa, la mención en radio y la emisión de reportajes en televisión para cada una de las fases donde es necesario: inscripciones de artistas, convocatoria de público visitante y comunicación de los eventos paralelos. Al finalizar la feria obtenemos un clipping de prensa y una valoración económica de la "free publicity" aparecida en prensa.

f) *Patrocinios*: La organización tiene una gran flexibilidad para moldear sus actividades y personalizarlas a la medida del patrocinador. Al mismo tiempo estamos muy disponibles a crear e inventar nuevas actividades/soportes donde nuestros patrocinadores puedan promocionarse ante el público visitante y ante los medios de comunicación. Algunos ejemplos de patrocinadores son Renfe con "Los Premios Renfe", X amor al Arte, Photo Aid, Coronado, Marco 5 y Escoda e Instituto Cervantes de Milán, insertar más.

3. FERIA MERCADO DE LOS ARTISTAS 2008

Este año la Feria se celebrará del 28 de Noviembre al 8 e Diciembre y como todos los años tendrá lugar en el vestíbulo principal de la Estación de Atocha de Madrid. Este año los Premios Renfe Cercanías a la mejor obra y al mejor conjunto serán de 1500€y 800€ respectivamente.

3.1. Plan de actuación:

Durante los 10 días de Feria, se realizan otras actividades paralelas:

3.1.1. Calendario de Actividades:

29 Noviembre a las 11:00 h. El Concurso de Pintura Rápida estará abierto a todo pintor que quiera participar libremente. Los varios premios estarán patrocinados por Renfe y serán en metálico de 1er premio 1700€ y 2º premio 500€

4 Diciembre de 15:00 h. a 19:00 h. El Concurso de Body Painting se realiza con un máximo de 20 parejas formadas por pintor y modelo tendrán la oportunidad de ganar 2 premios en metálico de 400€y 300€a la pintura más creativa.

3.1.2. Plan de Marketing:

Planificación publicitaria: desde un día antes del inicio de la feria hasta el penúltimo se mandan al aire cuñas durante todo el día en diferentes emisoras de radio al interno de los programas de mayor audiencia.

Promoción “below the line”: A través de las actividades previstas para este año conseguiremos aparecer en los medios de forma gratuita.

Marketing Directo:

- envío de bases a 1500 pintores, galerías de arte, escuelas de pintura, tiendas de material de bellas artes y Universidades de Bellas Artes nacionales.
- Envío de 3.600 invitaciones válidas para dos personas a compradores de la Feria, galerístas, escuelas de arte y tiendas de material de bellas artes.

Marketing on line: envío de bases e invitaciones a nuestras bases de datos. Renovación de la página web.

Gabinete de prensa: redacción de notas de prensa previas y post, envío de las mismas y seguimiento de medios para la publicación de las diferentes actividades:

FERIA DE LOS ARTISTAS

- Nota de prensa inicial dirigida a pintores “abiertas plazas”
- Seguimiento de medios para su publicación
- Convocatoria de medios para la inauguración de la feria
- Gestión de entrevistas con el Director de la Feria.
- Envío nota de prensa post inauguración
- Seguimiento medios nota de prensa post inauguración

- Clipping de prensa
- Valoración económica de la repercusión

CONCURSO BODYPAINTING

- Nota de prensa dirigida a pintores “abiertas plazas”
- Seguimiento de medios para su publicación
- Convocatoria medios para el concurso
- Gestión de entrevistas con ganadores y Director de la Feria.
- Envío nota de prensa post concurso
- Seguimiento de medios
- Clipping de prensa
- Valoración económica de la repercusión

CONCURSO PINTURA RAPIDA

- Nota de prensa dirigida a pintores “abiertas plazas”
- Seguimiento de medios para su publicación
- Convocatoria medios
- Gestión de entrevistas con ganadores y Director de la Feria.
- Envío nota de prensa post concurso
- Seguimiento de medios
- Clipping de prensa
- Valoración económica de la repercusión

3.2 Fotos y notas de prensa Feria de los Artistas





FERIA DE LOS ARTISTAS 07



FERIA DE LOS ARTISTAS 07



FERIA DE LOS ARTISTAS 07

FERIA-MERCADO DE LOS ARTISTAS Atocha-AVE 30 Nov a 9 Dic



Todas las caras del arte

→ FERIA ESTACIÓN DE ATOCHA
DEL 1 AL 10 DE DICIEMBRE

Encuentro con el arte

La creación a su alcance es el eslogan que utilizan este año los organizadores de la Feria-Mercado de los Artistas, que alcanza su IX edición. Del sábado 1, al lunes 10 de diciembre, la primera planta del recinto AVE de la Estación de Atocha (junto al Jardín Tropical) expone la obra escogida de más de 100 artistas españoles con fines comerciales. Asimismo tendrá lugar, por segundo año consecutivo, el singular Concurso de Cuerpos Pintados. Horario ininterrumpido, de 11 a 21 horas. Entrada libre.



→ PROPÓSITO RECINTO AVE
DEL 1 AL 10 DE DICIEMBRE

Maratón artístico

La IX Feria-Mercado de los Artistas se celebrará en el recinto AVE de la Estación de Atocha, entre los días 1 y 10 de diciembre. Un total de 140 pintores y grabadores participarán en la convocatoria. Dentro de este marco acontecerá el tercer Concurso de Cuerpos Pintados y el primero de Pintura Rápida Juvenil. Asimismo, habrá un stand de Cruz Roja en el que exhibirán artistas refugiados. Horario: de 11 a 21 horas. Entrada: 300 pts. y 200 pts., estudiantes y jubilados.



Pintura natural

Para conmemorar el centenario del AVE de Atocha se celebrará el concurso de pintura natural. Los artistas tendrán que pintar a un modelo humano en el espacio de la estación de Atocha-AVE, entre los días 1 y 10 de diciembre. Para el concurso, será posible pintar, según el modelo, una muestra de un animal, un objeto, un paisaje, etc.



Una selección de pintura y fotografías, en la Feria de los artistas de la estación del AVE

La VII Feria-mercado de los artistas que se abrió al público el pasado jueves en la estación de Atocha-AVE reúne a un centenar de obras gráficas y plásticas que, además, pueden ser adquiridas por los visitantes. Decenas de modelitos se acercaron ayer (en la imagen) a admirar esta tradicional feria que se cerrará el martes.



Jóvenes artistas en el concurso de cuerpos pintados

Nueve jóvenes artistas, la mayoría de ellos estudiantes de Bellas Artes, participaron ayer en el III Concurso Cuerpos Pintados, en el marco de la IX Feria-Mercado de los Artistas, que se celebra hasta el próximo domingo en la estación de Atocha. Los artistas comenzaron a pintar los cuerpos de sus modelos a las once de la mañana y, tras tres horas de duro trabajo, las obras fueron ensalzadas y juzgadas por un jurado compuesto por cuatro artistas, que otorgaron un premio de 50.000 pesetas al ganador y otros de 40.000 y 30.000 pesetas, al segundo y tercer seleccionados. Los jóvenes, ocho chicas y un chico, pintaron inspirados ante la mirada de curiosos, medios de comunicación y otros artistas.