

PRODUCT PLACEMENT В КИНОИНДУСТРИИ

UNIVERSAL STUDIOS®

SCENE TAKE ROLL

SOUND

DATE

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.



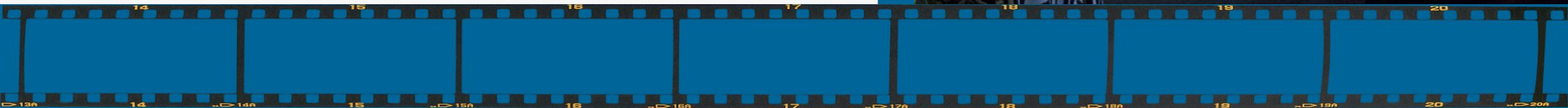
3 классических вида Product Placement

- 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 ностальгические 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!



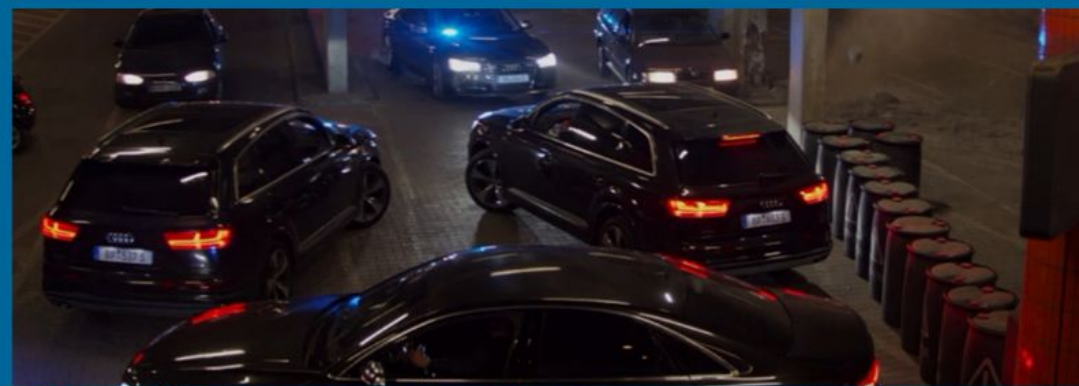
3 классических вида Product Placement

- **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)**.



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 АВТОГИГАНТЫ 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 BRANDSAMEO 2015

- Кинопремия BRANDSAMEO ЕЖЕГОДНО НАГРАЖДАЕТ ЗА ИДЕИ РАЗМЕЩЕНИЯ PRODUCT PLACEMENT В ФИЛЬМАХ, НОМИНИРОВАННЫХ НА ЕЖЕГОДНУЮ ПРЕМИЮ ОСКАР.
- По результатам премии BRANDSAMEO 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

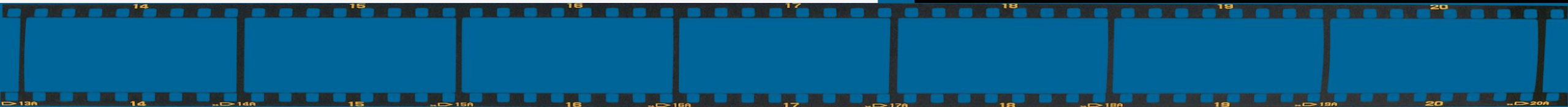
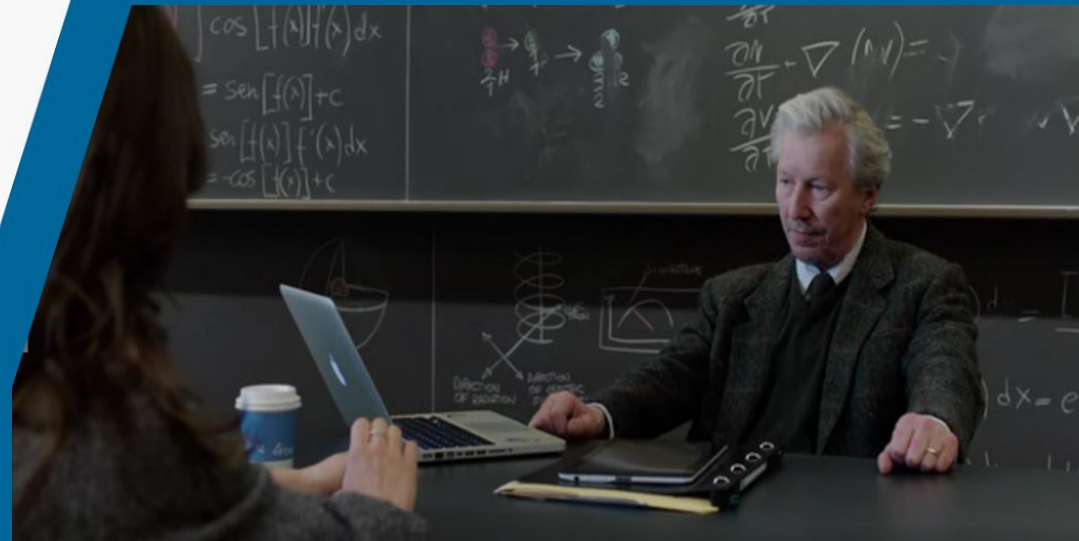
- Очень часто можно заметить мелькающий логотип Apple в кино, сериалах, телешоу: телеведущие раскрывают перед зрителями MacBook, герои кинофильмов отвечают на звонок смартфона iPhone или слушают музыку на плеерах iPod. Компания Apple в большинстве проведенных исследований признается лидером по размещению 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: Закопослушный гражданин (2009).



