

 КАРТА КИНОПРОЕКТА «НИКОЛЬ»

Общие сведения

|  |  |
| --- | --- |
| **Название фильма** | **«Николь»** |
| **Жанр** | **Экшн / Драма** |

Сроки кинопроекта

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Стадия** | **Предподготов.** | **Подготовит.** | **Съёмочный** | **Монт.-тониров.** | **Прокат** |
| **От** |  | 10.2021 | 06.2022 | 08.2022 | 2023 |
| **До** |  | 05.2022 | 07.2022 | 12.2022 | 2023 |

Производство

|  |  |
| --- | --- |
| **Хронометраж, минут** | 110 минут |
| **Места съемок** | Россия и Казахстан |
| **Количество съемочных дней** | 40 |

Маркетинг и продажи

|  |  |
| --- | --- |
| **Целевая аудитория** | зрители от 12-50 лет |
| **Предполагаемые кассовые сборы в****России и СНГ** | 600.000.000 рублей |
| **Предполагаемые кассовые сборы в Китае** | 500.000.000 рублей |
| **Предполагаемые сборы в других странах** | 50.000.000 рублей |

Финансовый план

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Расходы кинопроекта** | **Сумма** | **Доходы кинопроекта** | **Сумма** |
| **Бюджет производства** | 130.000.000 руб. | **Доход продюсера от проката в кинотеатрах (40% кассы, прогноз)** | 460.000.000руб. |
| **Рекламный бюджет** | 70.000.000 руб. | **Продажа прав на ТВ** | 20.000.000 руб. |
| **Продажа прав на DVD** | 6.000.000 руб. |
| **Другие доходы (данные внесены в статью «План длительных доходов»)** |  |
| **Всего расходов** | **200.000.000 руб.** | **Всего доходов** | 486.000.000руб. |

Источники финансирования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Финансирование** | **Сумма** | **Организация** |
| **Привлекаемые средства инвестора** | 200.000.000руб. | Инвестор проекта |

Информация о проекте

**Наш фильм - это высококачественная полнометражная экшн - драма по уникальному сценарию с крутыми спецэффектами и великолепной музыкой c участием ведущих актёров Российского кино - А. Михайлова, С. Бурунова, Л. Аксеновой, А. Батырева...**

**Фильм задуман, как трилогия, уже написаны сценарии для первой и второй части.**

**Картина рассказывает о воинах спецназа Ф.С.Б. России, стоящих на страже государственных интересов страны и ведущих непримиримую войну против распространения преступности и наркотиков в мире.**

**В фильме широко раскрывается тема преемственности поколений, героического прошлого и настоящего нашей страны, крепкого боевого братства, мужества и доблести русских воинов.**

**Эта картина очень важна для патриотического воспитания молодёжи, морально - психологической подготовки к защите Отечества, формирования уважения к воинам, честно исполняющим свой долг .**

 **Наша история несёт добрый, позитивный посыл, показывая победу добра над злом, раскрывая на этом фоне внутренний мир героев, отличающихся чистотой души и благородством поступков, а также показывает настоящую мужскую дружбу, искренние отношения и семейные ценности, т.е.всё то, что было утрачено в современном обществе и по чему так соскучился российский зритель...**

**На первом этапе** реализации проекта, после получения первого транша, будет получено Удостоверение национального фильма (далее УНФ) для снижения налоговой нагрузки при производстве и последующей реализации фильма. Реализация на территории РФ услуг по производству кинопродукции, выполняемых организациями кинематографии с удостоверением национального фильма освобождена от налогообложения НДС в соответствии с пп. 21 п. 2 ст. 149 НК РФ.

Пакет документов, необходимый для получения УНФ и сроки оформления.

Реализация на территории РФ услуг по производству кинопродукции, выполняемых организациями кинематографии с удостоверением национального фильма освобождена от налогообложения НДС в соответствии с пп. 21 п. 2 ст. 149 НК РФ.

