



КИНОКОМПАНИЯ КРАСНАЯ СТРЕЛА

Производство  
[www.krasnayastrela.ru](http://www.krasnayastrela.ru)  
+7 (495) 981 00 76



New Cinema Marketing

Продвижение  
[www.kinosale.ru](http://www.kinosale.ru)  
+7 (495) 220 48 52



Прокат  
[www.cascadefilm.ru](http://www.cascadefilm.ru)  
+7 (495) 241 16 02



**85%** ЗРИТЕЛЕЙ ОЦЕНИЛИ  
**«КАЧЕЛИ»**  
 КАК «ОЧЕНЬ ХОРОШИЙ ФИЛЬМ»  
 ИМЕННО ТАК ОНИ И БУДУТ  
 РЕКОМЕНДОВАТЬ  
 ЭТОТ ФИЛЬМ  
 СВОИМ БЛИЗКИМ  
 И ЗНАКОМЫМ

По данным  
 тест-показов  
 исследовательской  
 компании USPR

Исследование проводилось среди активных посетителей кинотеатров — все они ходят в кино чаще двух раз в месяц. Возраст участников фокус-группы вполне объективно отражает киноаудиторию российских городов-«миллионников».

Дополнительная информация по запросу на [info@kinosale.ru](mailto:info@kinosale.ru)

#### Результаты исследования

1. Название «Качели» видится зрителям привлекательным, рождая позитивные ассоциации.
2. Фильм понравился не только, как ожидалось, публике старшего возраста (группа 29—35), но и более молодой аудитории (группа 18—29). Отношение к фильму сформулировано абсолютным большинством зрителей как «очень понравился» и «скорее понравился».
3. Исследование показало самый высокий балл лояльности к фильму разновозрастной кинотеатральной аудитории. Это доказывает сравнительный анализ всех проведенных ранее компанией USPR тест-просмотров, среди которых такие кинохиты, как «Личный номер», «Заложник», «Алеша Попович и Тугарин-змей», «Дура», «Фантастическая четвёрка», «Жмурки», «Дневной дозор», «Живой», «Кафе-блюз или Алярм», «Волкодав», «Переводчица», «Святое дело», «Нулевой километр» и др. Исследования подтвердили, что продукт потребителю нравится. Основная задача теперь — оптимально эффективно вывести фильм «Качели» на рынок.
4. Реакция зрителей на фильм позволяет прогнозировать эффективную работу «сарафанного радио».

О фильме

КИНО

# «КАЧЕЛИ»

**МАРИЯ МИРОНОВА  
И АНДРЕЙ МЕРЗЛИКИН  
В ЗАХВАТЫВАЮЩЕЙ  
ИСТОРИИ ЛЮБВИ,  
КАЖДАЯ МИНУТА КОТОРОЙ  
ПОЛНА ЖИЗНИ,  
ЭМОЦИЙ И СТРАСТИ.  
НЕУЖЕЛИ ЭТО ИГРА?**



О фильме

## Синопсис №1

Уходя на работу, он не знает, вернётся ли домой. Потому что рисковать жизнью — его профессия. Но иногда смертельное ранение может нанести любовь, потому что она, как пуля, бьет прямо в сердце.

Вся жизнь героев этой ленты — качели. То, задыхаясь от любви, они взлетают в облака, то с самого пика наслажденья падают вниз, в грязь и пустоту... Качели раскачиваются всё сильнее, и остановить их они попытаются лишь тогда, когда сделать это почти невозможно. В этой остросюжетной мелодраме звезды нашего кино играют настолько достоверно, что все события фильма вы будете переживать так, словно всё это происходит с вами!

## Синопсис № 2 (для флаера)

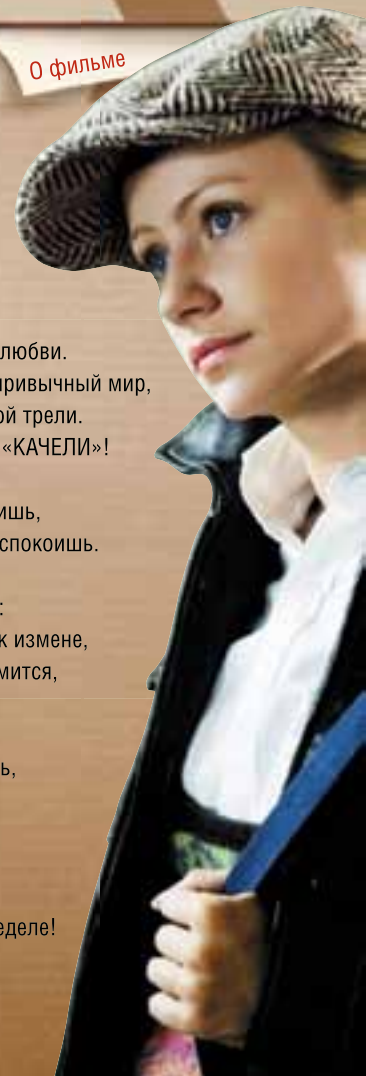
Питер.  
Наши дни.  
На первый взгляд — история любви.  
Но вдруг сюжет взрывает их привычный мир,  
Не оставляет и следа любовной трели.  
Здесь для героев начинаются «КАЧЕЛИ»!

