

Невафильм Research и проект Movie Research

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ КИНОПРОЕКТОВ

Исполнительный директор Movie Research

Александр ЛУЖИН



НЕВАФИЛЬМ
RESEARCH

MRC[®]
MOVIE RESEARCH COMPANY



**Российский
Международный
Кинорынок**

Проанализировано размещение телерекламы отечественных фильмов за 2013 и 2014 годы

2013 год – 30 фильмов, 24 из них собрали более 30 млн руб (среди фильмов с такими сборами нет данных по фильму «Географ глобус пропил»)

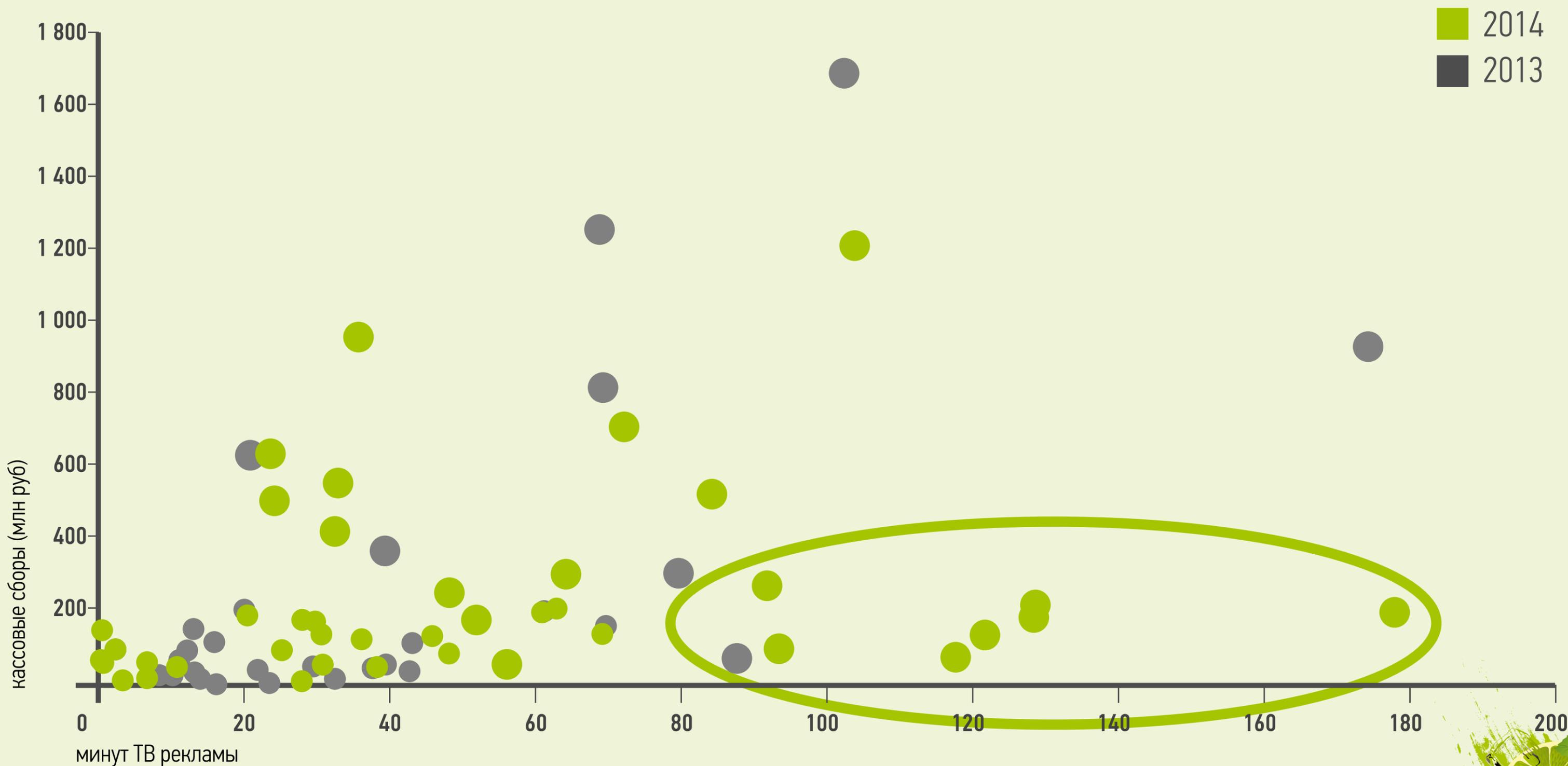
2014 год – 40 фильмов, 37 из них собрали более 30 млн руб (среди фильмов с такими сборами нет данных по фильмам «Газгольдер», «Джек Райн: Теория хаоса», «Нереальная любовь», «Черная роза»)

