

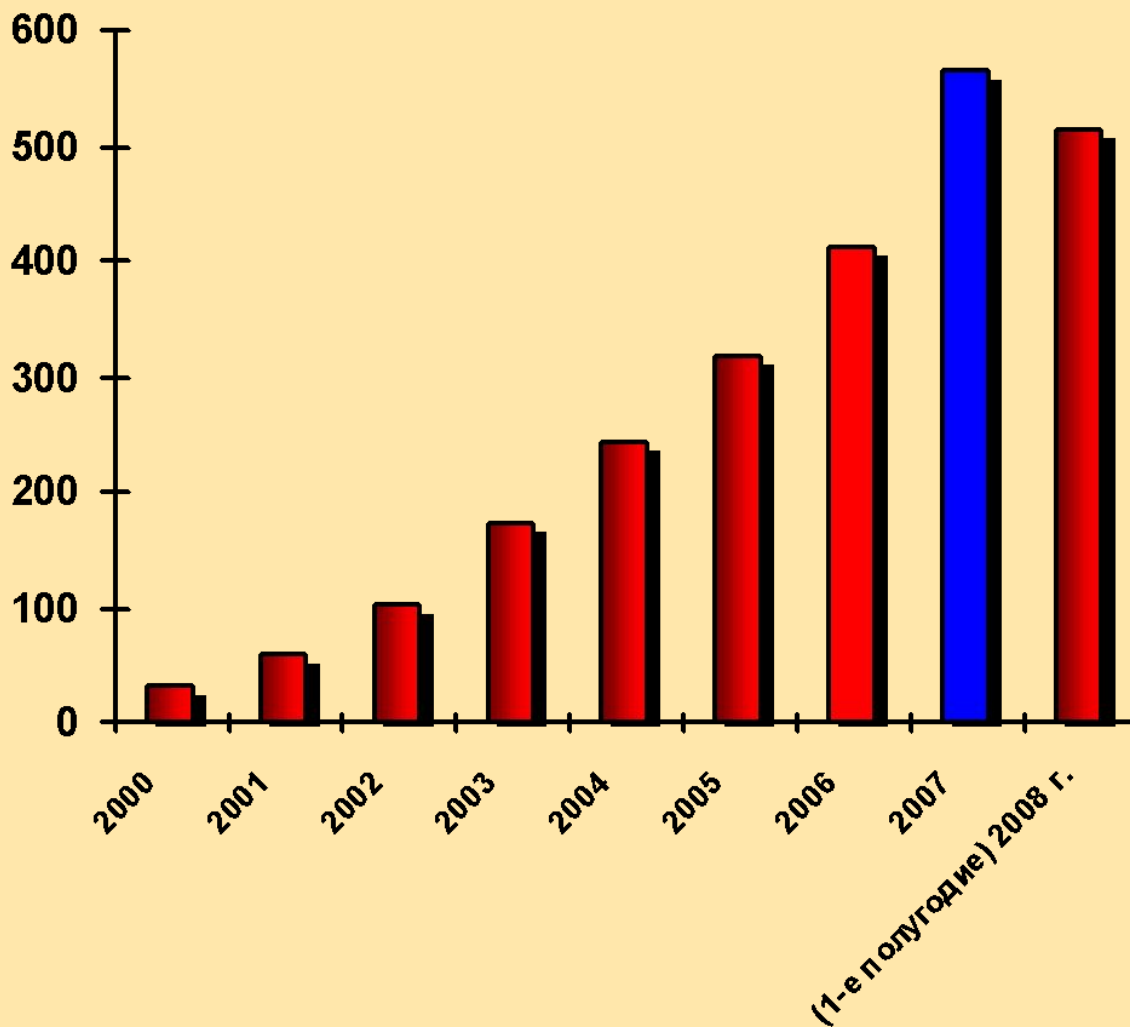


Рекламное агентство «ПромоСофия»

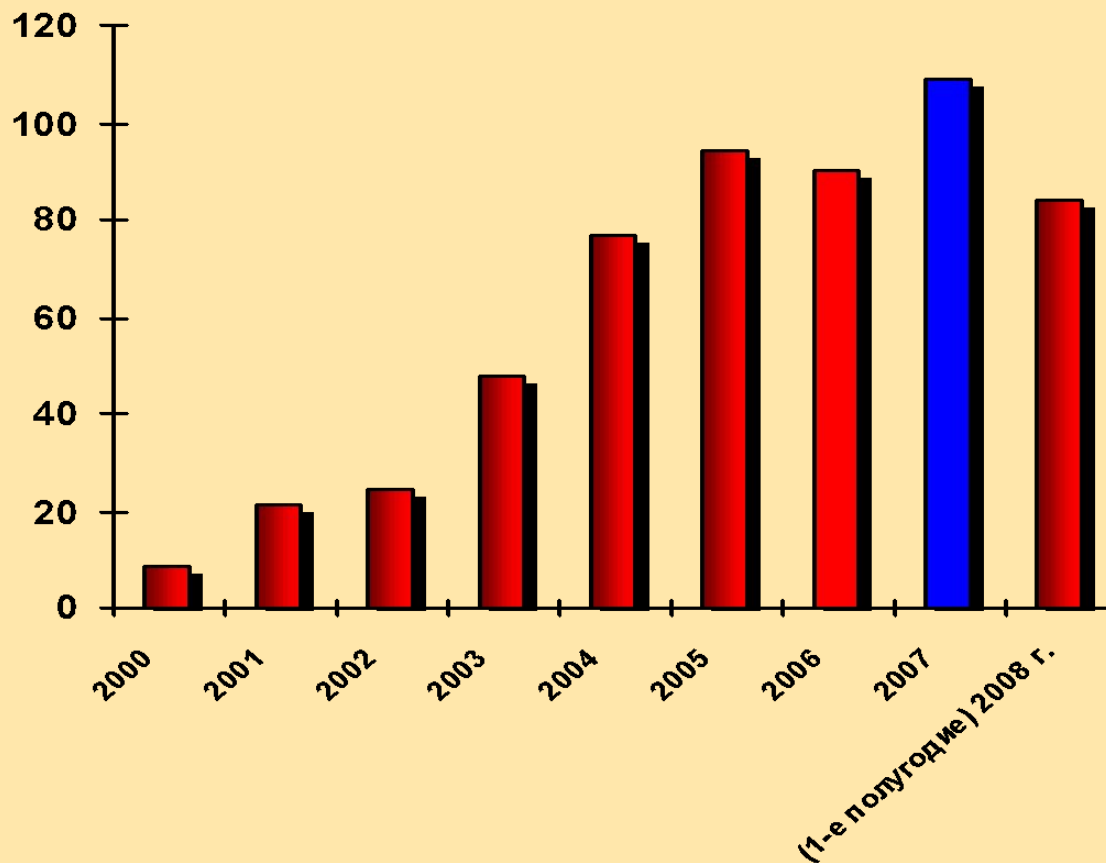
Предлагает рекламу в кинотеатрах.

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

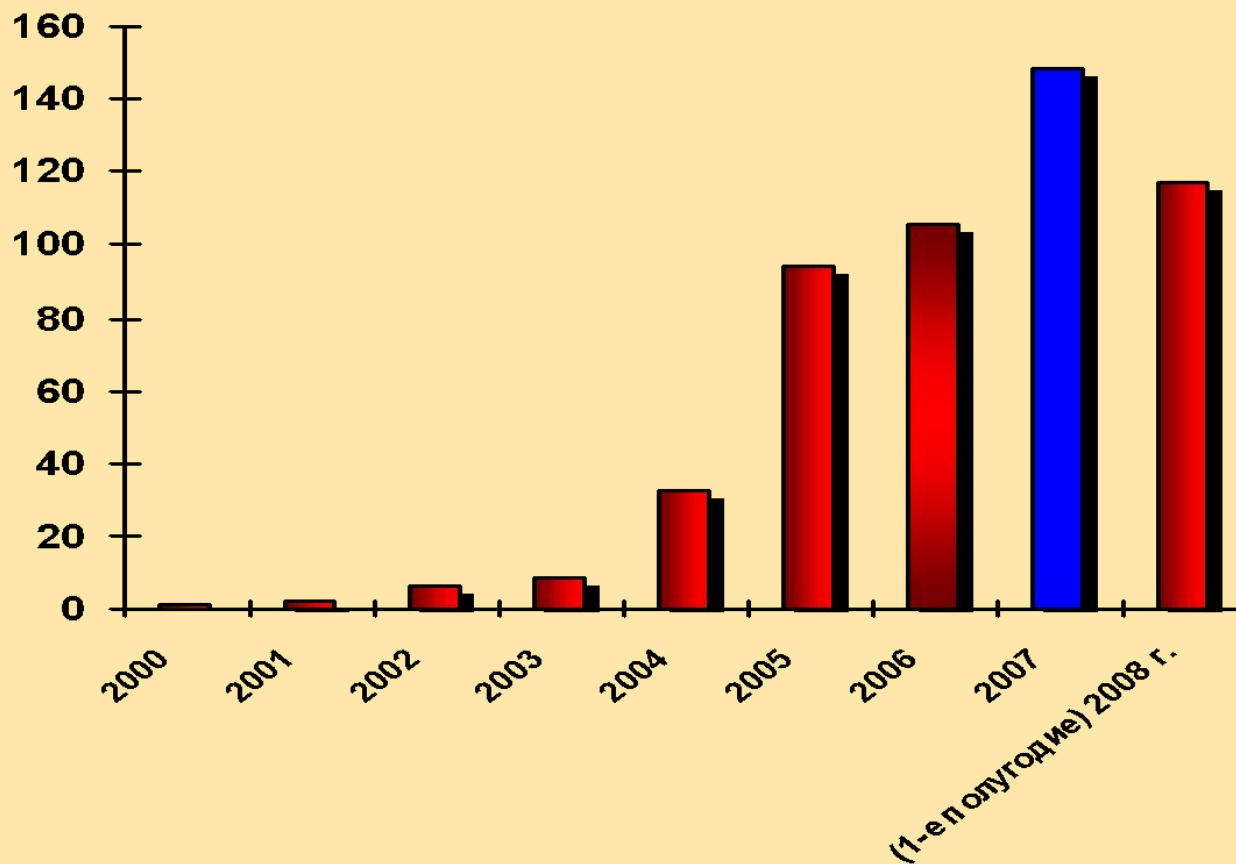
**Кассовые сборы в кинотеатрах, Россия,  
2000-2008, МЛН. USD**



