

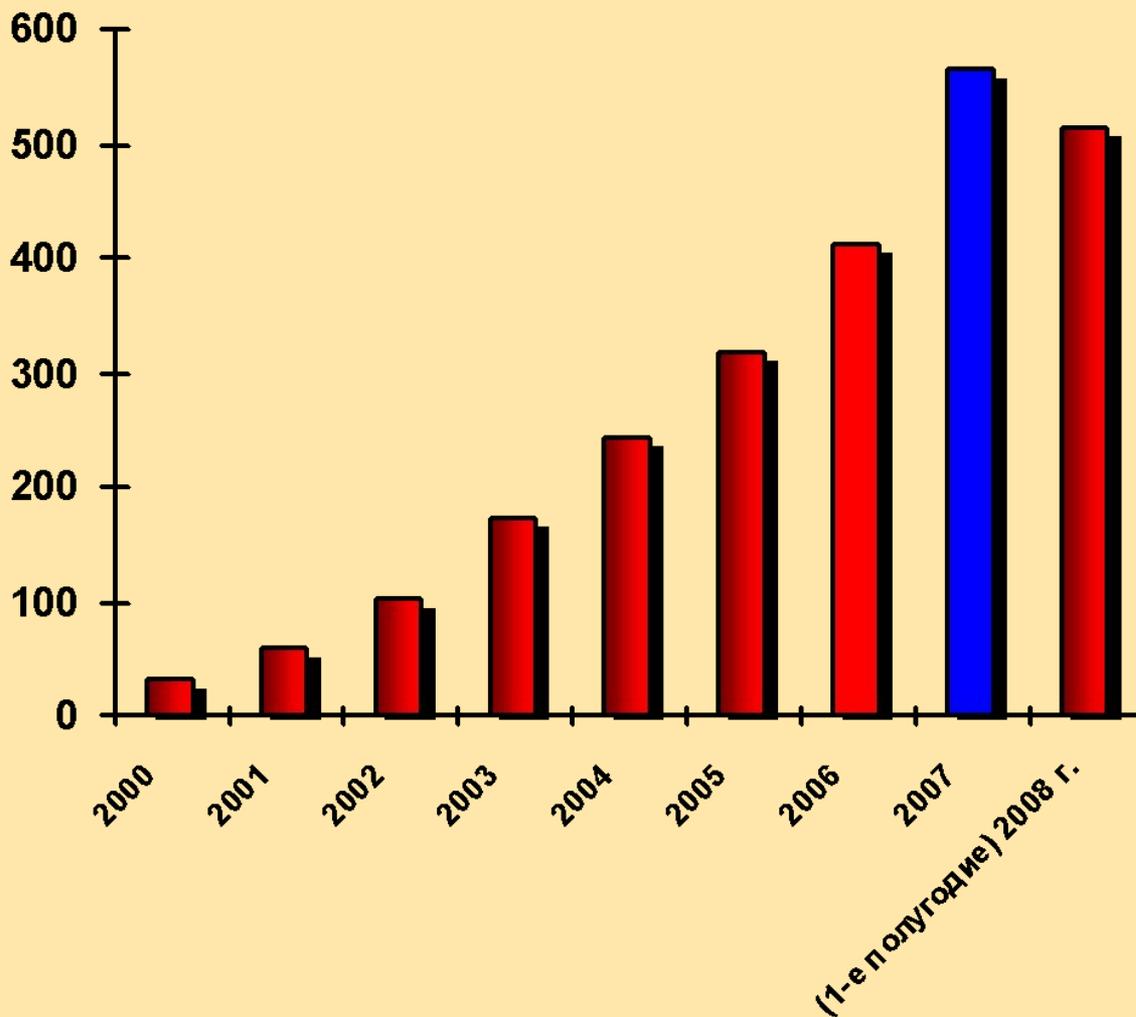


Рекламное агентство «ПромоСофия»

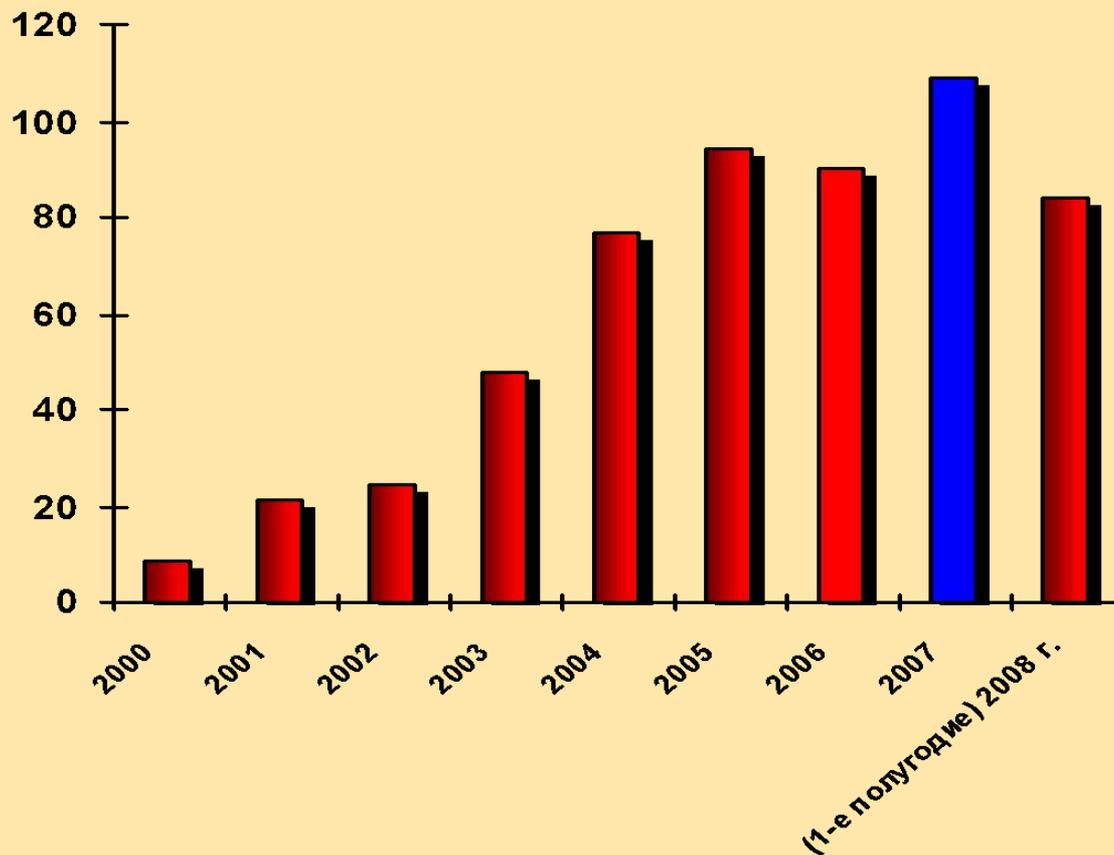
Предлагает рекламу в кинотеатрах.