Их оттолкнув, уже не остановишь,  
Как в море бурю, страсть не успокоишь.

Качели жизни — точно время:  
То маятник несется от любви к измене,  
То от беды к надежде он стремится,  
Сменяет радость горе,  
Там будут и тюрьма, и воля,  
Предательство и новая любовь,  
Обиды, смерть и кровь.

Там будет главное,  
что гарантируют «Качели» —  
Все ваши чувства будут на пределе!

Жанр фильма: остросюжетная мелодрама. Хронометраж: 84 мин



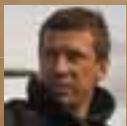
О фильме

## РЕЖИССЕР, АКТЕРЫ И ИХ ВЫСКАЗЫВАНИЯ О ФИЛЬМЕ



**АНТОН СИВЕРС,**  
режиссер:

«Эту историю я с самого начала очень хорошо чувствовал. Именно чувствовал, а не понимал. Потому что понять её до конца невозможно, и к концу съёмки вопросов у меня к моим героям гораздо больше, чем вначале. Я часто не понимаю их, но точно знаю, что они «живые», потому что я сам много раз поступал так же, как они. Почему? Потому что любовь не поддаётся пониманию».



**АНДРЕЙ МЕРЗЛИКИН,**  
исполнитель  
главной роли:

«Это была очень интересная, но очень тяжелая работа. В фильме «Качели» все на надрыве, то же самое происходило и за кадром. Я рад, что в моей биографии появилось такое кино. И считаю, что этот фильм нужно посмотреть для того, чтобы в полной мере прочувствовать эти эмоции».



**МАРИЯ МИРОНОВА,**  
исполнительница  
главной роли:

«Это достаточно человеческая история взаимоотношений людей, история о том, насколько вообще в жизни возможно прощать какие-то вещи, и насколько возможно, преодолевая, оставаться вместе».



**КСЕНИЯ РАППОРТ,**  
актриса:

«Вообще, я очень рада, что эта работа свела меня с такими замечательными людьми — Машей Мироновой и Андреем Мерзликиным. Наши герои составляют любовный треугольник, в котором мне выпала роль беззащитной разлучницы. А в целом фильм о людях, которые борются за свою любовь».

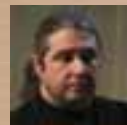
О фильме

## ПРОДЮСЕРЫ И ИХ ВЫСКАЗЫВАНИЯ О ФИЛЬМЕ



**ВАДИМ ГОРЯИНОВ,**  
продюсер:

«Качели» — очень искренний фильм о настоящей любви. В таком фильме приврать невозможно, потому что зрители сразу почувствуют малейшую фальшь. Поэтому снимать такой фильм рискованно и трудно, но, если он получается, то затрагивает чувства зрителей всех возрастов».



**ДМИТРИЙ МЕСХИЕВ,**  
продюсер:

«У Антона Сиверса, хорошо получается делать мелодраматические истории. В изначальном варианте сценария все события развивались в памяти героя. Но эти же действия, изложенные в хронологической последовательности, вызывают большой эмоциональный отклик в душе. Свою зрительскую аудиторию этот фильм должен найти. Ведь такое эмоциональное напряжение, которое создает эта картина, вообще кино создает не часто».



**ВАЛЕРИЙ ТОДОРОВСКИЙ,**  
продюсер:

«Это кино актерское. Кино, в котором артистам есть, что играть, в котором страсти и чувства неоднозначны, но очень сильны. Это кино, на протяжении которого зрители имеют редкую возможность несколько раз менять свое отношение к героям фильма. Любить, ненавидеть, снова любить, прощать, вновь ненавидеть. Это подлинная драма человеческих отношений. Честная, без „поддавок“».



РЕЖИССЕР, АКТЕРЫ  
И ИХ ВЫСКАЗЫВАНИЯ О ФИЛЬМЕ

ПРОДЮСЕРЫ  
И ИХ ВЫСКАЗЫВАНИЯ О ФИЛЬМЕ



Что наша жизнь? — КАЧЕЛИ...

Все мы подвержены

разным страстям.

для фильма  
**«КАЧЕЛИ»**  
раскачали масштабную  
PR-программу:

Опыт реализованных PR-программ:  
«Возвращение», «Любовь-Морковь»,  
«Изгнание» и др.