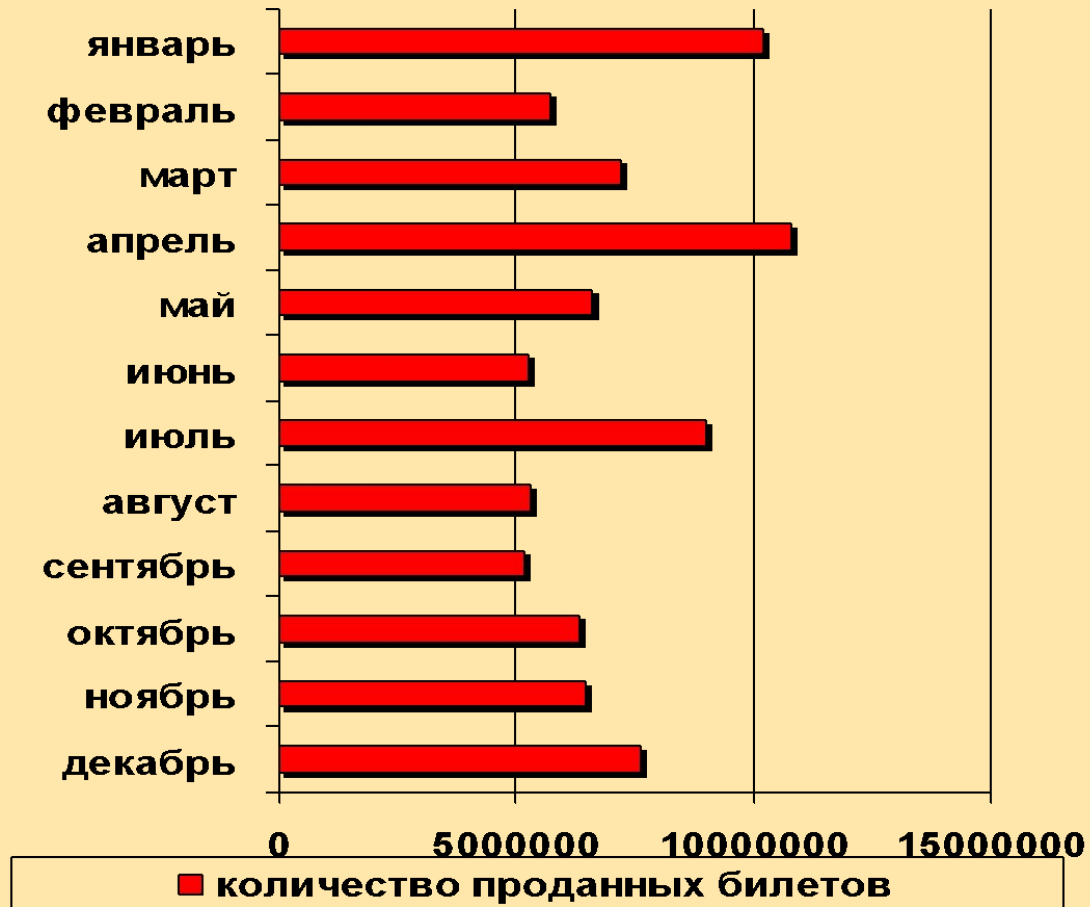
**Количество фильмов собравших более \$1  
млн., Россия, 2000-2008.**



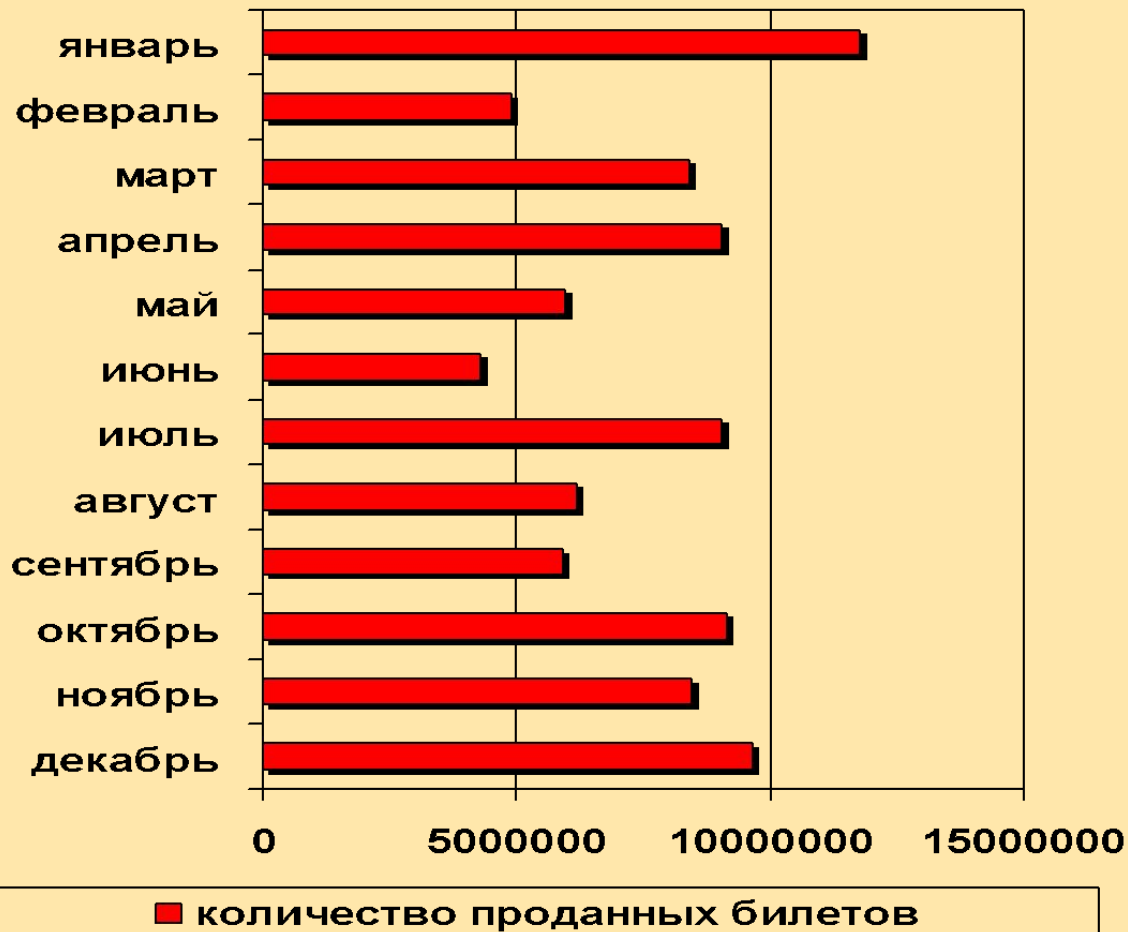
**Кассовые сборы отечественных фильмов  
в кинопрокате 2000-2008. МЛН. USD**