тел.: (495) 647-08-87 E-mail: seo@promosofia.ru

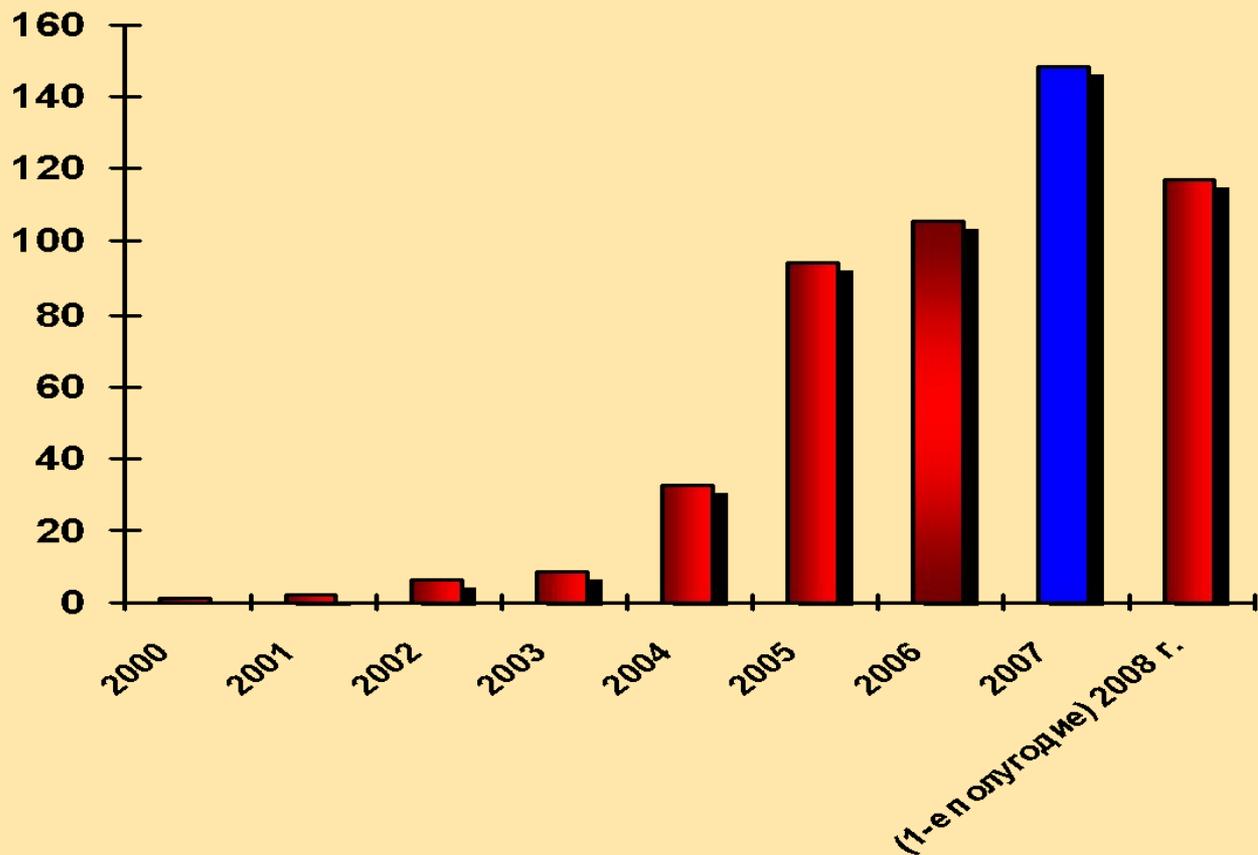
**Кассовые сборы в кинотеатрах, Россия,
2000-2008, МЛН. USD**



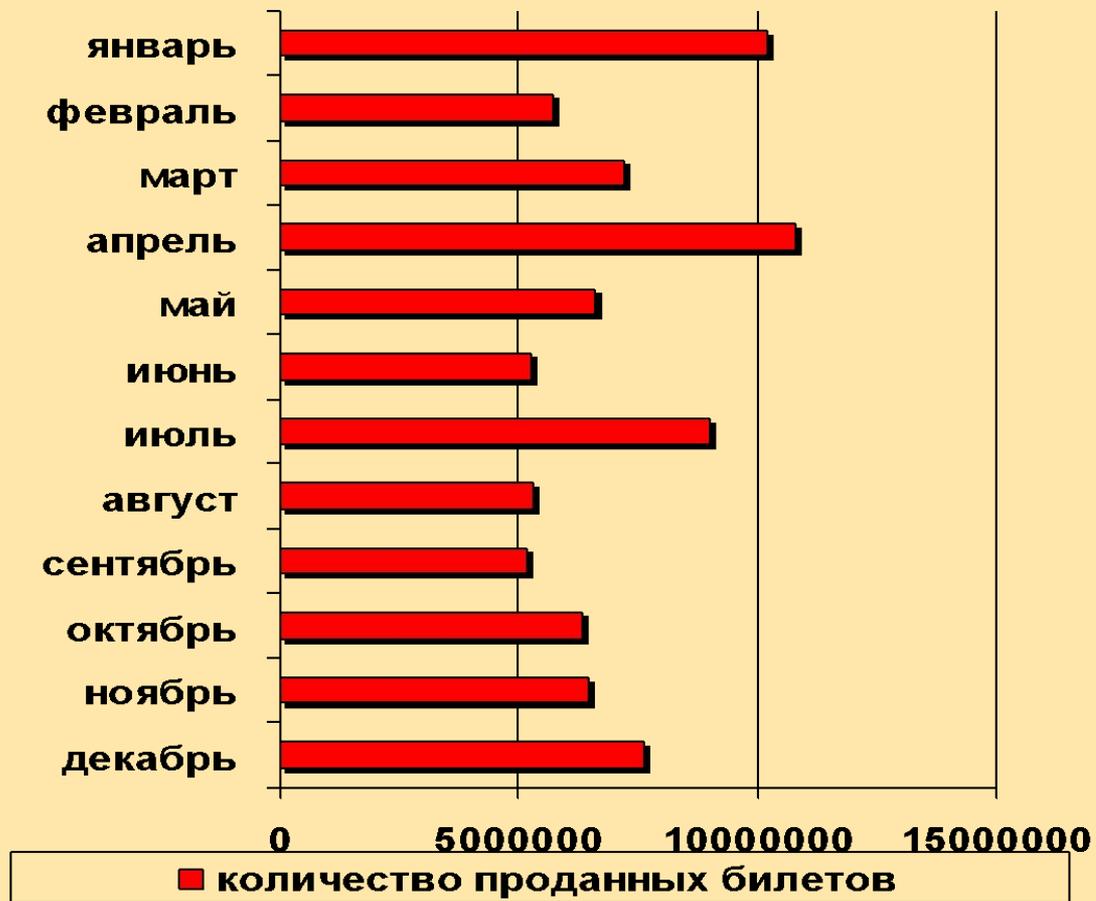
**Количество фильмов собравших более \$1
млн., Россия, 2000-2008.**



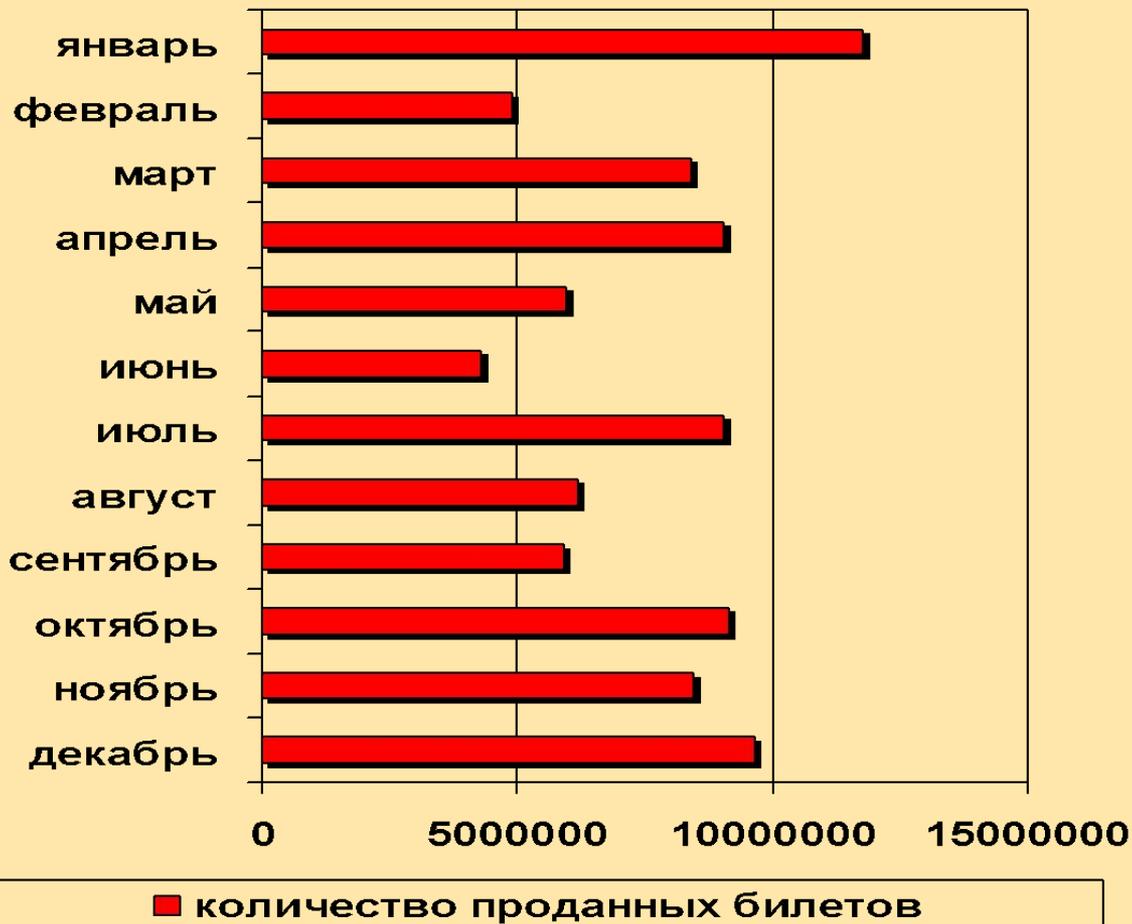
**Кассовые сборы отечественных фильмов
в кинопрокате 2000-2008. МЛН. USD**