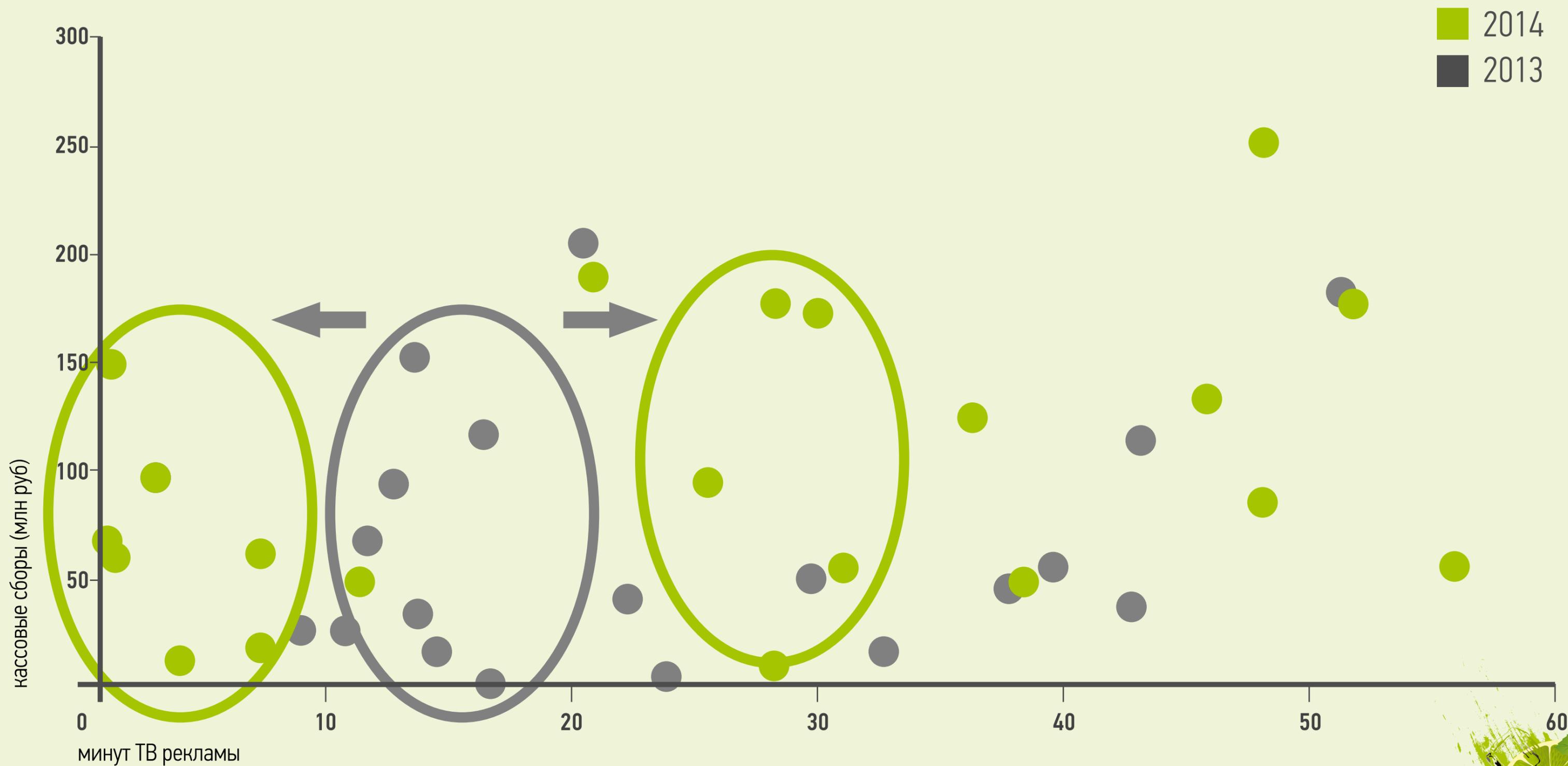
Данные о ТВ рекламе предоставлены «Аналитическим центром «Видео Интернешнл», при этом размеры бюджетов на ТВ рекламу представлены на основании расчетов