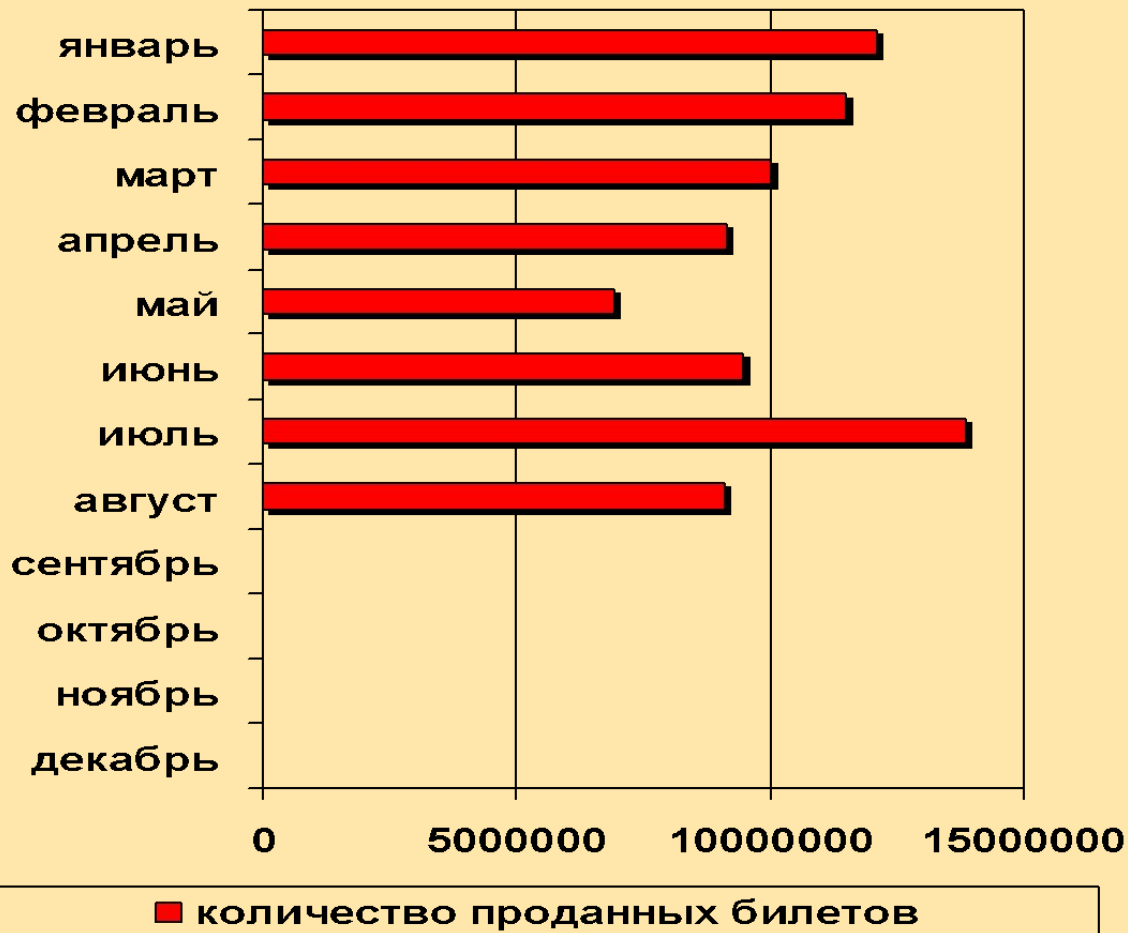
Среднемесячная посещаемость  
кинотеатров. Россия, 2006



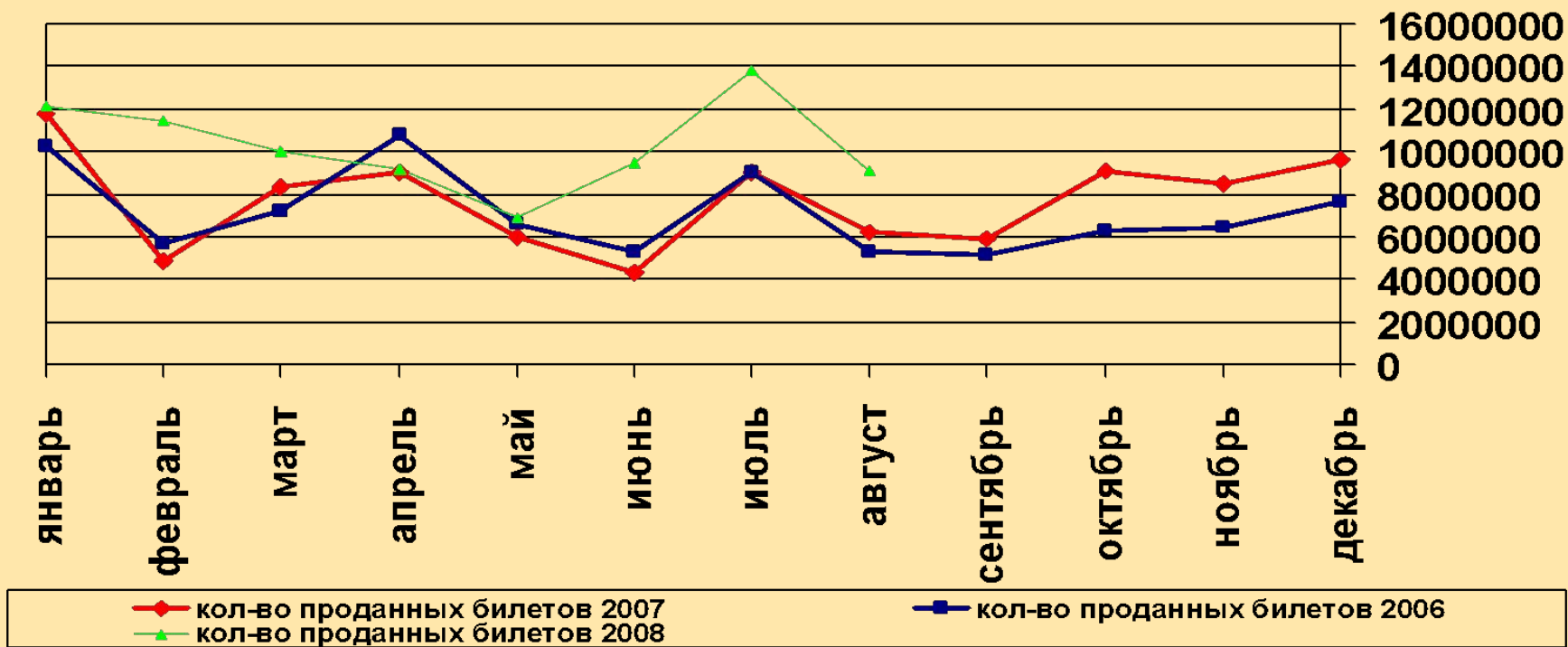
Среднемесячная посещаемость  
кинотеатров. Россия, 2007