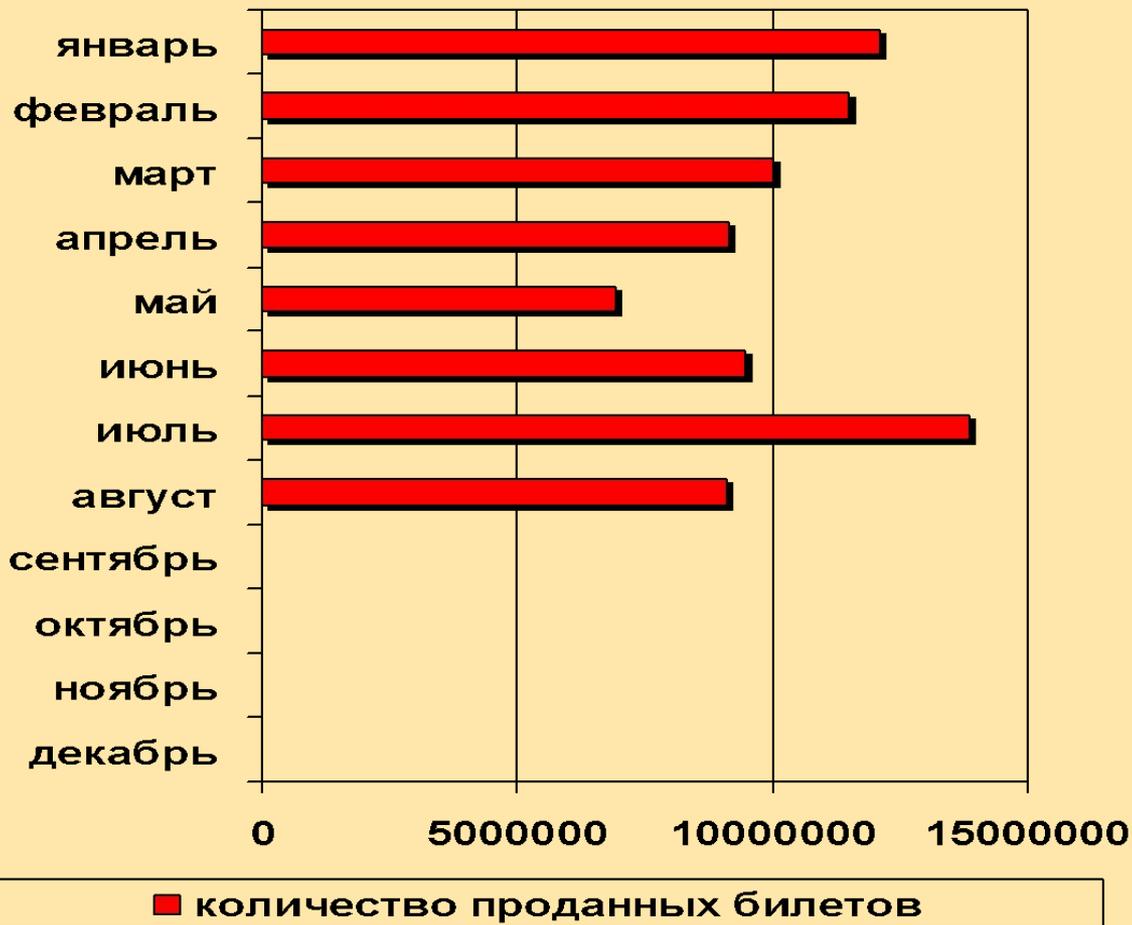
Среднемесячная посещаемость
кинотеатров. Россия, 2006



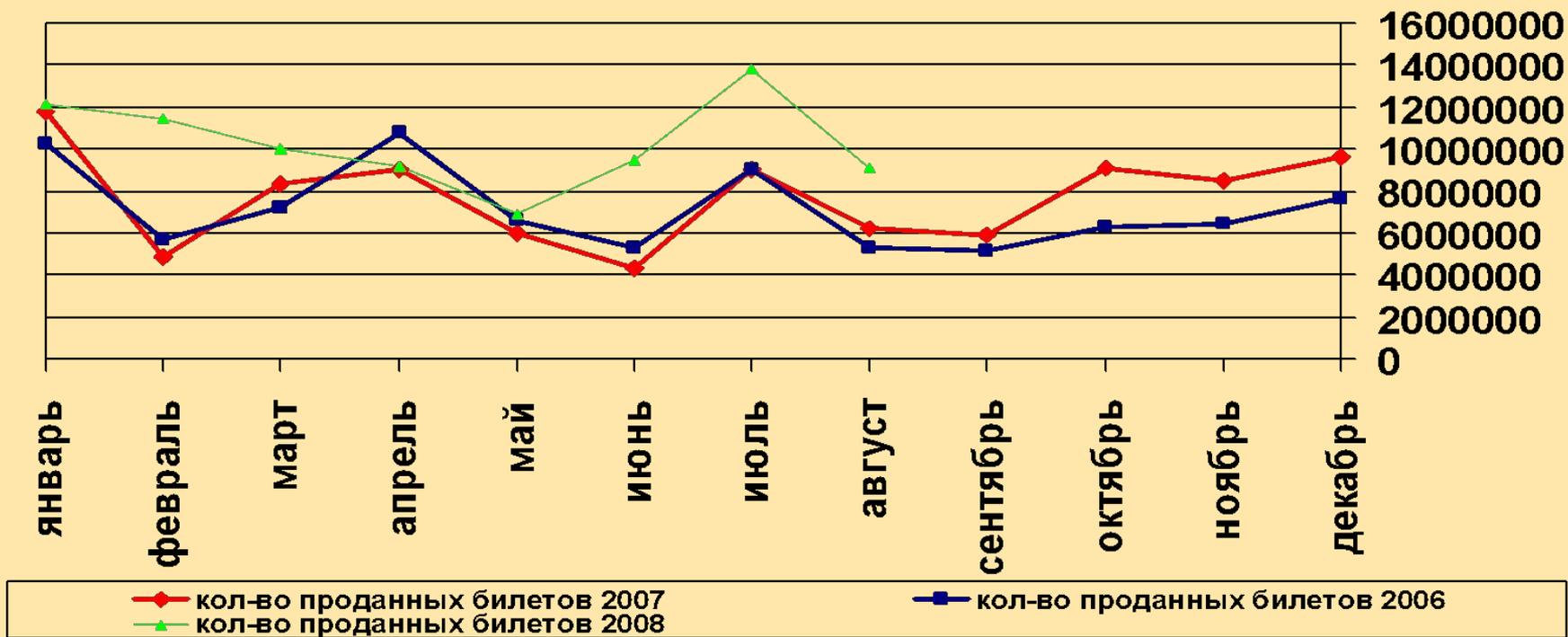
Среднемесячная посещаемость
кинотеатров. Россия, 2007



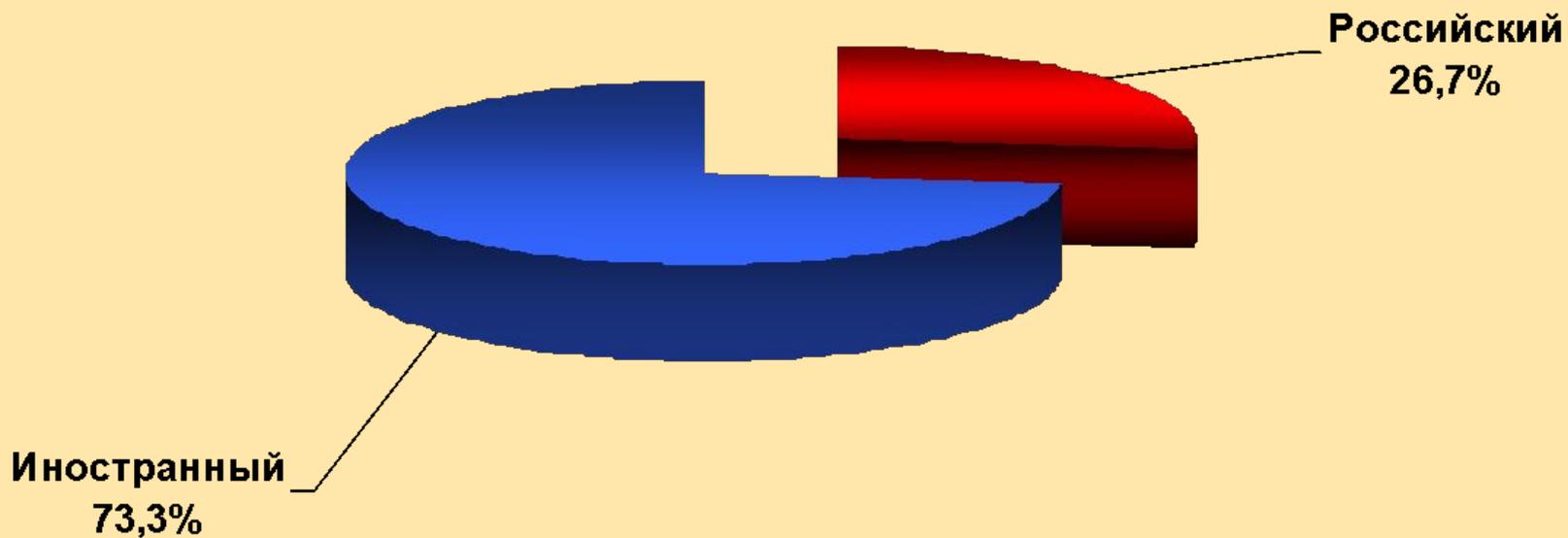
Среднемесячная посещаемость
кинотеатров. Россия, 2008



