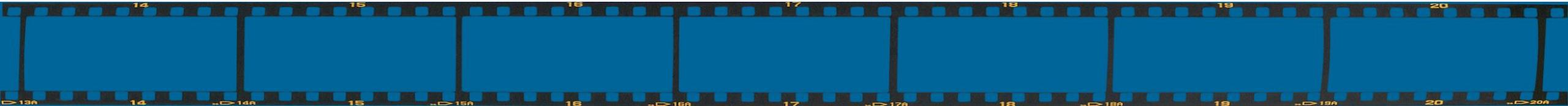


# PRODUCT PLACEMENT В КИНОИНДУСТРИИ

## PRODUCT PLACEMENT

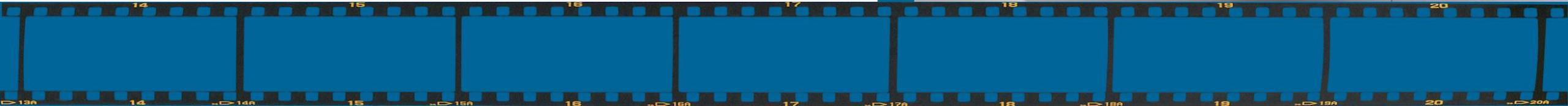
---

- PRODUCT PLACEMENT, ИЛИ СКРЫТАЯ РЕКЛАМА – ПРИЁМ НЕЯВНОЙ (СКРЫТОЙ) РЕКЛАМЫ, ПОДРАЗУМЕВАЮЩИЙ ПОД СОБОЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕРОЯМИ ФИЛЬМОВ, ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПЕРЕДАЧ, МУЗЫКАЛЬНЫХ КЛИПОВ, ИЛЛЮСТРАЦИЙ РЕКВИЗИТОВ, ИМЕЮЩИХ РЕАЛЬНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ АНАЛОГ.
- НА СТАДИИ СВОЕГО ЗАРОЖДЕНИЯ СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ PRODUCT PLACEMENT ОГРАНИЧИВАЛАСЬ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО КИНОФИЛЬМАМИ И ТЕЛЕСЕРИАЛАМИ. ЭФФЕКТ PRODUCT PLACEMENT В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ЗАВИСИТ ОТ ПРАВИЛЬНОГО ВЫБОРА ИНСТРУМЕНТА. СЕРИАЛ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧА, СПЕКТАКЛЬ, РОМАН ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОРИЕНТИРОВАНЫ НА ТУ ЖЕ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ, ЧТО И САМ ТОВАР, А ИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ДОСТОИНСТВА ОБЯЗАНЫ ОТВЕЧАТЬ ОЖИДАНИЯМ И ВКУСАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.



## 3 КЛАССИЧЕСКИХ ВИДА PRODUCT PLACEMENT

- Визуальный PRODUCT PLACEMENT - зрители только видят продукт, услугу или логотип.
- Компания "SAMSUNG ELECTRONICS Co" в фильме "Стажёр" (2015) решила обратиться к своим истокам и показать старую модель своих телефонов, тем самым вызвав настольгические чувства у потребителя и напомнив о себе. Да, PRODUCT PLACEMENT - это реклама не только новых товаров, а прежде всего бренда.
- Также, в фильме "Стажёр" (2015) мы видим крупным планом калькуляторы компании "CASIO COMPUTER Co". В мире высоких технологий, где калькуляторы встроены в смартфоны, обычный кнопочный калькулятор привлекает внимание! Отличный маркетинговый ход - игра на контрастах!



## 3 КЛАССИЧЕСКИХ ВИДА PRODUCT PLACEMENT

- ВЕРБАЛЬНЫЙ PRODUCT PLACEMENT - УПОМИНАНИЕ АКТЕРОМ ИЛИ ГОЛОСОМ ЗА КАДРОМ ПРОДУКТА, УСЛУГИ ИЛИ КОМПАНИИ.
- КАКИЕ ТОЛЬКО МАХИНАЦИИ НЕ ПРОВОДЯТ МАРКЕТОЛОГИ С ЕДОЙ И ЭТО РАБОТАЕТ! ЕСТЬ БОЛЬШАЯ ВЕРОЯТНОСТЬ, ЧТО ПОСЛЕ ПРОСМОТРА ФИЛЬМА, В КОТОРЫХ ПОКАЗАНЫ СЛАДОСТИ, ЛЮДИ ЗАХОТЯТ ИМЕННО ИХ. Да, в рекламе все способы хороши. Примером может служить фильм: Плохие парни (1995).



А мне Скиттлс.