Среднемесячная посещаемость  
кинотеатров. Россия, 2008

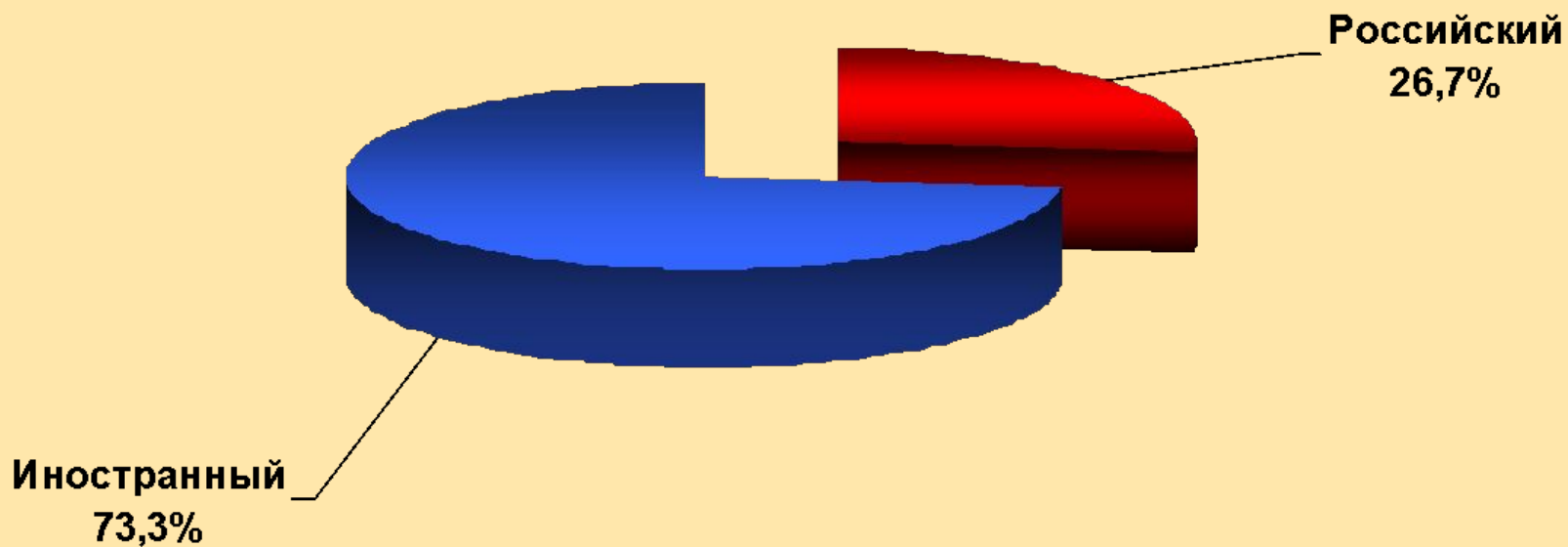


**Среднемесячная посещаемость  
кинотеатров. Россия, 2006-2008**

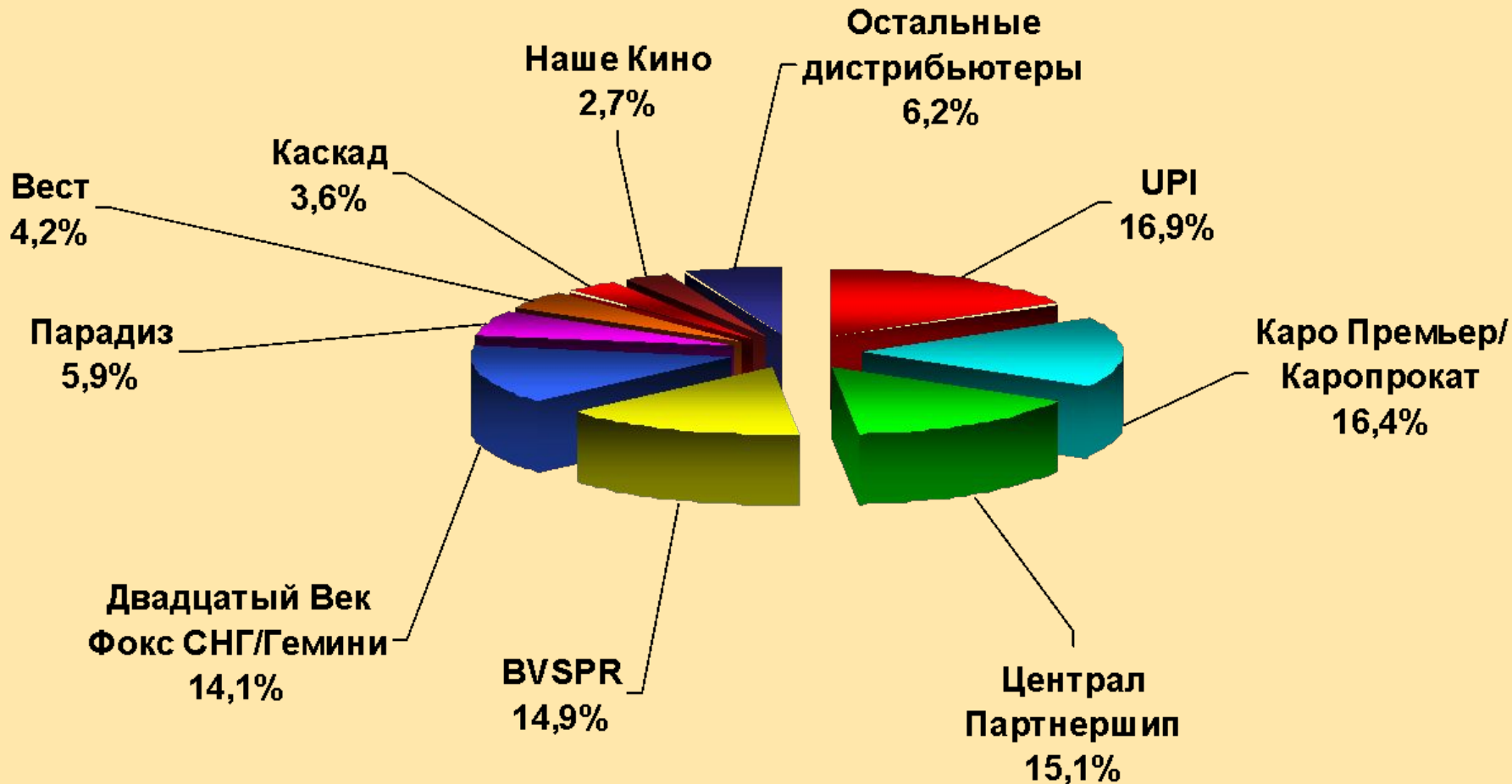




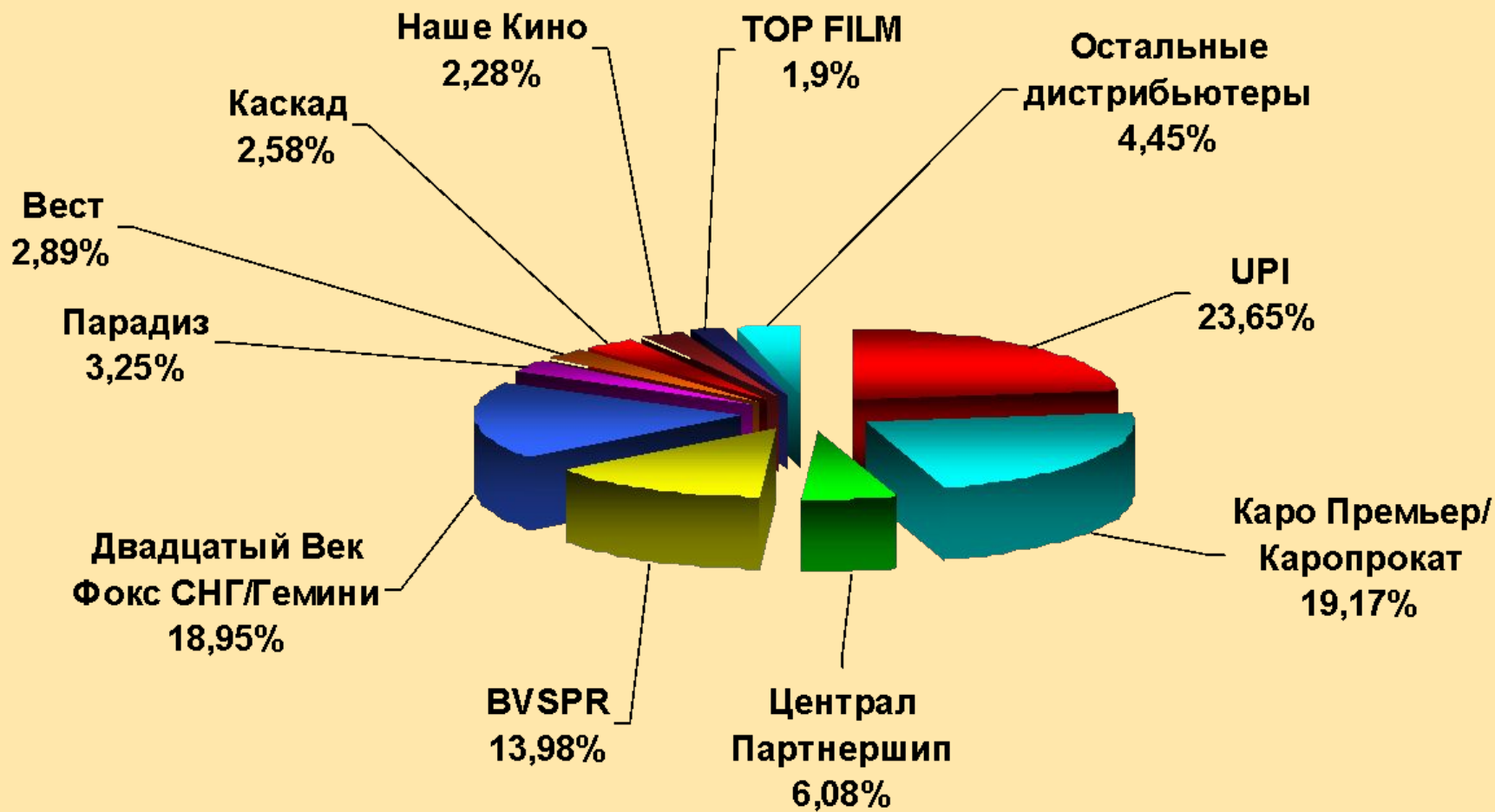
**Распределение БОКС-ОФИСА по итогам**  
**2007 года**