Правила подачи документов для оформления УНФ изложены в Приказе Минкультуры России от 20.04.2012 N 356 (ред. от 28.12.2015)

"Об утверждении Административного регламента Министерства культуры Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по выдаче удостоверений национального фильма".

Перечень документов для получения УНФ для незавершенного производством фильма:

-Сопроводительное письмо в Министерство культуры Российской Федерации (на фирменном бланке организации).

-Заявление установленной формы.

-Описание проекта.

-Приказ продюсера о запуске фильма в производство с указанием сроков начала и окончания производства (на фирменном бланке организации).

-Копии договоров с авторами фильма (автор сценария, режиссер, композитор) и копии паспортов, удостоверяющих гражданство.

-Сценарий игрового, мультипликационного фильма (в электронном виде - на диске), синопсис полнометражного неигрового фильма, сценарная заявка неигрового фильма.

-Заверенные копии учредительных документов:

-Устав, Свидетельства о регистрации в налоговой инспекции, внесение в реестр, Выписка из реестра. Коды статистики. Копии паспортов учредителей -Сведения о предшествующей профессиональной деятельности продюсера.

-Выписка из банка о среднемесячных оборотах средств на расчетном счете продюсера (или выписка с расчетного счета для вновь созданного продюсера) - для фильмов, производство которых осуществляется за счет собственных средств продюсера.

-Копии договоров или соглашений о намерениях (в случае отсутствия договоров) с инвесторами об их участии в финансировании производства фильма.

-Доверенность на оформление и получение УНФ.

Копии документов заверяются печатью и подписью руководителя.

Документы для получения УНФ подаются в Министерство Культуры РФ.

Срок оформления УНФ - 7 дней с момента подачи пакета документов на фильм.

После окончания производства фильма продюсер оформляет Прокатное Удостоверение на фильм для возможности проката и реализации фильма на территории РФ любыми возможными способами.

Пакет документов, необходимый для получения Прокатного удостоверения и сроки оформления.

Прокатное удостоверение оформляется в соответствии с правилами Административного Регламента Министерства Культуры РФ о выдаче прокатных удостоверений на фильмы.

Для получения прокатного удостоверения заявитель представляет следующий пакет документов:

-заявление (в соответствии с приложением № 1 к Регламенту);

-выписка из Единого государственного реестра юридических лиц и документ, подтверждающий полномочия руководителя организации (для юридических лиц); заверенная копия свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (для индивидуальных предпринимателей); копия паспорта (для физического лица);

-анкету заявителя (в соответствии с приложением № 2 к Регламенту);

-копии документов, подтверждающих право заявителя на фильм; к документам на иностранном языке прилагается перевод документов на русский язык; лицо, указанное в эти документах в качестве правообладателя, признается таковым, если не доказано иное;

-соответствующую техническим требованиям копию фильма на оригинальном носителе (представляется для просмотра);

-акт, удостоверяющий техническое качество копии фильма;

-сведения об использованных в фильме, предназначенном для публичного исполнения либо сообщения в эфир или по кабелю, музыкальных произведениях в двух экземплярах для фильмов отечественного или совместного производства (композитор, название использованного произведения, длительность звучания в фильме);

-монтажные (диалоговые) листы (при их наличии) в одном экземпляре в печатном или электронном виде с приложением краткой аннотации фильма.

-для зарубежных фильмов — копия грузовой таможенной декларации или таможенного приходного ордера, заверенная таможенным органом, осуществившим выпуск фильма, подтверждающая законность ввоза фильма на территорию Российской Федерации, в случае, если фильм ввезен из-за рубежа;

-документ, подтверждающий уплату государственной пошлины за выдачу прокатного удостоверения в соответствии с п.13 настоящего Регламента.

**Срок оформления Прокатного удостоверения** составляет 12 рабочих дней с

момента подачи заявителем всех документов согласно п.п. 9.3. - 9.5. настоящего Регламента.