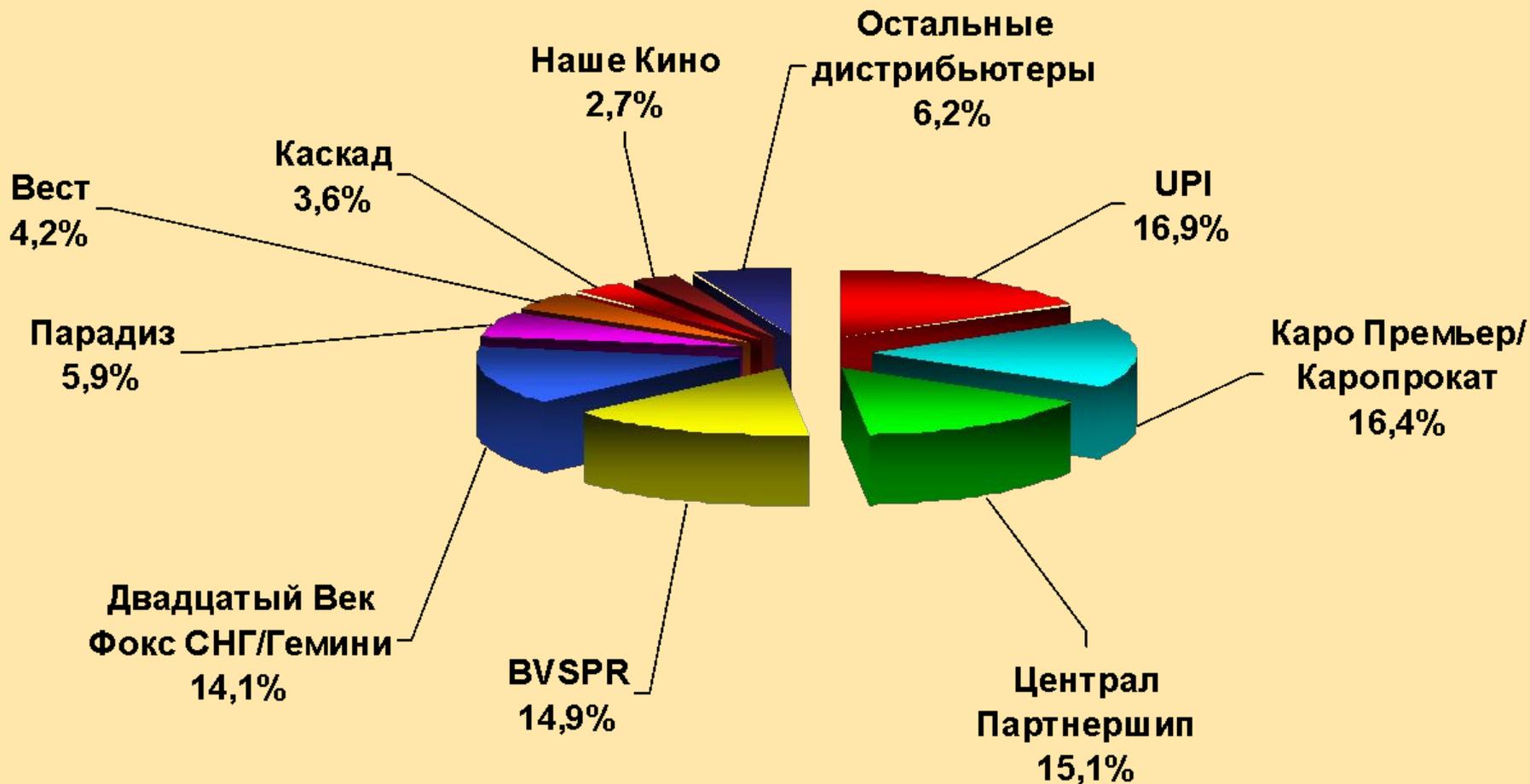
**Среднемесячная посещаемость
кинотеатров. Россия, 2006-2008**



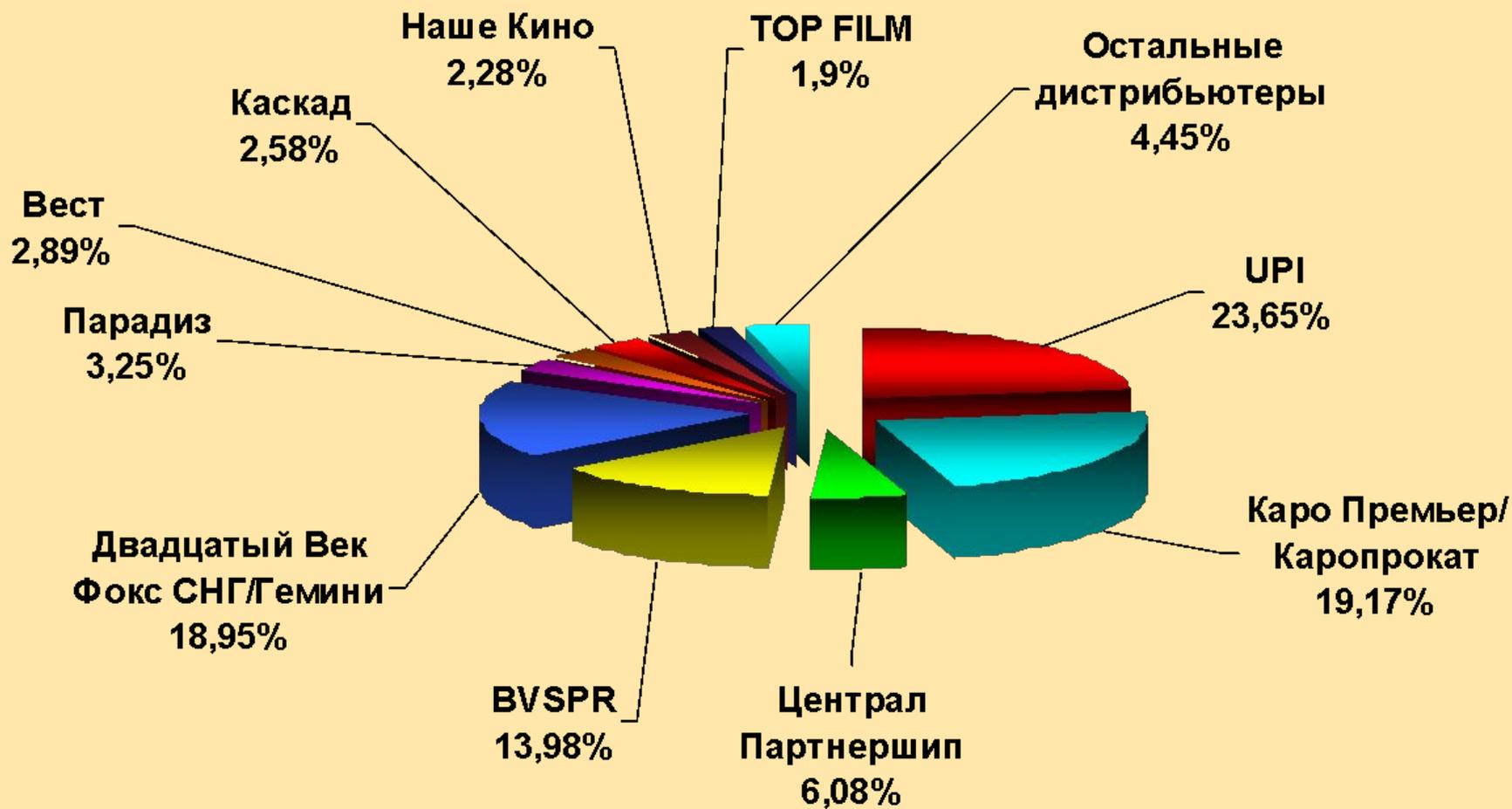
Распределение БОКС-ОФИСА по итогам
2007 года