КОМПАНИЯ APPLE — ЛИДЕР ПО РАЗМЕЩЕНИЮ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ В КИНО

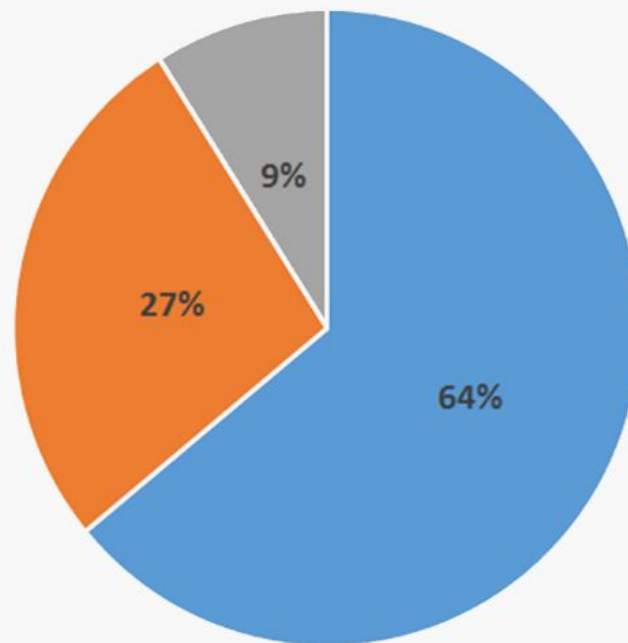
- APPLE ПОБЕДИЛА В КАТЕГОРИИ «НАИБОЛЬШЕЕ КОЛИЧЕСТВО СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ». ИЗ 33 ФИЛЬМОВ, ЛИДИРОВАВШИХ ПО КАССОВЫМ СБОРАМ В США В 2010 ГОДУ, ПРОДУКТЫ КОМПАНИИ ИЗ КУПЕРТИНО (ОКРУГ САНТА-КЛАРА, ШТАТ КАЛИФОРНИЯ) ПОЯВЛЯЛИСЬ В 10 ЛЕНТАХ, ТО ЕСТЬ В 30%.

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).



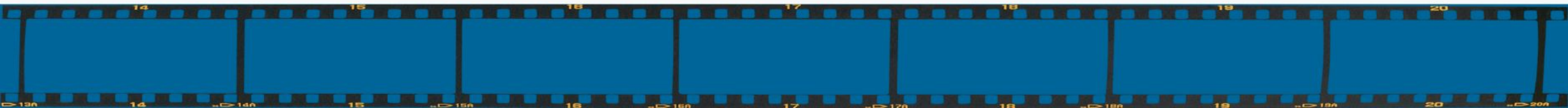
НАИБОЛЕЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЙ ВИД PRODUCT PLACEMENT

Процентное соотношение предпочитаемых видов
product placement



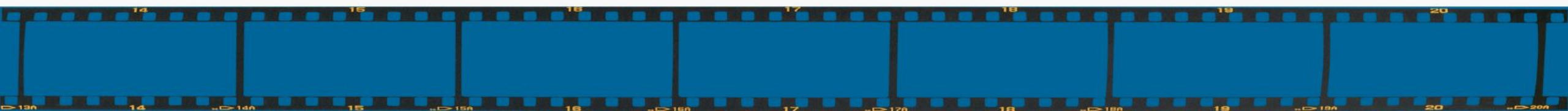
- Визуальный product placement
- Product placement основанный на взаимодействии
- Вербальный product placement

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



The background is a blue-toned collage of film-related items. At the top, a clapperboard is visible with the word 'TAKE' and a diagonal striped pattern. Below it, a pair of round sunglasses is shown. In the lower part of the image, a film strip is visible with the word 'Director' and a 'Date' label. The overall aesthetic is cinematic and professional.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!