Прокатное удостоверение выдается на срок действия авторского права заявителя на воспроизведение, распространение, публичный показ, публичное исполнение, прокат фильма, сообщение фильма по кабелю.

Согласно ст. 1281 ГК РФ срок действия авторского права на территории РФ составляет 70 (семьдесят) лет.

Медиа проект фильма

Одним из основных критериев успешного проката является грамотный выбор дистрибьютора.

При заключении договора между дистрибьютором и продюсером оговариваются такие важные для проката параметры как:

•Дата выхода фильма

•Количество копий

•Количество копий в одном кинотеатре

•Количество сеансов

•Сроки проката

•Распределение коммерческих расходов (если их частично несет дистрибьютор) и особенности прокатной компании

«Николь» - боевик, рассчитанный на широкую аудиторию, обладающий высоким коммерческим потенциалом. Исходя из перечисленных параметров, в качестве дистрибьютора настоящего проекта мы предполагаем в качестве дистрибьюторов компании «Каро», либо «Bazelevs». Данные компании долгие годы специализировалась на прокате российского кино. Выпускают как авторские, так и коммерческие картины. Одни из самых известных российских прокатных организаций.

Количество выпускаемых копий российских картин варьируется, в среднем, от 800 до 1500. «Николь» рассчитан на широкий прокат, поэтому 1100 копий- оптимальное количество для данного проекта. Примерный вариант Договоров на кинотеатральный прокат фильма прилагаем. В приложении: вариант договора на премьеру фильма, вариант договора с прокатчиком и вариант договора между прокатчиком и кинотеатром.

Предварительный план рекламной кампании

Как было сказано ранее, рекламная кампания является одной из важных составляющих успеха картины в прокате, на данный момент даже очень качественное кино не способно собрать достойную кассу без рекламной поддержки.

***Реклама на телевидении:***

Достаточно эффективно на наш взгляд размещать рекламу на таких телеканалах, как: «Первый канал», «ТНТ», «СТС». Как уже было сказано ранее, несмотря на то, что фильм рассчитан на широкую возрастную аудиторию (12+), упор в том числе и в рекламной кампании будет сделан на наиболее социально­активную часть населения, посещающую кинотеатры, это 15-45лет.

Безусловно, стоит уделить внимание и более возрастной аудитории, поскольку опасно рассчитывать исключительно на «сарафанное радио». Реклама кинопродукции на телевидении является одним из самых эффективных рекламных интрументов.

***Реклама в кинотеатрах:***

Необходимо привлечь внимание посетителей кинотеатров, которые являются потенциальными зрителями настоящего проекта, поскольку ходят в кино.

По фильму «Николь» будут размещены постеры, стенди, хардпостеры, лайтбоксы, флаеры, наклейки на кассы, брендирование билетов с задней стороны. Кроме того за два месяца до старта проката будут показаны трейлеры фильма «Николь» прикрепленные к продукции дистрибьютора (комедии, блокбастеры, семейным фильмы и крупные премьеры).

***Реклама в интернете:***

Данный вид продвижения показывает высокие показатели эффективности, относительной своей сравнительно небольшой цены за размещение, а также из - за своей сегментированности дает возможность обращения к конкретной целевой аудитории. В силу возраста потенциальные зрители «Николь» являются наиболее активным интернет-пользователями, поэтому необходимо активно использовать данную рекламную платформу.

* Создание страницы на kinopoisk.ru и других специализированных платформах, постоянно обновление информации, в том числе материала со съемок. Реклама на главной странице сайта (за 3 недели до премьеры).
* Трейлеры и видео со съемок на официальном канале фильма «Николь» на

Youtube

* Использование бесплатных возможностей социальных сетей. (публикации в аккаунтах актеров, создание страницы проекта в Instagram и других социальных сетях).
* Реклама на сайтах, соответствующих целевому сегменту.
* Раскрутка и рекламная интеграция у известных блоггеров (Дудь, Сардаров и т.д.)

