



YVES SAINT LAURENT

LA QUINTESSENCE DU STYLE
SEATTLE ART MUSEUM
11 octobre 2016 - 16 janvier 2017

Partenariat Corporate



IN
Z
L
S
W
L
Σ
U
Z
A
H
O
N
E

Seattle

Ville Émeraude

Aux portes du Pacifique, ville la plus à l'ouest du territoire central, Seattle occupe une place à part aux États-Unis. Des hautes technologies à l'aérospatiale, du café à la musique, Seattle a toujours été une source d'inspiration pour des entrepreneurs visionnaires et des artistes innovants ; la présence de marques emblématiques telles Boeing, Amazon, Microsoft ou Starbucks illustrent son dynamisme.

Seattle, une ville où l'extraordinaire côtoie l'ordinaire et où la capacité d'innovation ne se réduit pas au domaine des affaires, l'art se rencontre partout dans la ville. L'omniprésence des arts visuels, du théâtre ou de l'opéra, et bien sûr de la musique, font de Seattle un centre nerveux de la création artistique aux États-Unis. Dotée de nombreux musées, d'œuvres artistiques parsemant ses lieux publics, Seattle abrite des bâtiments de Frank Gehry à Rem Koolhaas. C'est aussi le berceau de musiciens tels que Jimmy Hendrix, Quincy Jones ou Nirvana.

Nichée sur la côte verdoyante du 'Pacifique Nord-Ouest', entourée de montagnes, de lacs et d'une végétation luxuriante, Seattle offre des panoramas somptueux et bénéficie d'un climat tempéré unique qui en fait une des villes les plus agréables à vivre des États-Unis. Ses affaires y sont florissantes, et la ville connaît actuellement un boom à la fois économique et démographique, attirant des milliers de nouveaux habitants chaque année.

Seattle est une ville du futur, comme le montrent ces quelques chiffres:

- ▶ Plus fort taux de croissance des grandes villes américaines (U.S. Census Bureau 2013)
- ▶ Ville favorite des États-Unis (Public Policy Polling, 2012)
- ▶ Première ville en terme de croissance d'emplois dans les hautes-technologies (Forbes, 2013)
- ▶ Ville la plus "intellectuelle" d'Amérique du Nord (Fast Company, 2013)
- ▶ Plus de 18 millions de visiteurs par an (U.S. Travel Association, 2013)
- ▶ 20ème plus grande ville des États-Unis, devant Boston ou Washington DC (U.S. Census Bureau, 2014)
- ▶ Seconde ville la plus 'cool' des États-Unis, première sur la côte Ouest (Forbes, August 2014)



D
E
F
E
C
T
I
V
E
C
O
N
V
E
R
T
I
N
G

SAM SEATTLE ART MUSEUM

Le Seattle Art Museum (SAM) possède une importante collection d'œuvres émanant de cultures diverses, allant de l'antiquité aux temps présents. Sa collection permanente est régulièrement enrichie par d'ambitieuses expositions temporaires, ainsi que par des programmes éducatifs associés. La mission du musée, relier l'Art à la vie, reflète la conviction que les objets exposés au SAM doivent s'apparenter à la vie quotidienne de ses visiteurs, et que chacun puisse trouver un sens ou éprouver une émotion dans des créations artistiques, même lorsqu'elles émanent de lieux ou de temps reculés.

Avec ses trois lieux distincts, le SAM au centre-ville, le Asian Art Museum, dans le quartier résidentiel de Volunteer Park, et le Olympic Sculpture Park, en front de mer, le Seattle Art Museum recense une fréquentation de 750.000 visiteurs annuels et constitue le centre culturel majeur de Seattle.

Sur le plan éducatif Le SAM joue également un rôle important, en organisant de nombreux événements qui ciblent tous les publics, quel que soit leur âge. Ainsi Le musée est fier d'avoir déjà aidé plus de 40,000 enfants, depuis leur plus jeune âge, et professeurs à apprécier et faire apprécier l'art.

De nombreuses expositions mondialement reconnues ont été à l'affiche du SAM : L'exposition Picasso, en partenariat avec le musée Picasso à Paris, a attiré le nombre record de 405.000 visiteurs en 3 mois. Parmi les autres expositions majeures citons également Gauguin et la Polynésie (2012), Elles: Femmes artistes au Centre Pompidou (2012), ou encore plus récemment Miró (2013).

En proposant quelques-unes des expositions les plus visitées au monde, le SAM représente le phare culturel de la région Nord-Ouest des Etats-Unis, capable d'attirer des visiteurs depuis l'ensemble des États-Unis et au-delà, et d'apporter à ses partenaires une reconnaissance aussi large qu'unique.