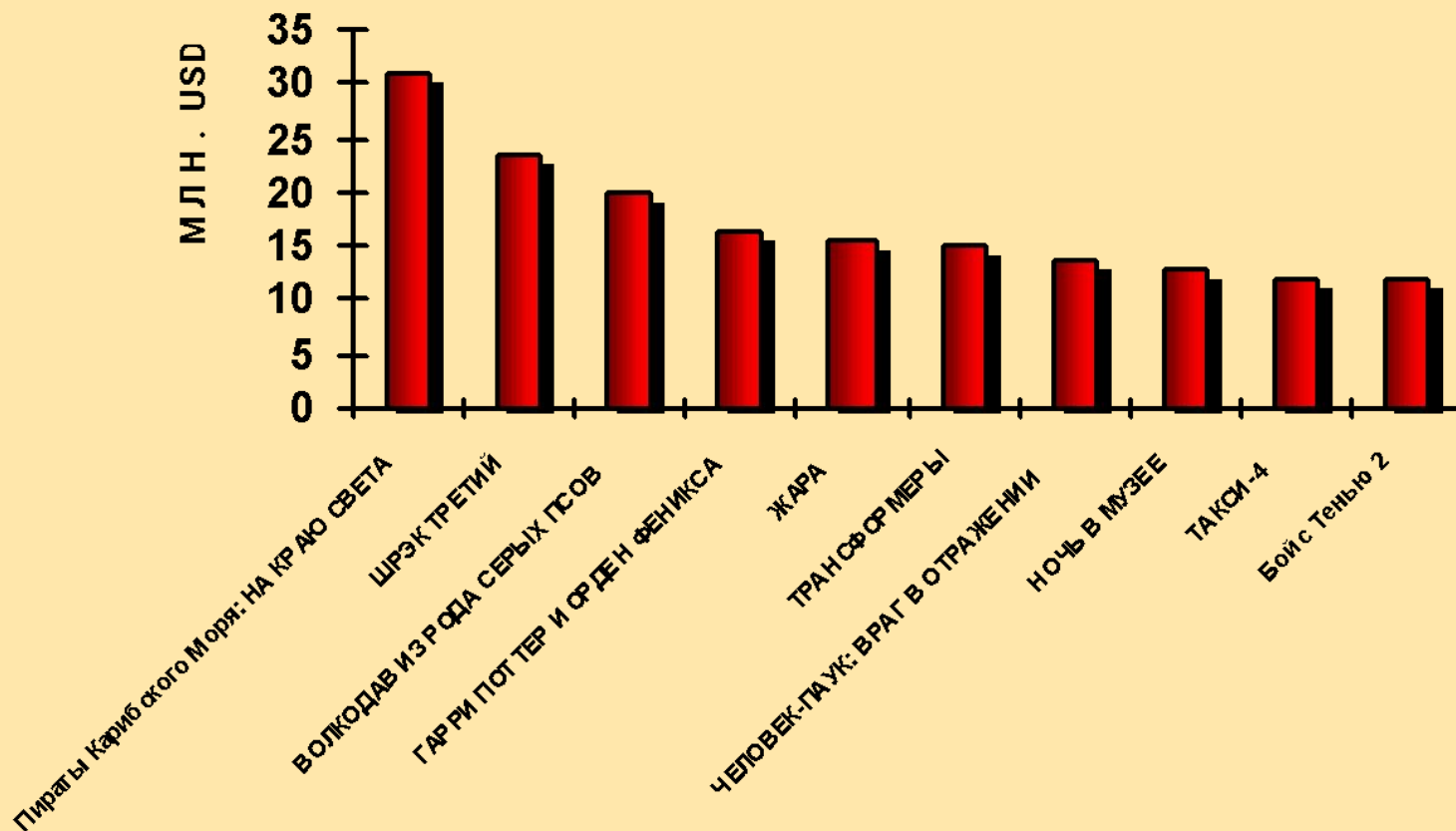
Распределение кассовых сборов (%)  
между кинодистрибьютерами по итогам  
2007 года



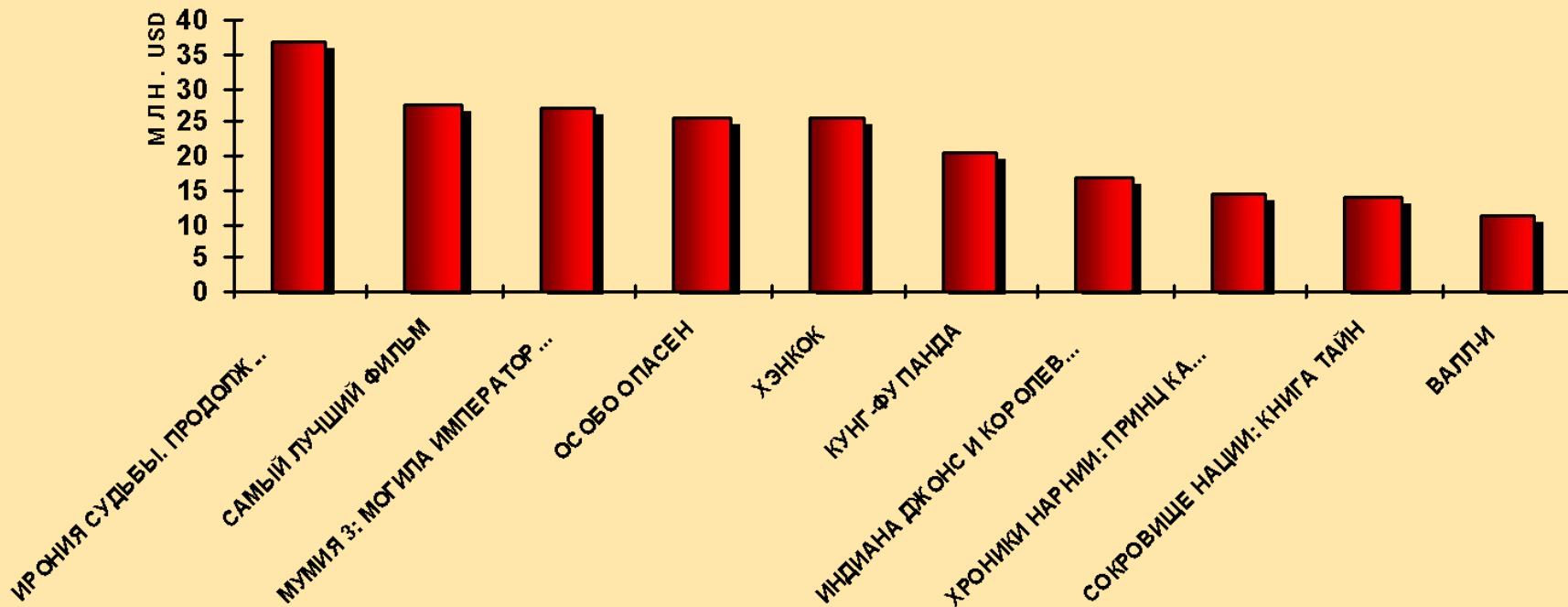
Распределение кассовых сборов (%)  
между кинодистрибьютерами по итогам 1-  
го полугодия 2008 года