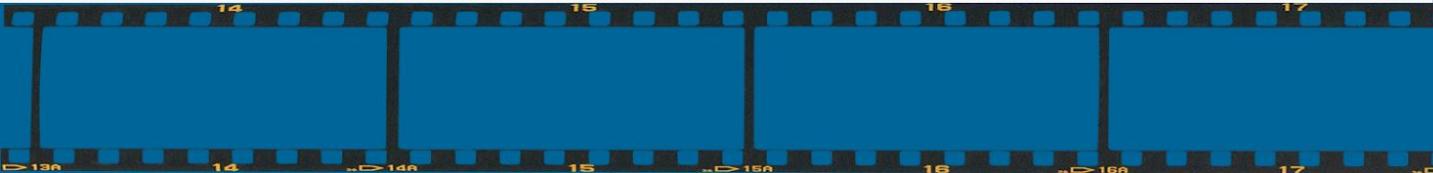
## 3 КЛАССИЧЕСКИХ ВИДА PRODUCT PLACEMENT

- РАЗМЕЩЕНИЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИЛИ ПРИМЕНЕНИЕМ – АКТЁРЫ КАКИМ-ЛИБО ОБРАЗОМ ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТ С ПРОДУКТОМ ИЛИ ПОЛЬЗУЮТСЯ УСЛУГАМИ. РАЗМЕЩЕНИЕ, КОТОРОЕ ПОДРАЗУМЕВАЕТ ПРИМЕНЕНИЕ, ОБЫЧНО ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ И ВИЗУАЛЬНЫЙ, И ВЕРБАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ.
- МНОГИЕ АВТОГИАНТЫ ЧАСТО МЕЛЬКАЮТ НА НАШИХ ЭКРАНАХ. AUDI, MASERATI, FORD и МНОГИЕ, МНОГИЕ ДРУГИЕ. ЗДЕСЬ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ НЕ АВТОМОБИЛЬ, А СТИЛЬ ЖИЗНИ. УСПЕХ, УДАЧА, БОГАТСТВО, КРАСИВАЯ ЖИЗНЬ – ЭТО ПОКУПАЮТ ЛЮДИ. ПРИМЕРОМ МОГУТ ПОСЛУЖИТЬ ТАКИЕ ФИЛЬМЫ КАК: 1+1 (2011), ПУТЕШЕСТВИЕ ГЕКТОРА В ПОИСКАХ СЧАСТЬЯ (2014), ПЕРВЫЙ МСТИТЕЛЬ: Противостояние (2016).



# ИТОГИ ПРЕМИИ BRANDCAMEO 2015

- Кинопремия BRANDCAMEO ЕЖЕГОДНО НАГРАЖДАЕТ ЗА ИДЕИ РАЗМЕЩЕНИЯ PRODUCT PLACEMENT В ФИЛЬМАХ, НОМИНИРОВАННЫХ НА ЕЖЕГОДНУЮ ПРЕМИЮ ОСКАР.
- По результатам премии BRANDCAMEO брендом с самым большим количеством PRODUCT PLACEMENT в кино за 2015 год является MERCEDES-BENZ.  
Немецкий автомобиль появляется в 9-и фильмах из 31-го, то есть в 28% фильмов-лидеров. В некоторых картинах Мерседес лишь мелькает в кадре, а в некоторых — исполняет практически главную роль.  
Все привыкли думать, что партнеры Бондианы — это ASTON MARTIN и другие роскошные авто класса-люкс. Однако в фильме «007: Спектр» антагонисты появляются в пустыне на автомобилях марки MERCEDES AMGs.
- Еще две картины в 2015 году с автомобилем MERCEDES в кадре — это «Форсаж 7» и «Мир Юрского периода».



## КОМПАНИЯ APPLE — ЛИДЕР ПО РАЗМЕЩЕНИЮ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ В КИНО

- ОЧЕНЬ ЧАСТО МОЖНО ЗАМЕТИТЬ МЕЛЬКАЮЩИЙ ЛОГОТИП APPLE В КИНО, СЕРИАЛАХ, ТЕЛЕШОУ: ТЕЛЕВЕДУЩИЕ РАСКРЫВАЮТ ПЕРЕД ЗРИТЕЛЯМИ MacBOOK, ГЕРОИ КИНОФИЛЬМОВ ОТВЕЧАЮТ НА ЗВОНOK СМАРТФОНА iPHONE ИЛИ СЛУШАЮТ МУЗЫКУ НА ПЛЕЕРАХ iPOD.

Компания Apple в большинстве проведенных исследований признается лидером по размещению скрытой рекламы в кино.