LIBERTE

Yves Saint Laurent

L'homme, son héritage

Yves Saint Laurent (1936-2008) incarne le premier créateur de mode à atteindre la même notoriété qu'une star de rock ou de cinéma. Véritable icône du XXème siècle, l'homme a autant fasciné que son travail. Jeune, beau et révolutionnaire, il fut le symbole de la modernité des années 60 et des changements de société radicaux qui se sont déroulés à l'époque.

Initialement, le jeune Saint Laurent voulait se consacrer exclusivement au théâtre. Mais le succès de ses créations, alors qu'il travaillait pour Dior va sceller son destin. Le créateur allait apporter aux femmes un style unique et moderne, une révélation pour beaucoup. Il allait remplacer les codes de la mode et donner aux femmes la liberté d'exprimer et d'affirmer leur personnalité par une nouvelle garde-robe.

En 2016, the Seattle Art Museum aura le privilège de présenter le travail original de ce maître de la mode et d'inspirer une ville où l'innovation guide chaque aspect de la vie. L'œuvre d'Yves Saint Laurent a, par le passé, rencontré un succès considérable à Montréal (2008), Paris (2010) et plus récemment à Bruxelles (2011) et Denver (2012). L'exposition qui aura lieu à Seattle offrira une vision panoramique des 44 années de création qui constitue un héritage incontestable à l'histoire de la mode, ainsi que de nouvelles acquisitions de la Fondation exposées pour la première fois au public.

L'exposition suivra une ligne thématique, comprenant une sélection éclectique de 100 modèles haute-couture, des photographies de Jean-Loup Sieff, rendu célèbre pour ses portraits de stars, des dessins originaux, films et autres contenus multimédia en provenance de la Fondation. L'exposition créera ainsi un environnement visuellement riche pour le visiteur, qui pourra découvrir la construction du style Saint Laurent et les thèmes récurrents de sa carrière. Cet événement multi-facettes est conçu sous l'égide de Florence Müller, Curatrice vivant à Paris et Historienne de la mode, en collaboration avec Chiyo Ishikawa, Directrice Associée pour l'Art et Curatrice du département peintures et sculptures européennes au SAM. Parmi les pièces maîtresses de l'exposition figureront la célèbre robe Mondrian créée par Saint Laurent en 1965, les révolutions de style empruntées à la mode masculine telles que le Smoking de 1962 ou les sahariennes de la collection 1966, et les inoubliables robes de soirées que Saint Laurent a créé vers la fin de sa carrière.

Le public pourra observer Saint Laurent dans l'intimité de son travail, observer son processus créatif allant des ébauches au choix des tissus et aux essayages finaux. L'exposition est un voyage, de ses débuts chez Dior en 1958, avec les poupées baptisées "paper doll" jusqu'à la splendeur de ses derniers défilés en 2002, en passant bien entendu par ses créations révolutionnaires des années 60 et 70.



Visibilité D'entreprise

Que votre société considère un partenariat avec le SAM pour la première fois, ou qu'elle ai déjà connu les fruits d'un partenariat avec le SAM, nous souhaitons tout d'abord vous exprimer nos remerciements.

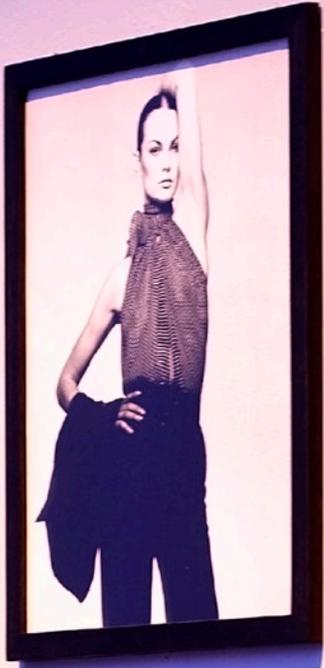
Notre Objectif est de faire de Seattle et de sa région une place forte de la culture, de nourrir la créativité et l'inspiration. Et votre soutien est essentiel à notre succès car il nous permet de présenter à nos différents publics des expositions de dimension internationale telle celle d'Yves Saint Laurent et de servir une large communauté.

Parrainer une exposition événementielle au SAM, c'est permettre à votre société de se distinguer, de se différencier dans un environnement concurrentiel et changeant et d'apporter une expérience unique à ses clients privilégiés . En associant votre nom à celui du SAM, votre société a l'opportunité de s'élever au dessus d'une simple liste de logos, d'associer son image à un événement culturel d'envergure et médiatisé, de mettre en place une véritable campagne marketing capable de remplir des objectifs en terme de budget, de visibilité, de reconnaissance et d'engagement des clients.