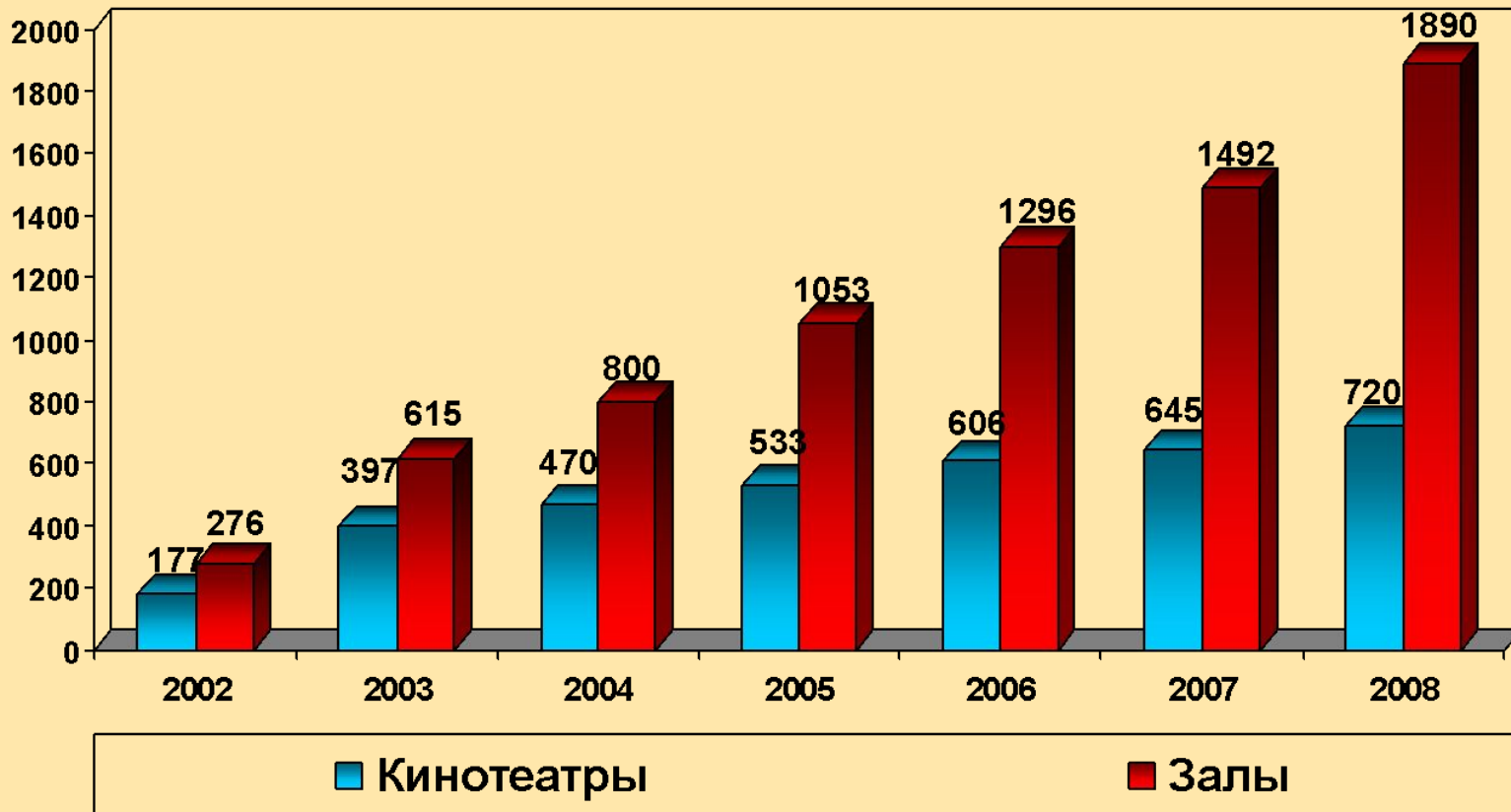


**TOP**  
**10 фильмов по сборам, 2007.г**



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

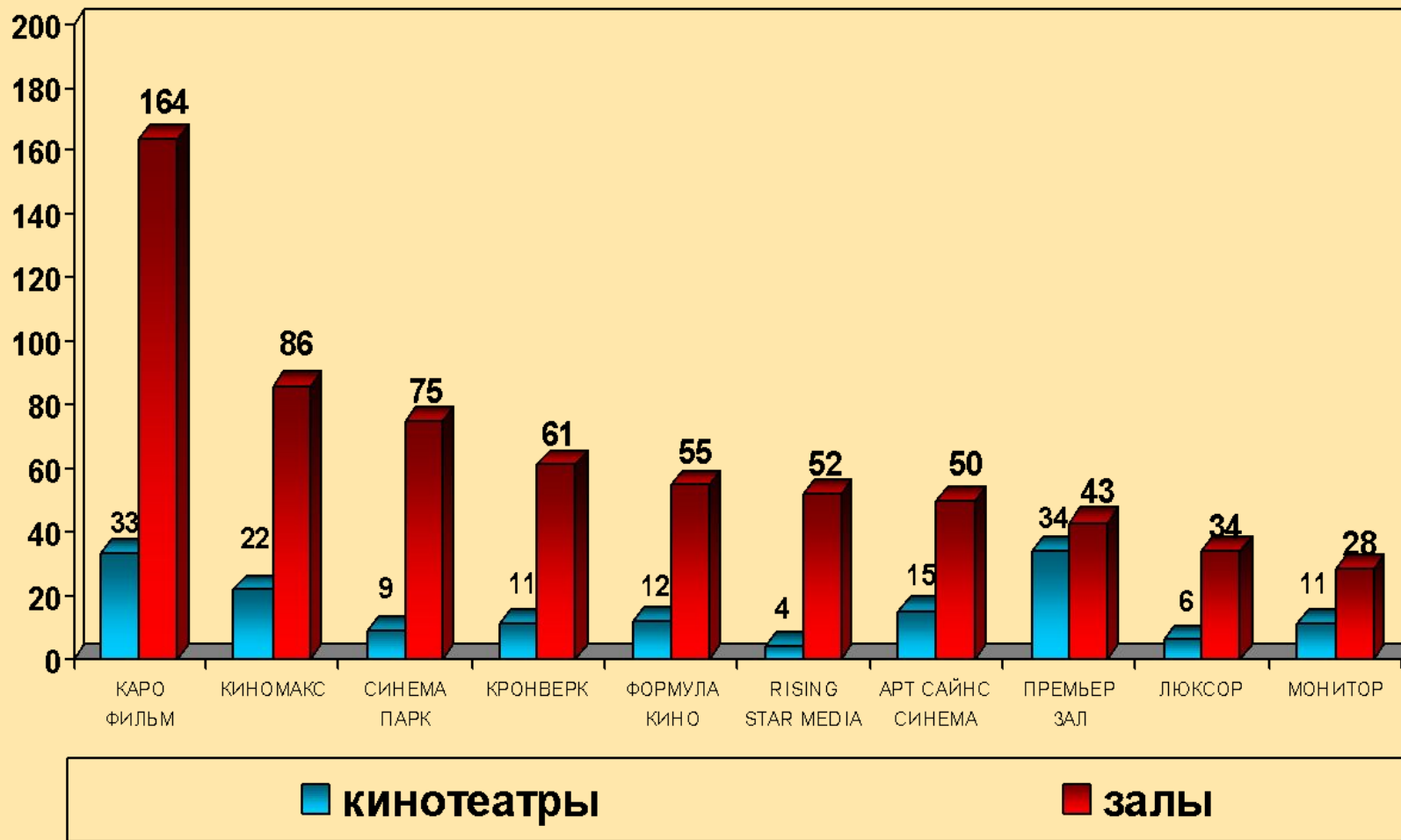




Динамика открытия кинозалов по  
регионам России

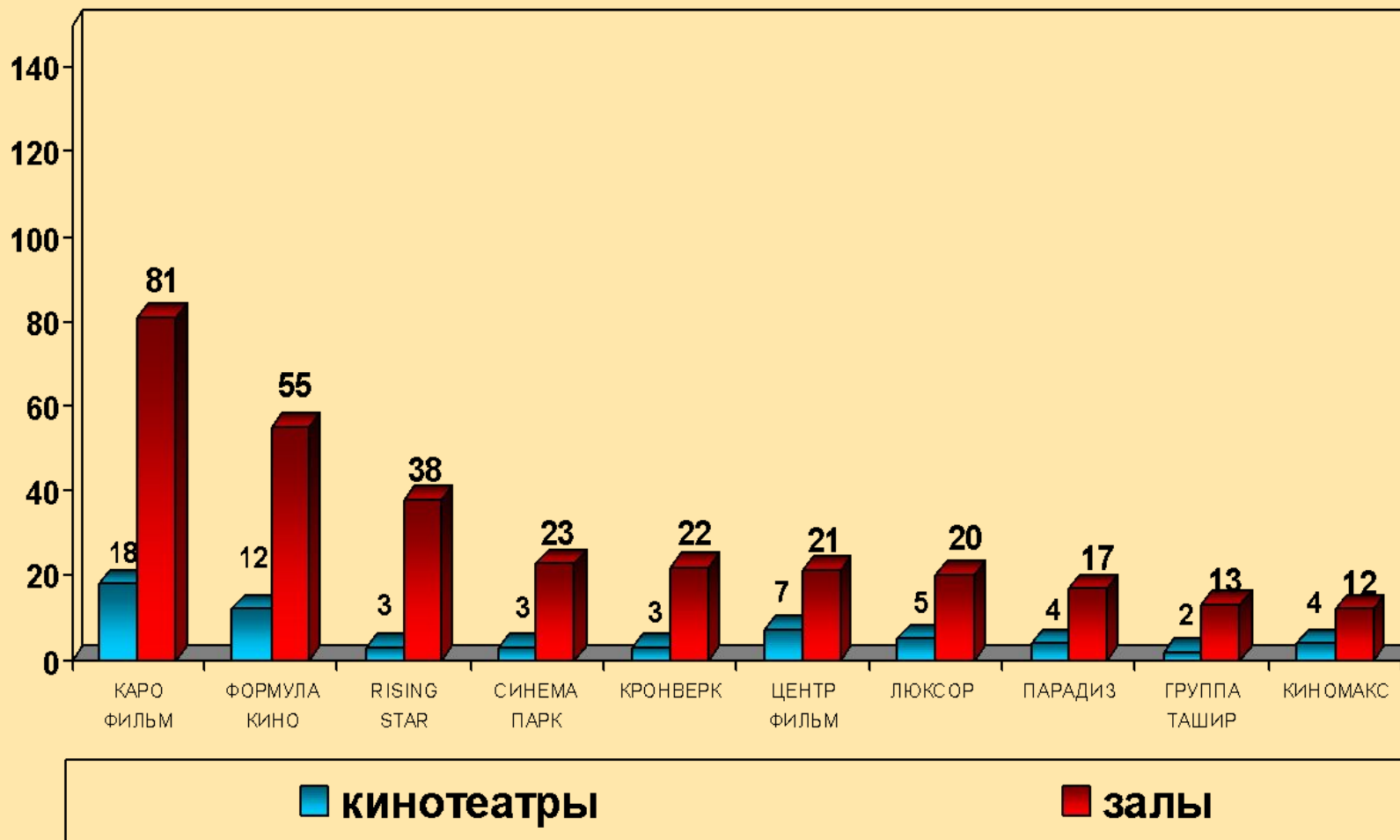


## 10 Крупнейших сетей кинотеатров России





**10 Крупнейших сетей кинотеатров,**  
**Московский регион**



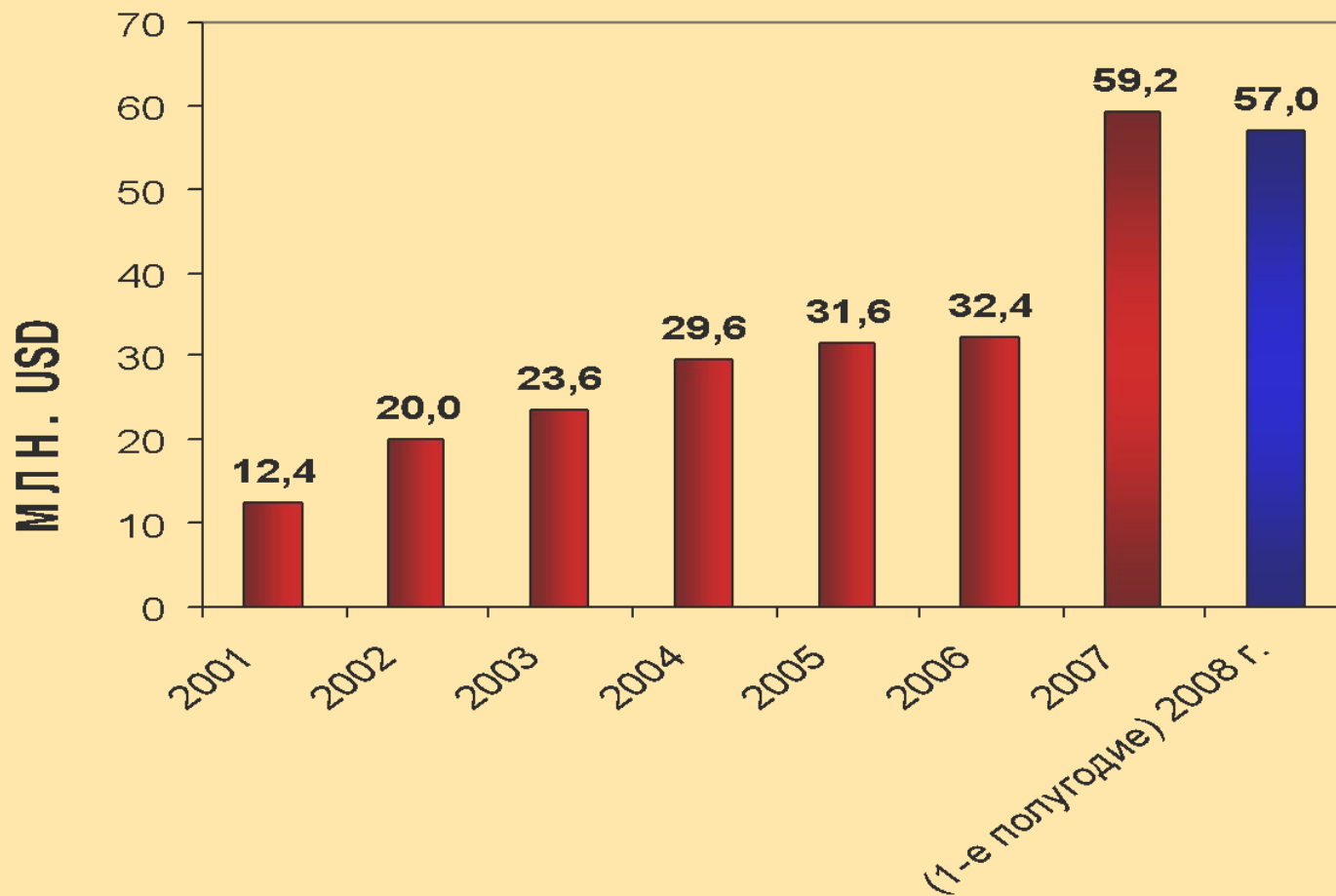
Российские киносети стремятся к расширению зоны своего влияния. При этом сфера интересов операторов простирается как «вширь» (географический охват федеральных киносетей становится все более обширным), так и «вглубь»: компании осваивают новые сферы бизнеса развлечений и досуга.