***Реклама на радио:***

Анонсы на NRJ, Европа plus, Love радио, Мегаполис, Русское радио.

***Реклама в печатных изданиях:***

The Hollywood reporter, Бюллетень кинопрокатчика, Кинобизнес сегодня, Empire.

***Наружная реклама:***

Данный вид продвижения охватывает большую аудиторию, но является дорогостоящим. Будет целесообразным грамотное точечное размещение наружной рекламы, в местах наибольшего скопления потенциальной аудитории (у ТЦ, выходов метро и т.д.).

* Метро
* Брендирование остановок
* Лайт боксы
* Биллборды, ситиборды
* Пиллары

 PR

В современных реалиях PR является одним из важнейших инструментов маркетинга. Подобные методы широко используются в продвижении аудио­визуальной продукции, и данный проект не должен стать исключением. С

самого начального этапа производства картины в качестве приглашенного

специалиста будет работать PR-менеджер, который будет осуществлять раскрутку фильма «Николь» во всевозможных СМИ. Кроме того, присутствие в проекте медийных актеров предоставляет возможность их участия в разнообразных популярных развлекательных передачах канала. Участие в проекте популярных актеров, несомненно, является информационным поводом, который может быть использован для анонса фильма в передаче «Вечерний Ургант» на «Первом».

Из PR-мероприятий также запланированы:

•Пресс-конференция перед премьерой

•Участие актеров/режиссера в популярных телепередачах (канал «ТНТ», «Первый»), публикации в СМИ и на интернет-порталах

•Премьерный показ фильма с привлечением звезд отечественного шоу-бизнеса, журналистов, телевизионных каналов и других СМИ на главной премьерной площадке страны - в кинотеатре «Октябрь».

Кроме того, мы планируем активное продвижение фильма «Николь» на крупнейших Международных кинофестивалях и кинорынках в Каннах, Берлине и в Венеции.

План длительных доходов

По закону об авторском и смежном праве и на основании ст. 1281 ГК РФ срок действия авторского права на территории РФ составляет 70 (семьдесят) лет. А это означает, что Фильм будет приносить прибыль в течение всего данного срока. Рассмотрим основные источники получения прибыли от реализации Фильма.

Фильмы приносят доход из нескольких источников, включая кинопрокат, продажу и аренду на цифровых носителях, мерчандайзинг (продажа прав на изготовление сувениров, игрушек, продуктов питания, посуды и прочей продукции сделанной на основе персонажей из Фильма), а также права на телевизионные трансляции, трансляции на кабельных каналах, стриминг, создание компьютерных игр на основе персонажей из Фильма. Тем не менее, основным показателем коммерческого успеха фильма считаются кинотеатральные кассовые сборы, главным образом из-за доступности данных в сравнении с другими показателями, а также из-за исторической практики. Ниже представлены списки самых кассовых фильмов за всю историю кинематографа (как по номинальной стоимости, так и с учётом инфляции), кассовых лидеров по годам и хронология самых кассовых фильмов, а также список самых кассовых серий фильмов и кинофраншиз. Все таблицы составляются на основе международного проката по данным сайта Box Office Mojo, если не указан другой источник.

Традиционно мюзиклы, военные фильмы и исторические драмы были самыми популярными жанрами, но в XXI веке по кассовым сборам стали преобладать кинофраншизы. Лидирующие позиции среди них на данный момент занимают фильмы, основанные на продукции издательств Marvel Comics и DC Comics. Суммарные сборы фильмов Кинематографической вселенной Marvel превышают 21 млрд $. Помимо фильмов о супергероях, заметное место занимают «Волшебный мир Дж. К. Роулинг», «Средиземье», «Форсаж» и «Пираты Карибского моря». Хотя в списке самых кассовых фильмов за всю историю кинематографа большинство картин являются сиквелами или спин- оффами, его возглавляет оригинальный «Аватар». Неизменно хорошими показателями отмечаются мультфильмы, среди которых наибольший успех имеют картины Walt Disney Animation Studios, Pixar, DreamWorks Animation и Illumination.