Nous vous invitons à rejoindre nos mécènes tels Microsoft, Boeing ou Starbucks, en soutenant la première destination culturelle de Seattle. En associant votre nom à celui d'Yves Saint Laurent et du SAM, en devenant partenaire de cet événement unique sur la Côte Ouest des Etats-Unis, votre entreprise bénéficiera d'une plateforme promotionnelle exceptionnelle pour dynamiser ses actions marketing et événementielles.

Que votre objectif soit de renforcer l'engagement de votre société vis-à-vis des Arts et de la Culture, ou d'offrir une expérience unique et valorisante à vos clients ou employés, le SAM est en mesure de concevoir un partenariat adapté à vos attentes. Notre promesse est de vous aider à remplir les objectifs de votre organisation à travers une exposition inoubliable, un plan de communication d'envergure et une visibilité médiatique qui dépassera l'échelle de Seattle et celle des Etats-Unis.

NOVELTY SELLERS



Premium
\$100,000

Majeur
\$50,000

Officiel
\$25,000

Soutien
\$10,000

Visibilité

Logo	✓	✓	×	×
Mention	×	×	✓	✓
Affichage logo sur l'enseigne lumineuse à l'entrée du SAM	✓	✓	×	×
Présence sur les outils marketing	✓	✓	✓	✓
Exclusivité	Industry	Industry	×	×

Exposition et Evénements Privés

Admission Gratuite	Ensemble des collaborateurs	×	×	×
Organisation de soirée privée gratuite*	Accueil par le DG du SAM Présentation par le Curateur	Présentation de l'exposition par le Curateur	Présentation de l'exposition par un guide	×
Citation lors de la soirée d'ouverture VIP	✓	×	×	×
Présence lors des événements presse	✓	×	×	×
Événementiel clients	✓	✓	✓	✓
Présentation entreprise	✓	✓	✓	×
Visite Privée	Visite guidée par le curateur (20 personnes maximum)	Visite guidée par un guide (30 personnes maximum)	×	×

Autres invitations

Présentation presse	4	×	×	×
Cérémonie d'ouverture	10	6	4	2
Ouverture aux membres privilégiés	12	8	6	4
Pass VIP	100	50	25	10

* A l'exception des dépenses des postes restauration, sécurité, matériel audio-vidéo et personnel



Tous partenaires

Événementiel clients

Adhésion gratuite d'un an pour nos partenaires incluant :

- ▶ 10 pass annuels pour les employés avec entrée libre pour toutes les expositions événementielles
- ▶ Invitations pour les cadres dirigeants et leurs invités pour assister aux événements VIP du SAM tout au long de l'année
- ▶ Visibilité entreprise sur le site web du SAM dans la rubrique "Corporate Partners" et lien vers la société
- ▶ Prix préférentiels pour la location des espaces du SAM pour les partenaires, et pour l'adhésion des employés
- ▶ 40 pass invités à utiliser dans l'année

Promotion et Engagement

- ▶ Possibilité de mettre en place des opérations de promotion croisées dans le respect des mutuels intérêts
- ▶ Prix préférentiels sur les tickets d'entrée pour les clients ou autres bénéficiaires (à valider ensemble)
- ▶ Droit d'utilisation du logo du SAM et des images de l'exposition dans les communications media et hors media des partenaires

Outils de communication

La visibilité de nos partenaires sur nos outils de communication intègre:

- ▶ Publicité presse/affichage (à valider selon la taille, peut-être restreint à nos partenaires Premium uniquement). Volume à déterminer
- ▶ Signalétique intérieure, entrée et ascenseurs - 3 millions
- ▶ Murs d'entrée vers l'exposition - Nombre de visiteurs
- ▶ Invitations et programmes pour les événements d'ouverture - 38 000
- ▶ Guides de l'exposition - 15 000
- ▶ Poster de l'exposition - 1 000+
- ▶ Microsite web de l'exposition - 1 000+
- ▶ Catalogue de l'exposition - 1 000+
- ▶ la e-newsletter du SAM - 450 000
- ▶ le site internet du SAM et les réseaux sociaux
- ▶ Remerciements ou mention verbale du partenariat lors des événements sur écran avant et pendant une sélection de programmes

Annonce aux administrateurs du SAM

Mention dans les documents distribués à la presse locale, nationale et internationale