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.

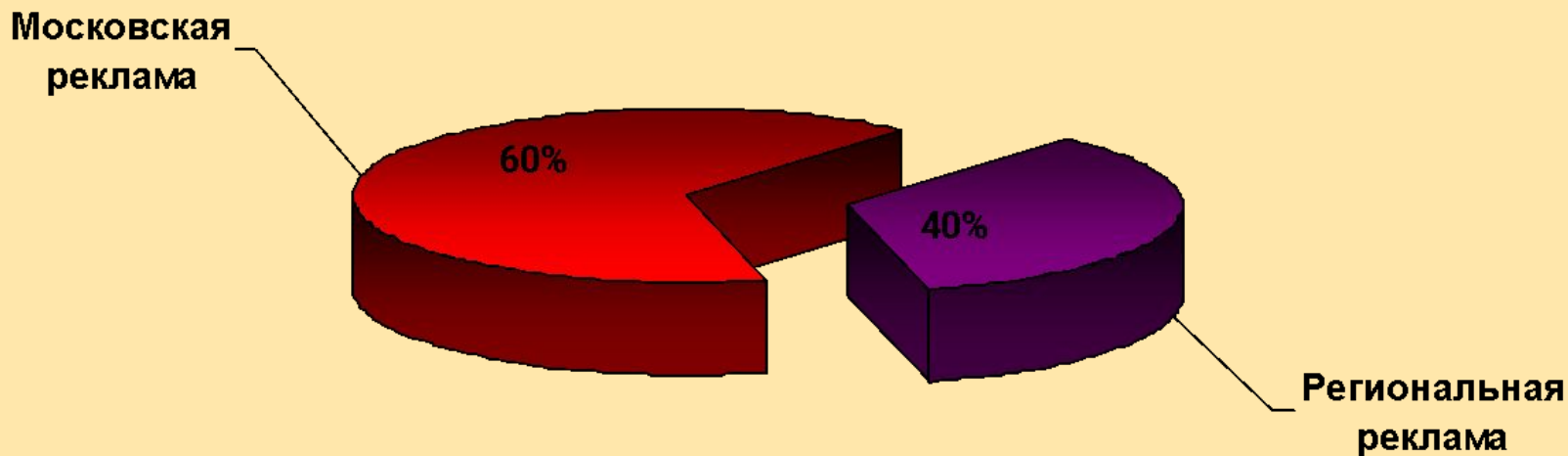
Необходимость привлечения средств на развитие сети будет вынуждать крупных отечественных операторов принимать более активное участие в деятельности отечественных и международных финансовых и фондовых рынков.

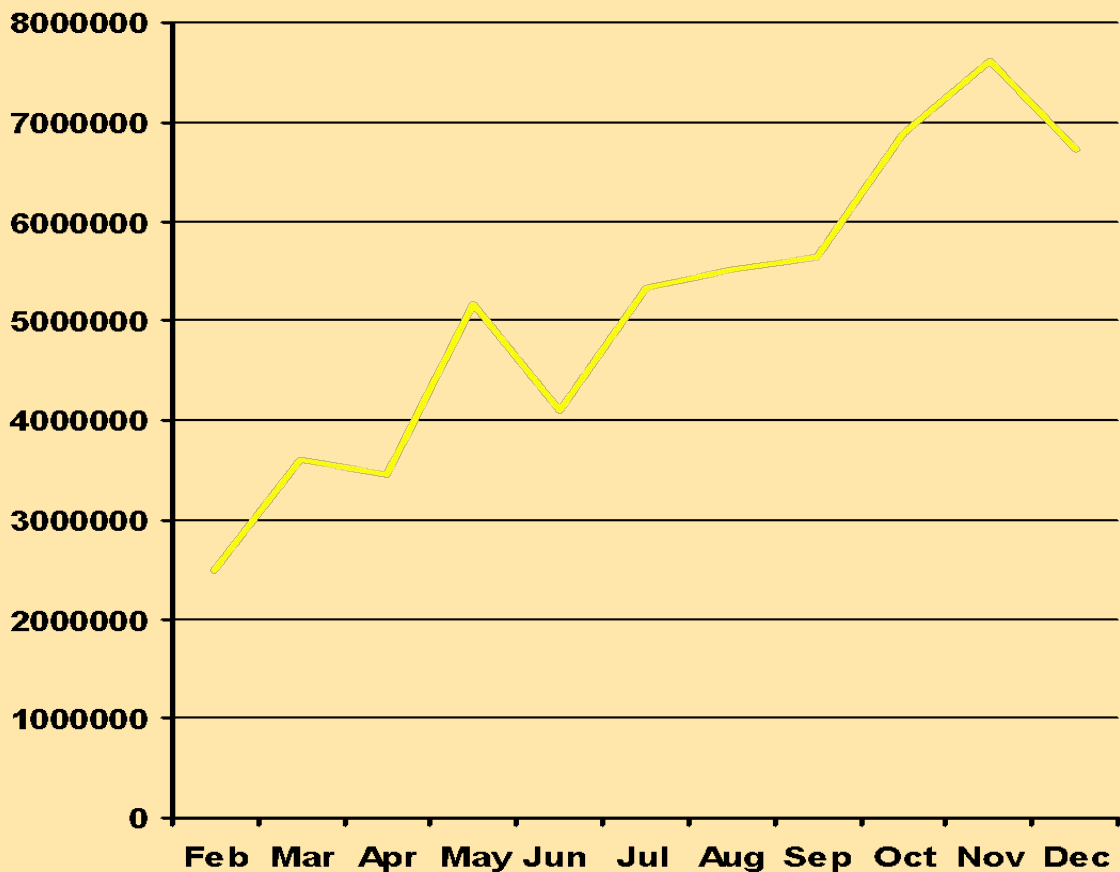
В 2007 году в России укрепилась позиции цифрового кино. Однако скорость распространения цифровых технологий в нашей стране во многом будет зависеть от того, смогут ли кинопрокатчики, действующие на российской территории, достаточно оперативно обеспечить предложение цифрового контента для демонстрации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