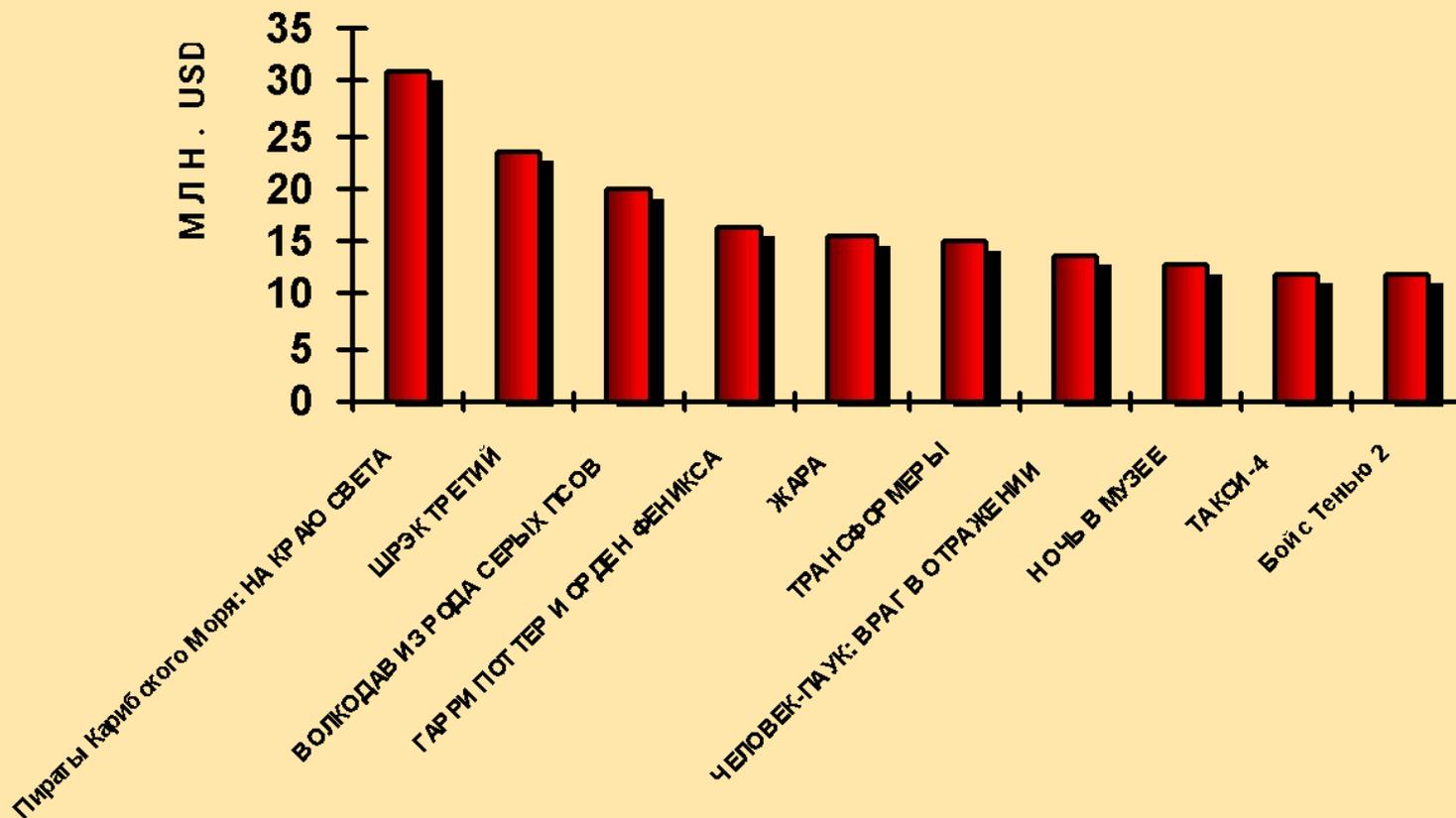
Распределение кассовых сборов (%)
между кинодистрибьютерами по итогам
2007 года



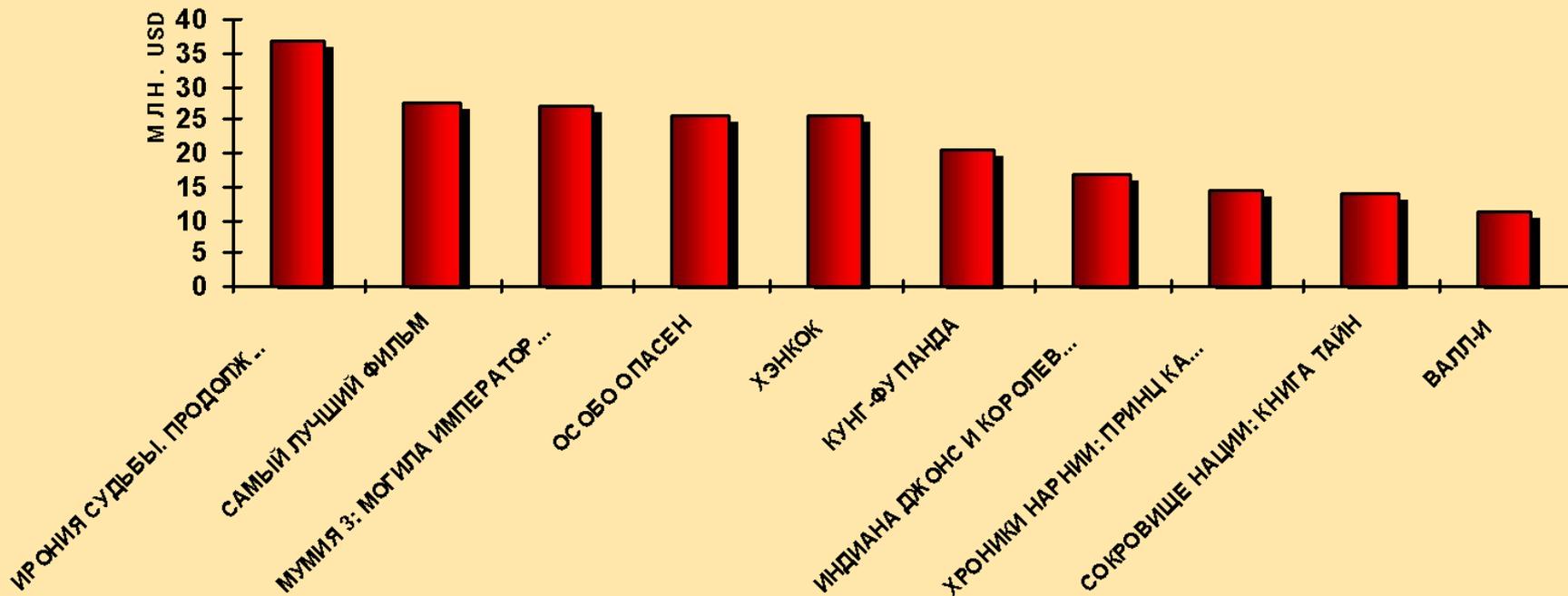
Распределение кассовых сборов (%)
между кинодистрибьютерами по итогам 1-
го полугодия 2008 года



TOP
10 фильмов по сборам, 2007.г



TOP 10 фильмов по сборам, 2008.г (1-е полугодие)