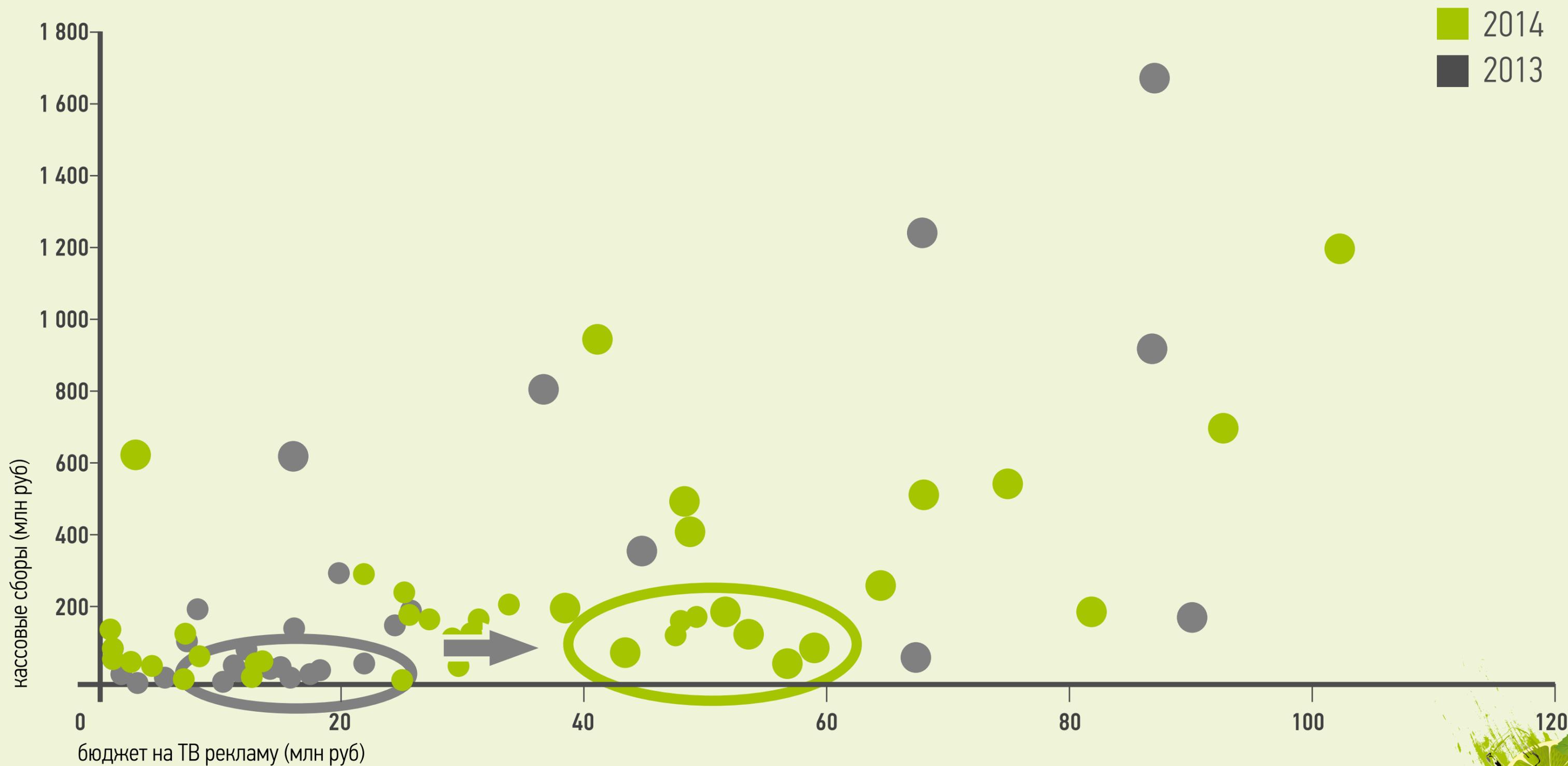


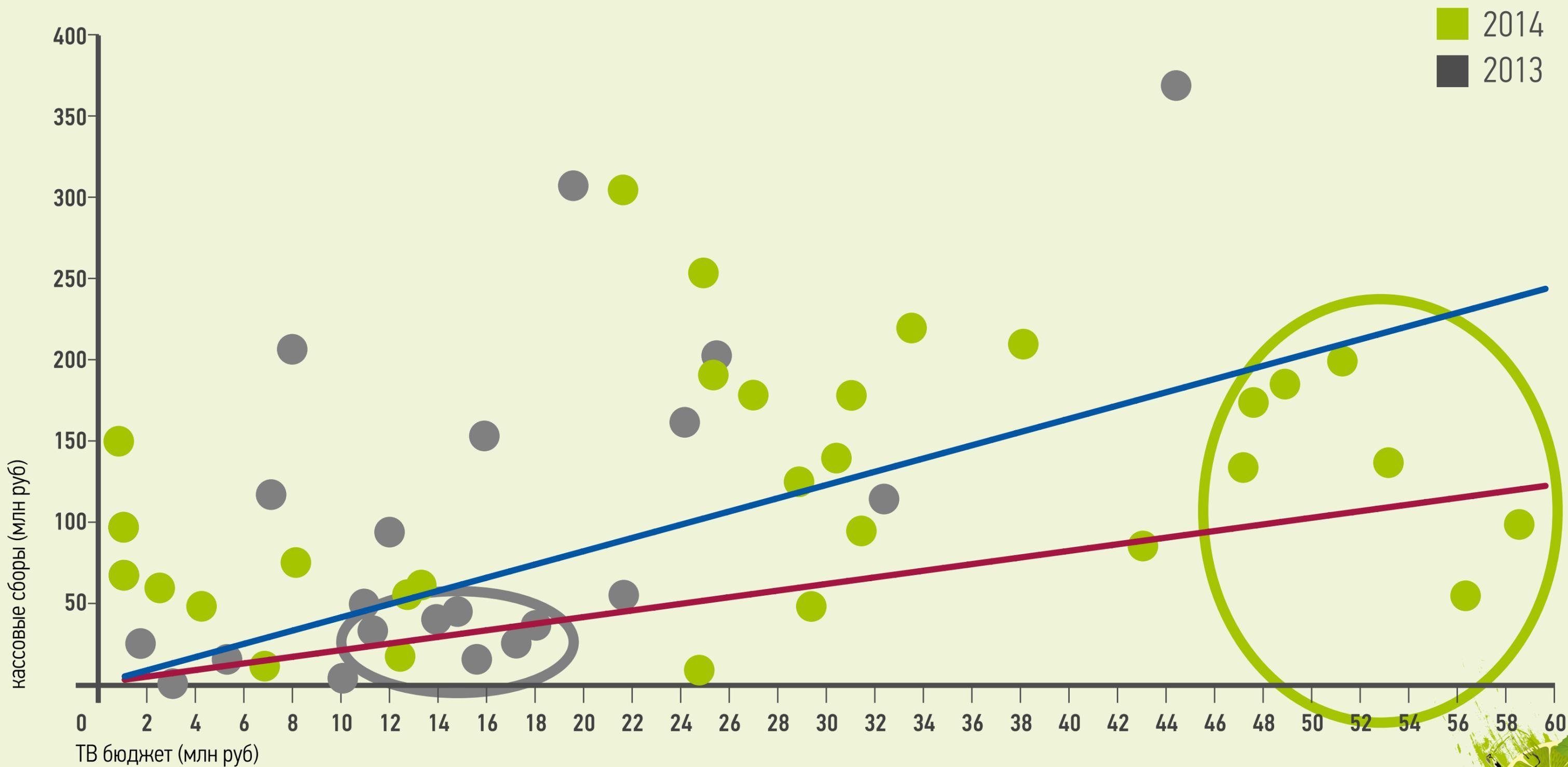
БОЛЬШОЙ ОБЪЕМ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ НЕ ГАРАНТИЯ КАССОВЫХ СБОРОВ