Несмотря на то, что инфляция подорвала достижения большинства фильмов первой половины XX века и 1960—1970-х годов, есть кинофраншизы того периода, которые всё ещё активны. Помимо «Звёздных войн» и «Супермена», фильмы о «Джеймсе Бонде» и «Звёздном пути» периодически выходят в свет; все четыре являются одними из самых кассовых серий. Некоторые из старых фильмов, ранее считавшиеся самыми кассовыми, по сегодняшним меркам все ещё имеют респектабельный характер, но большинство из них не конкурируют с современными лидерами ввиду более высоких цен на билеты. Однако при правильном расчёте уровня инфляции самый кассовый фильм того времени «Унесённые ветром» по-прежнему остаётся самым кассовым фильмом всех времён. Все сборы в списке выражены в долларах США по актуальному курсу на момент выхода фильма, если не указана другая валюта.

При всемирных сборах более чем 2,7 млрд $ фильм «Аватар» часто называют «самым кассовым» фильмом, но такие заявления обычно относятся только к театральным доходам и не учитывают другие источники дохода, которые могут составлять значительную часть доходов фильма. Если учитывать доход от продажи фильмов на DVD и домашнего проката, то не сразу становится понятно, какой фильм наиболее успешен. «Титаник» в дополнение к 2,2 млрд $, которые он собрал в кинотеатрах, заработал более 1,2 млрд $ на продажах и аренде видео и DVD. Хотя полные данные о продажах для «Аватара» отсутствуют, он заработал 345 млн $ от продажи шестнадцати млн. DVD и Blu- ray в Северной Америке и в общей сложности более тридцати млн. DVD и Blu- ray по всему миру. После учёта дохода от домашнего видео каждый фильм заработал более 3 млрд $. Права на телевещание также существенно увеличивают доходы фильма, поскольку за пару показов на телевидении фильм получает 20—25 % прибыли от кинопроката, что превышает доходы от pay-per- view; «Титаник» заработал ещё 55 млн $ за право вещания на NBC и HBO, что составляет около 9 % его валового дохода в Северной Америке.

Если фильм пригоден в коммерческой собственности, то его вспомогательные доходы могут сильно превышать доходы от кинопроката и домашнего видео[. «Король Лев» в сумме от кинопроката и домашнего видео заработал более 2 млрд $, но эти цифры меркнут по сравнению с 6 млрд, заработанными от продажи билетов на постановку мюзикла. Мерчандайзинг также может быть чрезвычайно прибыльным: тот же «Король Лев» продал товары на сумму 3 млрд $, в то время как «Тачки», заработавшие 462 млн $ в кинопрокате, что весьма скромно по сравнению с другими фильмами Pixar, за пять лет с момента выпуска в 2006 году продали товаров на 8 млрд $. Также огромным успехом Pixar стала картина «История игрушек: Большой побег», которая в дополнение к 1 млрд $ кассовых сборов принесла почти 10 млрд на продаже товаров.

Мы приводим лишь незначительную часть успешных проектов, чья прибыль в посткинотеатральный период значительно превысила сборы от проката. В условиях российской действительности также немало примеров успешной коммерческой судьбы фильмов после окончания кинотеатрального проката.