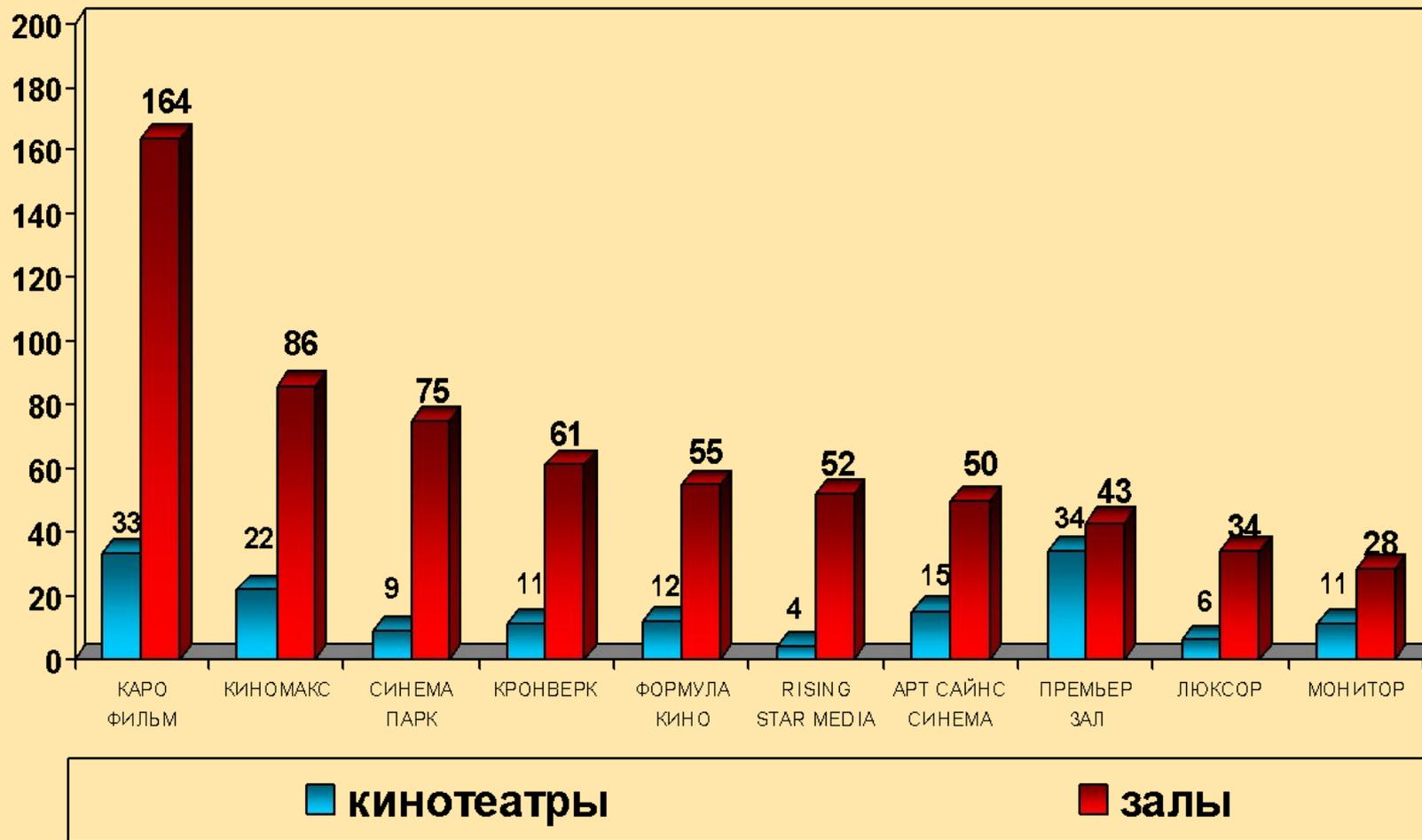




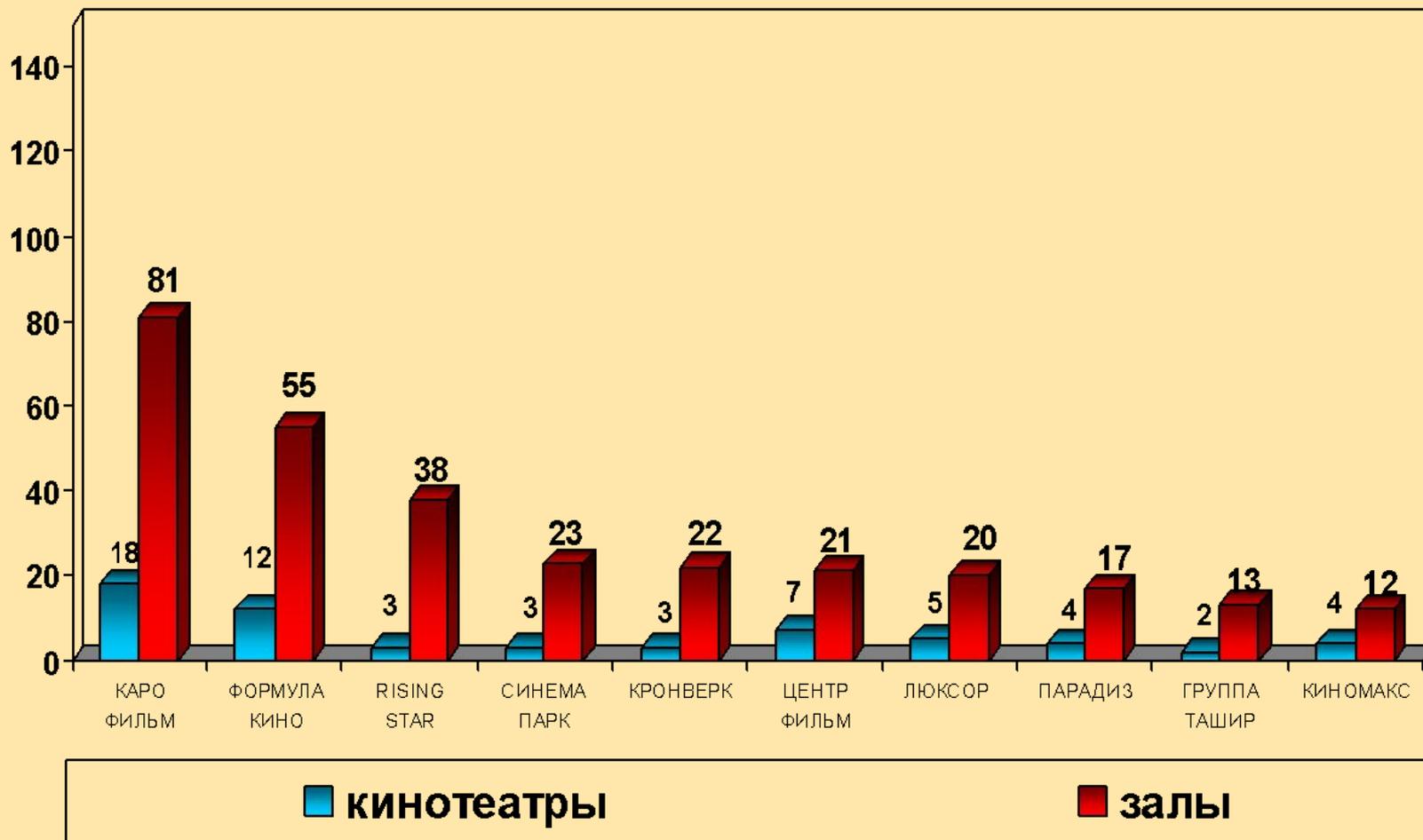
Динамика открытия кинозалов по
регионам России