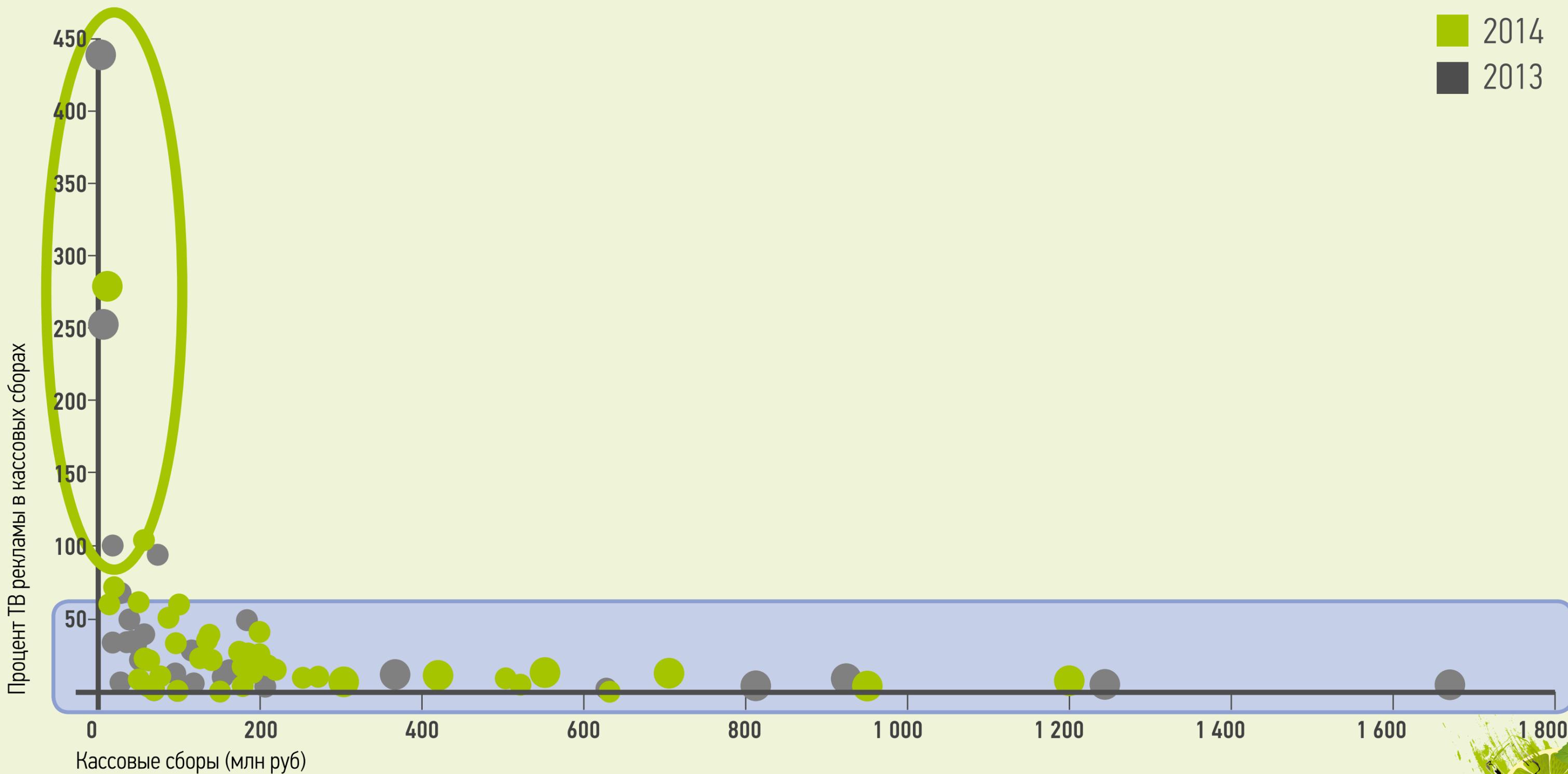
FRESH-ЗАВТРАК

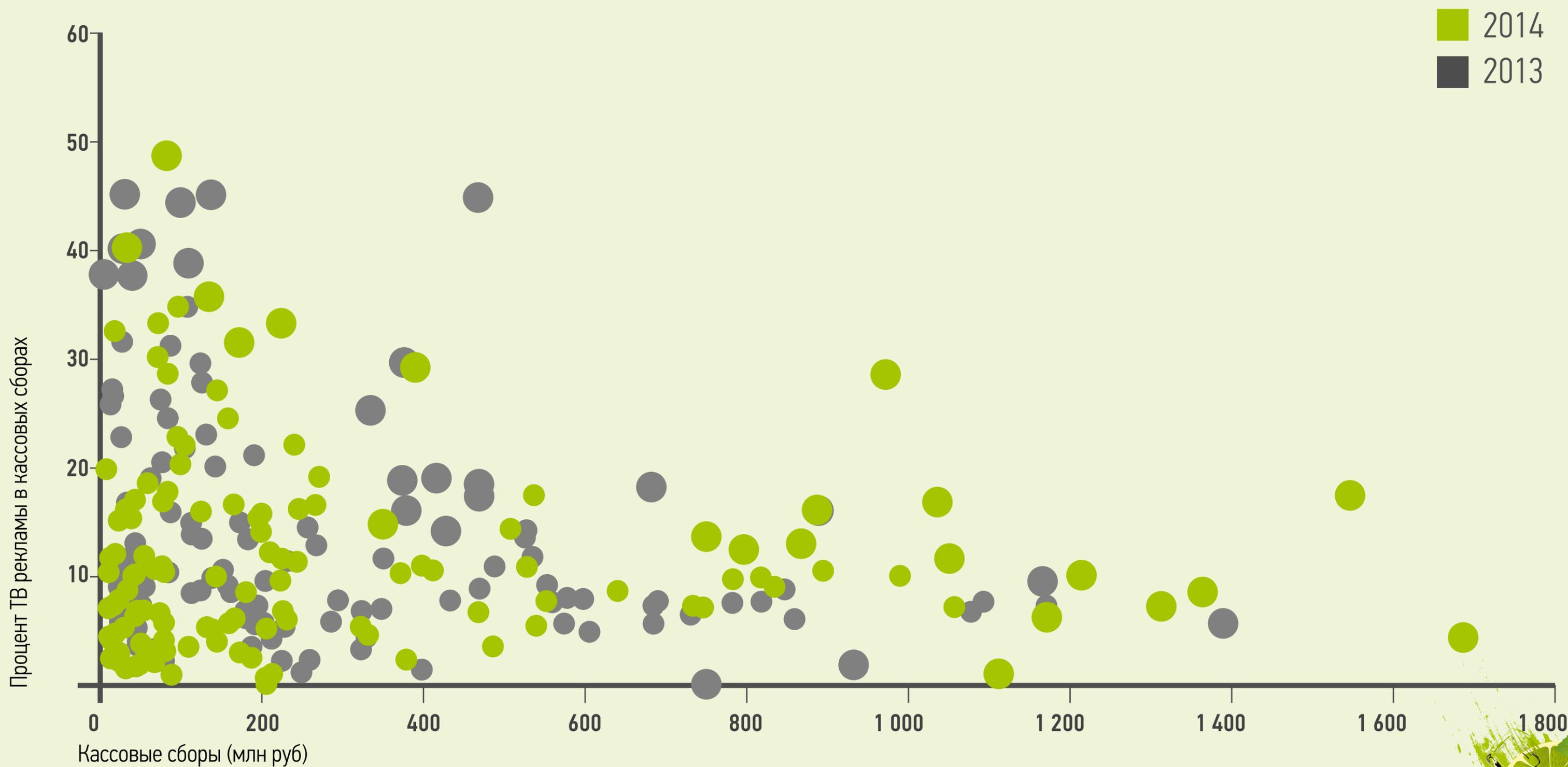












СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