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

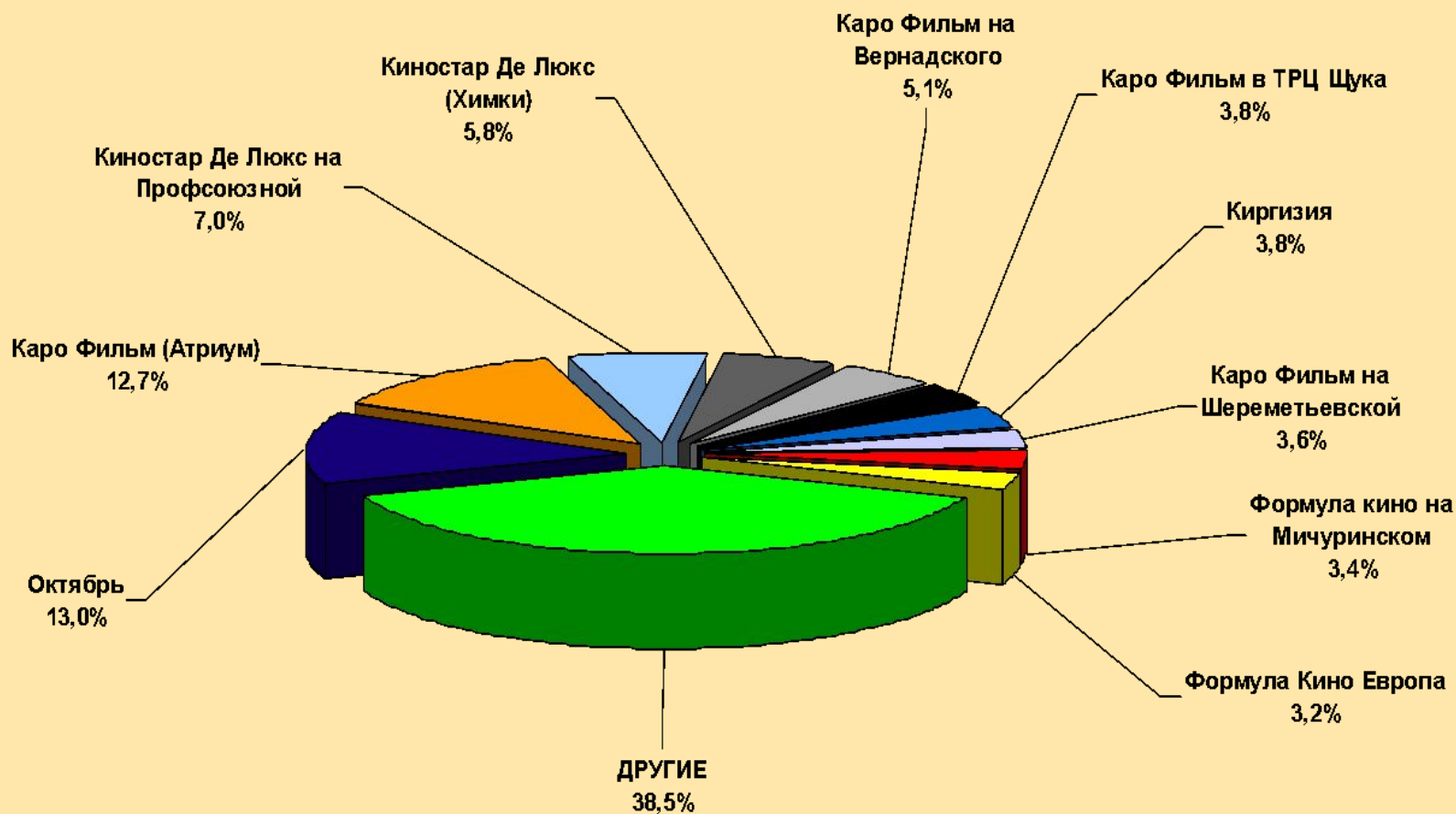


Соотношение рынка региональной и  
московской рекламы

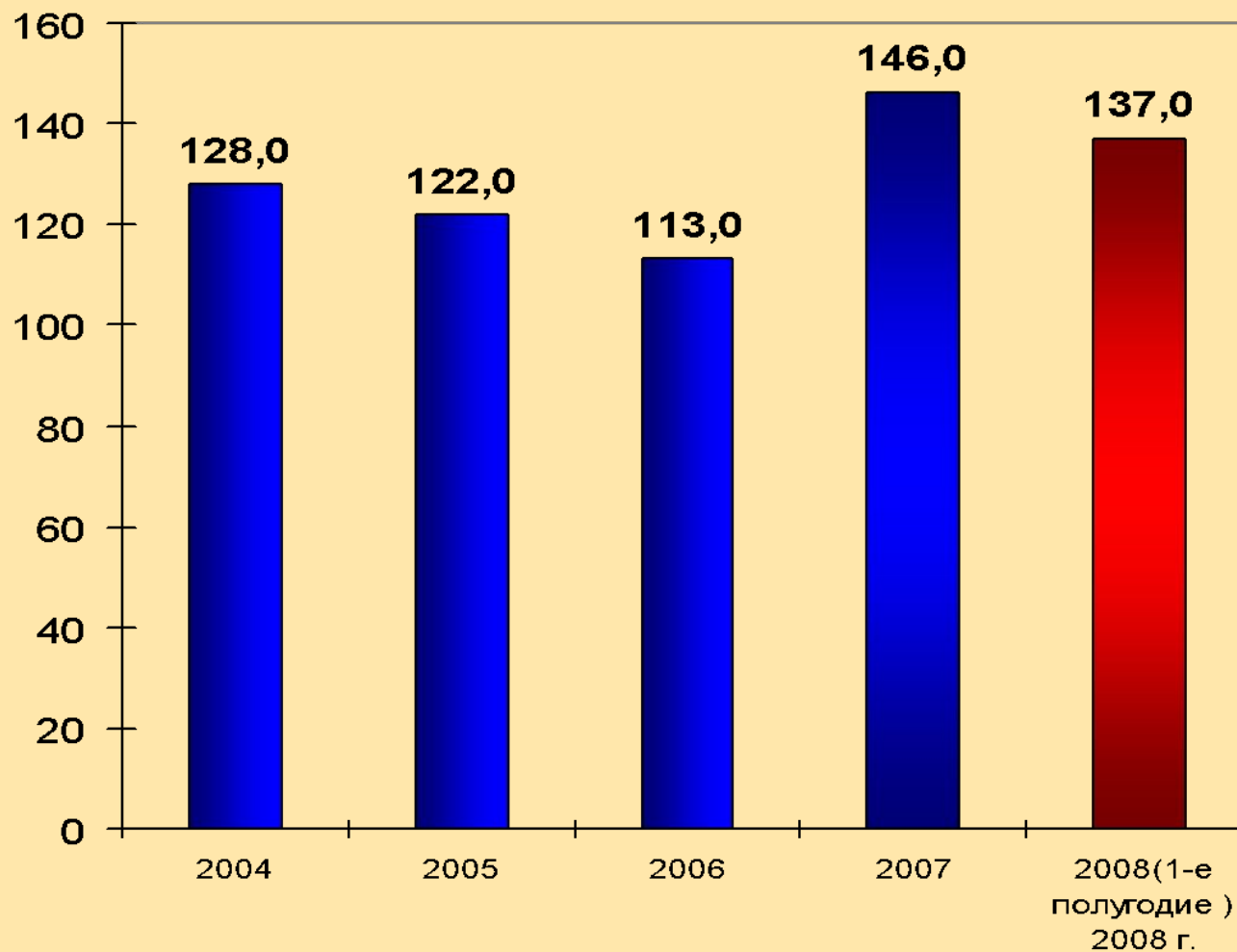




**КИНОТЕАТРЫ, МОСКВА, ТОР 10, 2007,**  
**% РЫНКА**



**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**