10 Крупнейших сетей кинотеатров России



10 Крупнейших сетей кинотеатров,
Московский регион



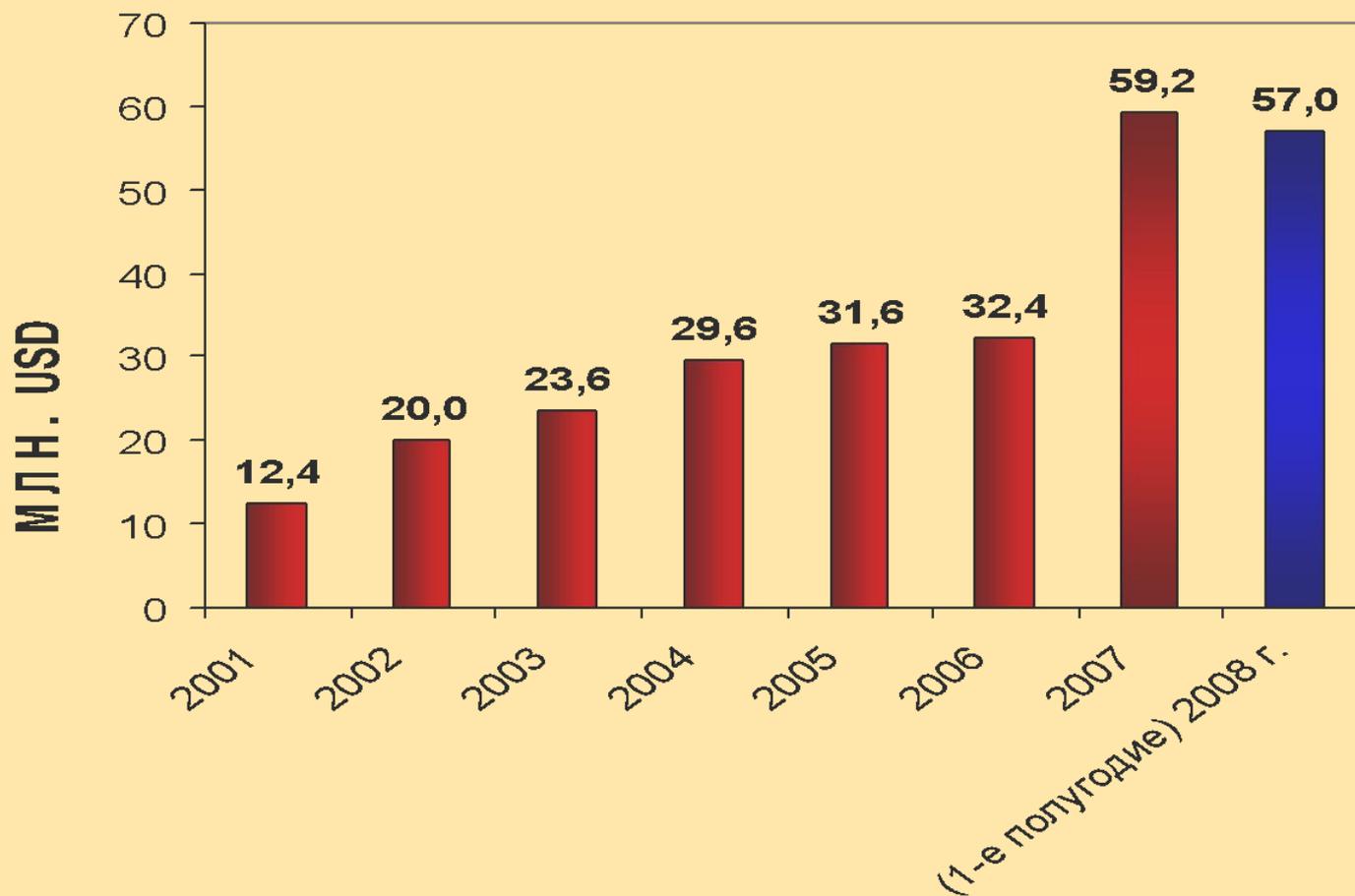
Российские киносети стремятся к расширению зоны своего влияния. При этом сфера интересов операторов простирается как «вширь» (географический охват федеральных киносетей становится все более обширным), так и «вглубь»: компании осваивают новые сферы бизнеса развлечений и досуга.

Из-за роста количества кинотеатров на ограниченной городской территории (все операторы предпочитают освоение крупных городов, что ведет к концентрации рынка кинопоказа) усиливается конкурентная борьба между кинопоказчиками. Для привлечения потребителей кинотеатры стремятся к разработке единых развлекательных концепций и уникальных предложений киноуслуг, что провоцирует внедрение технических новинок.

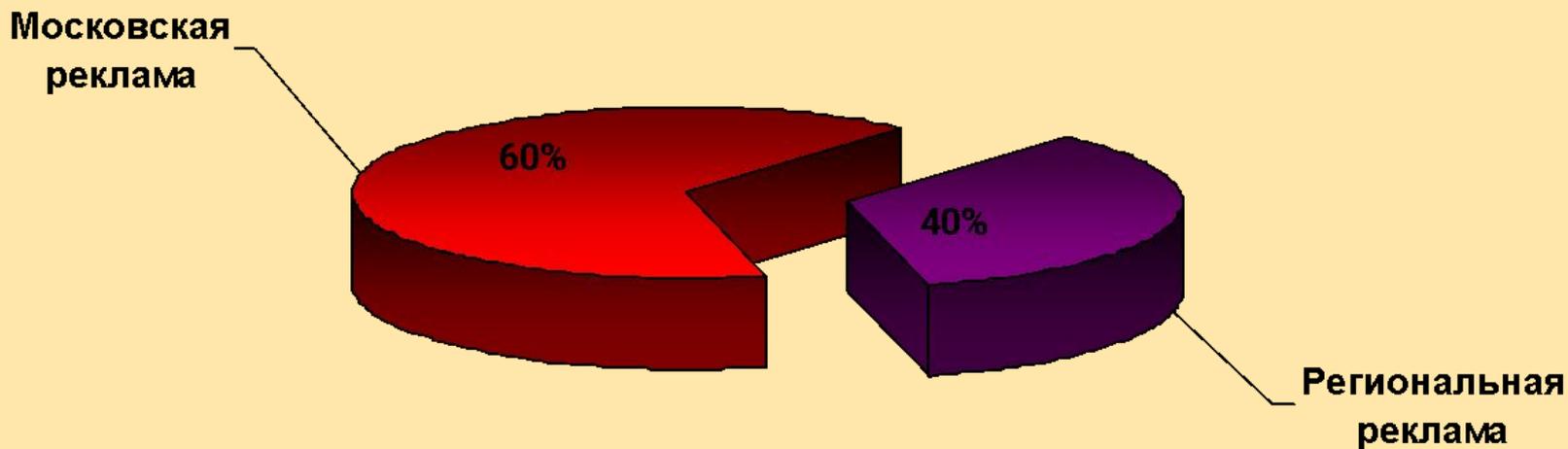
Необходимость привлечения средств на развитие сети будет вынуждать крупных отечественных операторов принимать более активное участие в деятельности отечественных и международных финансовых и фондовых рынков.

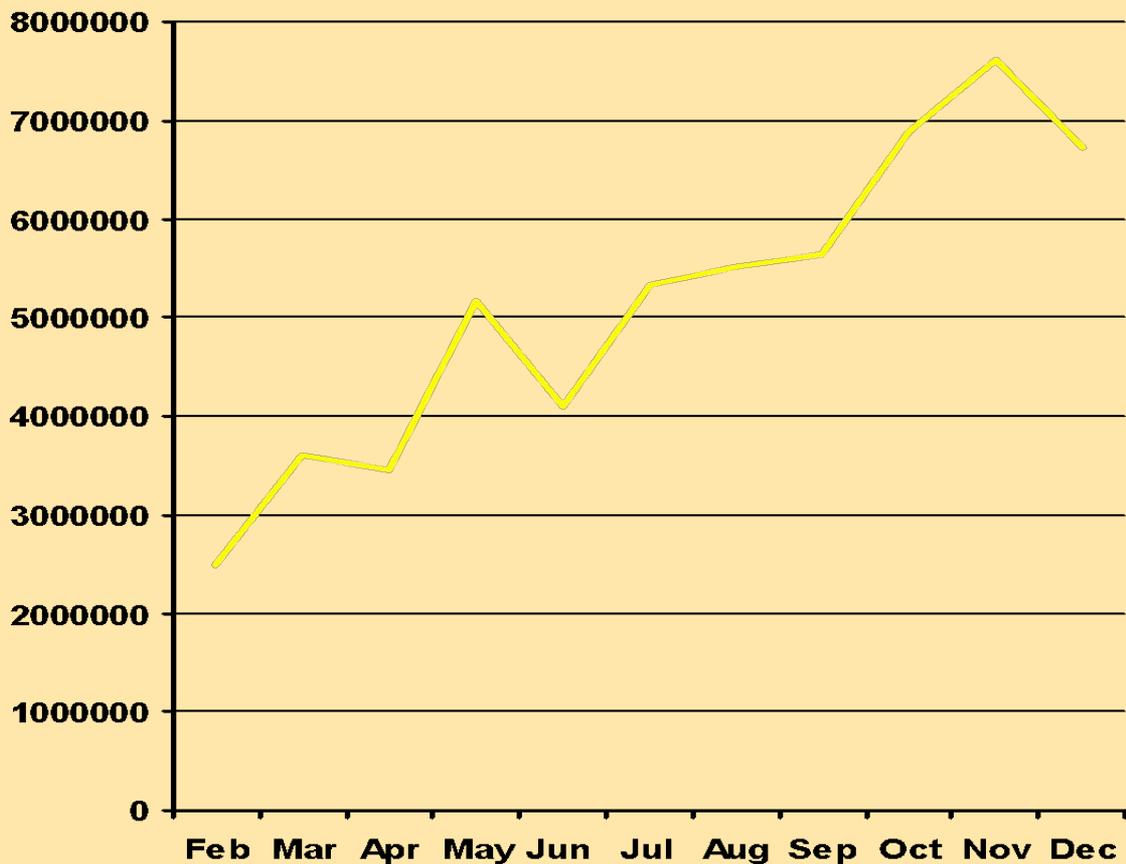
В 2007 году в России укрепилась позиции цифрового кино. Однако скорость распространения цифровых технологий в нашей стране во многом будет зависеть от того, смогут ли кинопрокатчики, действующие на российской территории, достаточно оперативно обеспечить предложение цифрового контента для демонстрации в кинозалах.