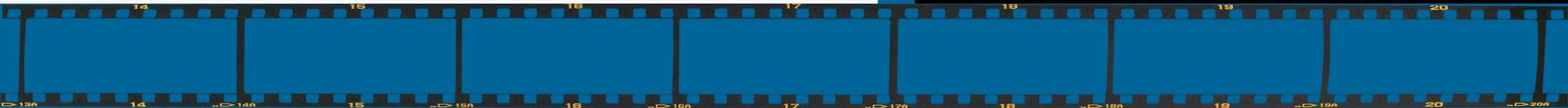
В ФЕВРАЛЕ 2011 года фильм «Железный человек 2» и компания Apple стали лауреатами премии Brandcameo Product Placement Awards за 2010 год.

Ещё одним примером может служить фильм:  
Законопослушный гражданин (2009).



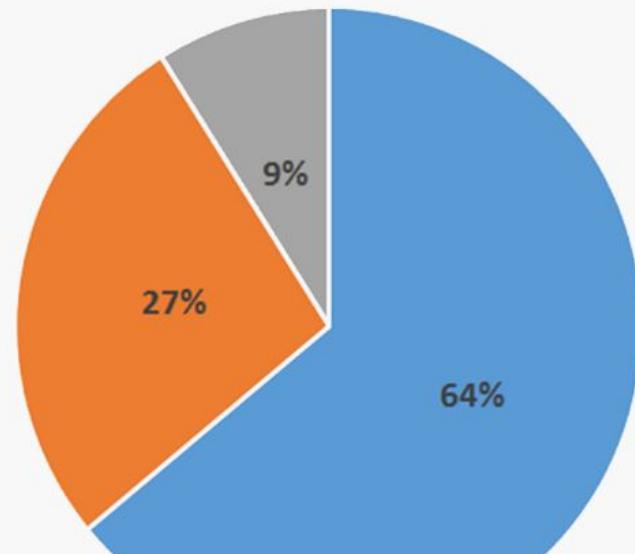
# Компания APPLE — ЛИДЕР ПО РАЗМЕЩЕНИЮ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ В КИНО

- **APPLE ПОБЕДИЛА В КАТЕГОРИИ «Наибольшее количество скрытой рекламы».** Из 33 фильмов, лидировавших по кассовым сборам в США в 2010 году, продукты компании из Купертино (округ Санта-Клара, штат Калифорния) появились в 10 лентах, то есть в 30%. Так, ещё одними примерами в доказательство того, что и в наши дни компания Apple - всё ещё лидер по product placement в кино, могут служить следующие фильмы: «Линкольн для адвоката» (2011) и «Двое во вселенной» (2016).



## НАИБОЛЕЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЙ ВИД PRODUCT PLACEMENT

Процентное соотношение предпочтаемых видов product placement



- На основе проведённых в Соединённых Штатах Америки опросов относительно выявлений рекламных предпочтений среди молодёжи, были получены следующие результаты (данные по PRODUCT PLACEMENT).

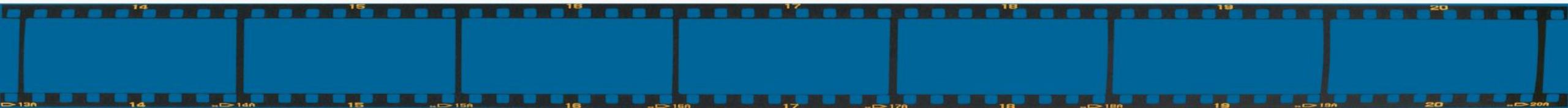
- Визуальный product placement
- Product placement основанный на взаимодействии
- Вербальный product placement



## Вывод

---

- ТАКИМ ОБРАЗОМ, PRODUCT PLACEMENT ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ, ПОСКОЛЬКУ ОН ЯВЛЯЕТСЯ МЕНЕЕ АГРЕССИВЕН, ЧЕМ ПРЯМАЯ РЕКЛАМА.  
В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ PRODUCT PLACEMENT МОЖНО УВИДЕТЬ ПРАКТИЧЕСКИ В КАЖДОЙ КИНОЛЕНТЕ И БОЛЬШИНСТВО РЕКЛАМИРУЕМЫХ ТАКИМ ОБРАЗОМ ТОВАРОВ МЫ ВОСПРИНИМАЕМ ВПОЛНЕ ОБЫДЕННО.  
ИТАК, МЫ МОЖЕМ СДЕЛАТЬ ВЫВОД О ТОМ, ЧТО PRODUCT PLACEMENT ЯВЛЯЕТСЯ ОТРАЖЕНИЕМ РЕАЛЬНОСТИ И ПОЭТОМУ ЛУЧШЕ ВСЕГО ВОСПРИНИМАЕТСЯ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**