Обычно продавая права на премьерный телевизионный показ фильма Продюсер фильма продает одному из телеканалов право на 1-й и 3-й показ фильма, а другому телеканалу на 2-й и 4-й показ фильма. Для фильмов, имеющих хорошую прокатную, либо фестивальную судьбу стоимость первого показа по ТВ составляет около 60 млн.рублей, стоимость второго показа около 35 млн.рублей, третьего около 20 млн. и четвертого около 10 млн. рублей. В дальнейшем любой показ фильма по ТВ оценивается уже гораздо скромнее от 100тыс. до 1 миллиона рублей, но таких показов в течение года по всевозможным телевизионным и кабельным каналам может быть очень много... Такие картины как «Брат», «Брат-2», «Бумер», «Бригада» (схожие с фильмом «Николь» по жанру) до сих пор регулярно появляются в телевизионной сетке вещания, на кабельных каналах, на платформах онлайн кинотеатров и на прочих интернет-ресурсах. Киностудия «Мосфильм» ежегодно получает от показа по телевидению советских фильмов, правами на которые обладает, сумму эквивалентную 10-15 млн.долларов США.

Также мы планируем продажи прав на использование DVD и Blue-ray. Сейчас этот рынок существует в плачевном состоянии, но фильмы все еще выпускают и за продажу прав мы планируем получить еще 6 млн. рублей.

Онлайн кинотеатры также заключают договоры с правообладателями фильма по условиям данных договоров правообладатель получает определенный процент за любой платный просмотр своего фильма.

Что касается продажи лицензии на мерчендайзинг и на создание компьютерных игр на основе героев фильма, то мы также планируем значительную отдачу, так как фильм «Николь» предполагает популяризацию российских супергероев и они, безусловно, будут интересны публике. К тому же фильм «Николь» задуман, как трилогия и это также должно существенно улучшить продажи фильма в посткинотеатральный период.

Дополнительная цель проекта

Одной из важных задач, стоящих перед Продюсерами фильма **«Николь»** является создание коммерчески успешного проекта. Благодаря высоким финансовым показателям реализации фильма мы планируем в 2022-23 г.г. по результатам кинотеатрального проката войти в число, так называемых мейджоров или лидеров, отечественных кинопроизводящих компаний, получающих от государства ежегодную безвозмездную субсидию на производство кинопродукции. Данную субсидию выдает кинокомпании «Фонд кино». Размер безвозмездной субсидии для каждой из компаний-мейджоров составляет от 250 млн. до 400 млн. рублей в год. В число мейджоров на следующий год попадает любая кинопроизводящая компании, зарегистрированная на территории РФ, чьи показатели по сборам в кинотеатральном прокате стали самыми высокими в течение текущего года. Основные моменты, касающиеся выделения безвозмездных субсидий изложены в приказе № 87 от 17.12.2018 года (копию приказа прилагаем к письму).

Компании, задействованные в реализации фильма «Николь»

Производящая компания - «РодАрс Фильм». Команда профессионалов, способных решать задачи по осуществлению съёмочного процесса любой сложности. Компания имеет большой опыт сотрудничества и разносторонние связи с зарубежными кинокомпаниями и студиями, а также с крупными российскими и иностранными структурами, осуществляющими кинотеатральный прокат. Кинокомпания «РодАрс Фильм» успешно осуществила реализацию десяти Государственных контрактов на производство фильмов. Фильмы кинокомпании «РодАрс Фильм» были в кинотеатральном прокате, были представлены на Международных кинофестивалях и кинорынках в Каннах и Берлине, выигрывали призы и участвовали в различных кинофестивалях в России и за рубежом. Опыт кинокомпании «РодАрс Фильм» на рынке начинается с 2003 года. Спецэффекты и компьютерная графика - «ARSPRO». Компания работает на рынке постпродакшн 15-лет. Компания «ARSPRO» первая внедрила в цикл постпродакшн фильмов и сериалов самую передовую технологию цветопередачи — новый стандарт hi-end картинки HDR.