**Рынок кинорекламы – динамично
развивающаяся часть кинобизнеса
России**

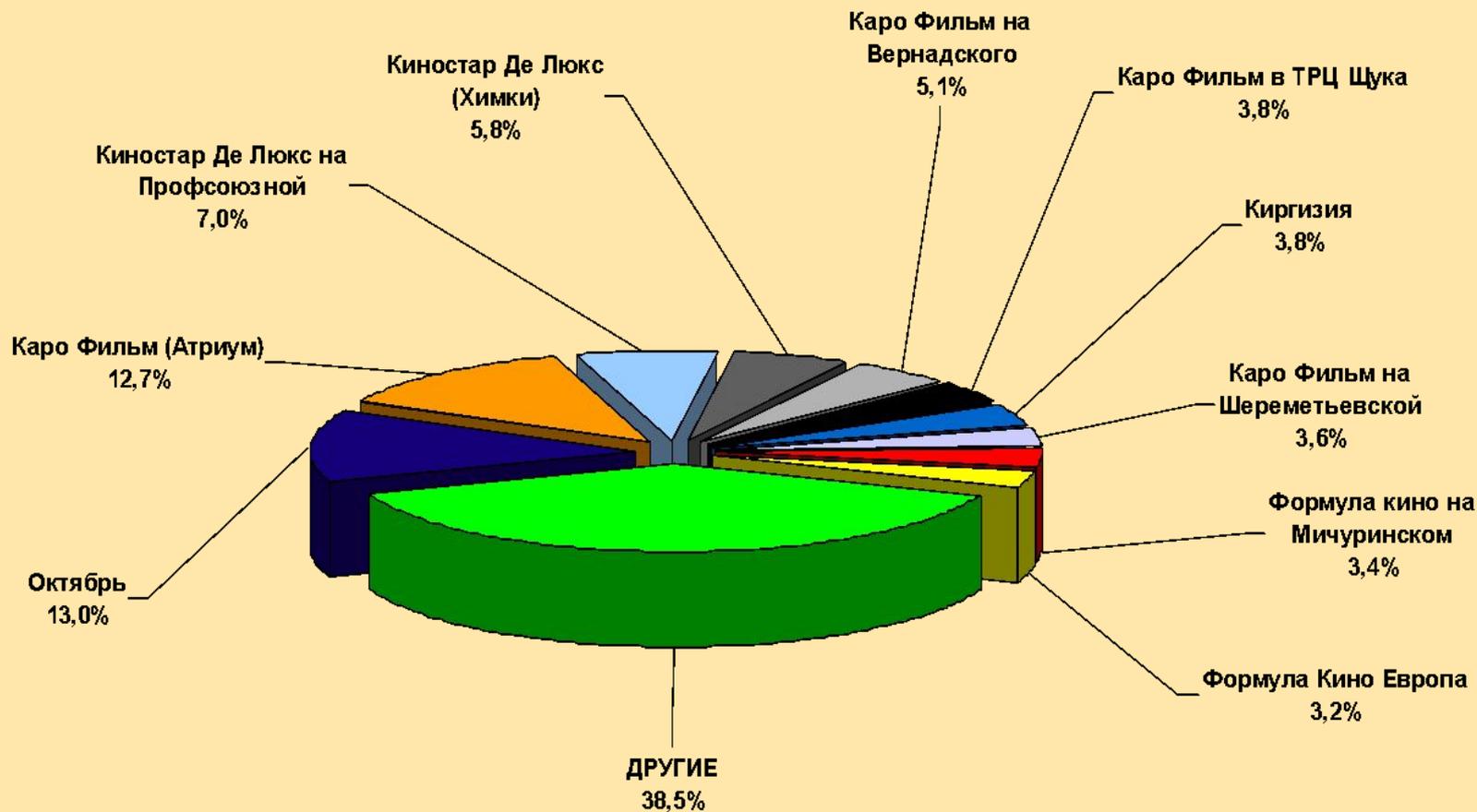


Соотношение рынка региональной и
московской рекламы

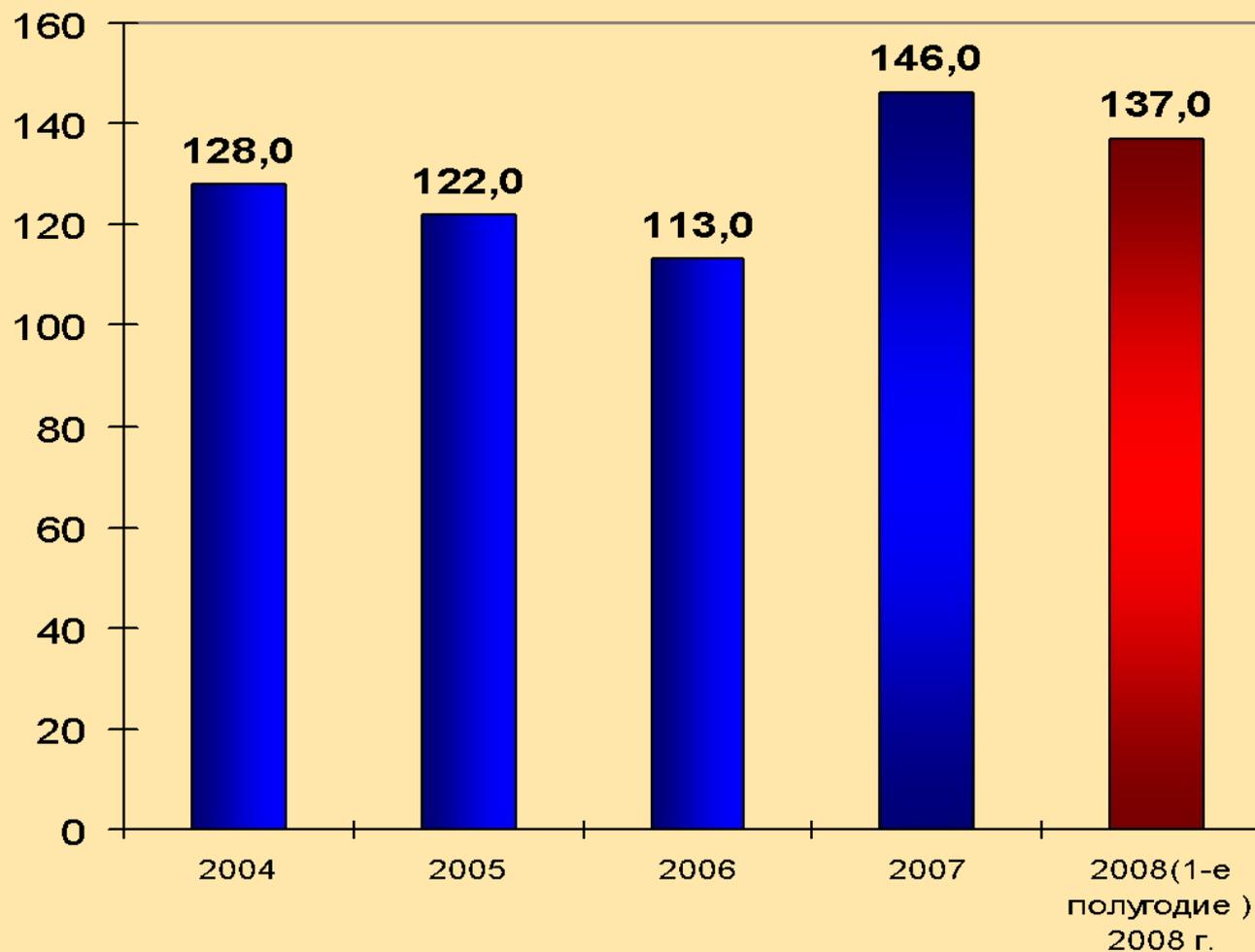




КИНОТЕАТРЫ, МОСКВА, ТОР 10, 2007,
% РЫНКА



ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА
РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В КИНОТЕАТРАХ,
МОСКВА, 2004-2008



ТОП 20 РЕКЛАМОДАТЕЛИ В
КИНОТЕАТРАХ, МОСКВА, 2008 (без учета
социальной рекламы и рекламы
кинотеатров)

COCA-COLA
SAMSUNG ELECTRONICS
WRIGLEY'S
BEIERSDORF AG (BDF)
PEPSI CO
ТРАНСМАРК
SONY ERICSSON
ПИВОВАРНЯ МОСКВА-ЭФЕС
RENAULT
SCA HYGIENE PRODUCTS

SUN INBEV
FORD MOTOR CO
HEINEKEN
MARS-RUSSIA
SWATCH GROUP
ОБЪЕДИНЕННЫЕ КОНДИТЕРЫ
MCDONALD'S
UNILEVER
AVON BEAUTY PRODUCTS COMPANY
ADIDAS-SALOMON AG