Международный прокат и реализация проекта на Международном рынке - «BERKELEY MEDIA GROUP LIMITED». Компания принадлежит партнеру компании «РодАрс Фильм», международному кинопродюсеру **Yu-Fai Suen**. В качестве продюсера, специалиста по привлечению инвестиций, специалиста по продвижению фильмов работал в таких всемирно известных киностудиях как: «Pinewood Studios, Pinewood Studio Wales». Работал над реализацией и Международным продвижением таких проектов как: «**Амели**»,

«**Трансформеры**», «**Миссия невыполнима**», «**Сумерки**», «**Паркер**», «**Челюсти 3D**», «**Что-то не так с Кевином**», «**Дориан Грей**», «**Район №9**» и многих других. Одной из недавних картин над которой работал Yu-Fai в качестве директора студии Элтона Джона «Rocket Pictures», стала кинокартина байопик о жизни скандально известной звезды, под названием «**Rocketman**». Мировая премьера этого фильма стала главным событием на 72-м Международном кинофестивале в Каннах, прошедшем в мае 2019 года. Фильм «**Rocketman**» получил награды - два **«Золотых глобуса»** , и один «**Оскар-2020**».

Этапы финансирования проекта

Для компенсации формируемого при реализации проекта дефицита денежных средств (**200 млн. руб.)** планируется привлечение средств инвестора в форме вклада в уставный капитал компании на следующих условиях:

**Объём средств Инвестора: 200 млн. руб.** с выплатой тремя траншами:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Финансирование****проекта** | **Сумма** | **месяц** |
| **млн. руб.** |  |
| 1 транш | **60** |  |  |  Сентябрь 2021 |
| 2 транш | **80** |  |  |  Февраль 2022 |
| 3 транш | **60** |  |  |  Июнь 2022 |
|  |  |  |  |  |
| **Всего:** | **200** |  |  |  |

Возврат инвестированных в реализацию проекта средств осуществляется через выплату Инвестору дивидендов.

Распределение прибыли производится на следующих условиях.

Доля Инвестора составляет:

* 90% на этапе до возврата вложенных в реализацию проекта средств;
* 50% на этапе после возврата средств.

Доля в уставном капитале компании даёт Инвестору право на получение дивидендов от всех видов коммерческого использования фильма на весь период действия авторских прав.

Расчёты, изложенные в бизнес-плане фильма «Николь» демонстрируют, что сумма причитающихся Инвестору дивидендов превышает объём вложенных в реализацию проекта средств **на 22 месяц проекта.**

Спонсорский пакет и бонусы для Инвестора фильма «Николь»\*

1. Размещение фирменного наименования, товарного знака компании Инвестора или фамилии Инвестора в титрах Фильма, рекламных и информационных материалах Фильма, информационных письмах, пресс­релизах, сообщениях о Фильме в средствах массовой информации.
2. Выступление представителя компании Инвестора с приветственной речью на премьере Фильма.
3. Предоставление 100 пригласительных билетов для представителей компании Инвестора на премьеру Фильма.
4. Размещение баннера компании Инвестора со ссылкой на сайте Фильма.
5. Объявление об Инвесторе в пресс-релизе Фильма
6. Упоминание об Инвесторе и размещение логотипа компании Инвестора на протяжении всей PR-кампании Фильма
7. Публикацию фирменного наименования или товарного знака компании Инвестора на афишах фильма, в том числе и во время показа фильма на фестивалях, проводимых в России и за рубежом.
8. Размещение фирменного наименования и товарного знака компании Инвестора на DVD дисках с фильмом.
9. Участие Инвестора во всех Мероприятиях, проводимых с целью показа, продвижения или реализации Фильма, в том числе аккредитация на Международных кинофестивалях и кинорынках (по желанию Инвестора).
10. Эксклюзивная подарочная версия DVD с Фильмом для представителей Инвестора.
11. Участие родственников Инвестора в съемках Фильма, в том числе в качестве актеров в эпизодических, либо второстепенных ролях.
12. Product Placement (реклама компании или бренда, принадлежащего Инвестору) в Фильме.
13. Возможность легального вывода денежных средств за рубеж, благодаря участию фильма в Международном прокате.

\* если представленные выше опции не вполне соответствуют Вашим ожиданиям, мы можем составить Спонсорский пакет, учитывая Ваши особые пожелания.