PR программа



Информационные  
спонсоры:



Переговоры:



Пресс-показ для представителей 200 СМИ.  
Закрытый VIP-показ для звезд кино, театра, шоу-бизнеса,  
представителей культурного истеблишмента.

Интернет



**В ИНТЕРНЕТЕ  
ПРОМО-КАМПАНИЮ ФИЛЬМА**

# «КАЧЕЛИ»

**РАСКАЧИВАЮТ  
ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ЗРИТЕЛИ  
ПОСРЕДСТВОМ  
УЧАСТИЯ В АКЦИИ  
«КАЧЕЛИ — ВАШИ ЧУВСТВА  
НА ПРЕДЕЛЕ»**

Интернет

## **ПРОГРАММА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ УЧАСТВУЮТ ДВА ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА:**

### **1. Сайт [www.kachelifilm.ru](http://www.kachelifilm.ru)**

Официальный сайт фильма, где зритель убеждается в необходимости посмотреть фильм один, а может быть и несколько раз, чтобы пережить всю полноту эмоций на большом экране (подробнее в разделе BTL)

### **2. Акция «Качели — Ваши чувства на пределе»**

Зрители публикуют на сайте свои фотографии, на которых выражают крайние фазы эмоций радости, гнева, удивления, любых спонтанных чувств. И зарабатывают на этом! Проект располагает призовым фондом и мотивирующей к участию базой.

### **3. Реклама в Интернет**

Вирусный маркетинг  
Специальные блоги  
Прямая реклама

**ПЛАНИРУЕМЫЙ  
ОХВАТ АУДИТОРИИ  
БОЛЕЕ 1 000 000  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**



## РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ ФИЛЬМА

# «КАЧЕЛИ»

# \$1.000.000,

**30% КОТОРОГО  
БУДУТ НАПРАВЛЕНЫ  
В КИНОТЕАТРЫ,  
ВЗЯВШИЕ ФИЛЬМ  
В ПРОКАТ**



## ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ БЮДЖЕТА: BTL

### НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА ИНТЕРНЕТ

В кинотеатрах, взявших фильм «КАЧЕЛИ» к показу, планируется провести специальную акцию «Изобрази чувства на пределе». Это фотоконкурс, который будет одновременно проходить в Интернете при поддержке п/с Yandex, в кинотеатрах и ведущих ВУЗах при поддержке компании Canon, и посредством sms-сервиса совместно с каналом ТНТ и реалити-шоу «Дом2».

Условия конкурса предусматривают участие всех желающих, которым будет предложено сфотографироваться, изобразив «чувства на пределе» и выслать фотографию на суд пользователей

Интернета на портале Yandex. Стимулировать участников акции будет следующий призовой фонд:

- Возможность стать лицом рекламной компании фильма, появившись на средствах наружной и печатной рекламы;
- Возможность разместить свое фото в телевизионном эфире;
- Гарантированное попадание в реалити-шоу «Дом2»;
- Возможность получить в подарок фотокамеру Canon;
- Получить для себя и своих друзей «Кинотеатр в подарок» — один сеанс только для победителя акции.

### Планируемый сценарий и технология проведения акции в кинотеатрах:

В один из weekends, предшествующих прокату фильма «КАЧЕЛИ», в кинотеатрах будет работать группа профессиональных промоутеров, которые, в соответствии с правилами акции, будут делать моментальные фото посетителей кинотеатров. На распечатанных фотографиях будет размещаться фирменный стиль картины «Качели» и условия участия в акции.

;-|)

## SMS-ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА

:(&lt;)

# «КАЧЕЛИ»

**ОБЪЕДИНИТ НЕ МЕНЕЕ 2.000.000  
АБОНЕНТОВ И БУДЕТ РЕАЛИЗОВАНА  
ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ,  
МОБИЛЬНУЮ СВЯЗЬ,  
ТЕЛЕВИДЕНИЕ И КИНОТЕАТРЫ**

:) :

{ } (

## SMS-ПРОГРАММА:

Российская практика мобильного маркетинга насчитывает немало примеров использования интерактивных технологий для продвижения кинопроектов. При этом в 99% кейсов — мобильное промо выполняет абсолютно прикладные функции (рассылка контента фильма, викторины по фильму, мобильные новости об актерах и т. п.). Как результат — скромные показатели рекламной и коммерческой эффективности.

Компанией New Cinema Marketing разработан сценарий интерактивной акции в поддержку фильма «Качели», исповедующий иной подход. А именно, участники акции «Изобрази чувства на пределе» получают в свое распоряжение все средства донесения и получения информации — Интернет, SMS, ТВ, Реклама. Планируемая акция охватит двухмиллионную аудиторию пользователей интерактивных информационных средств и даст им возможность побороться за достойные и ценные призы.

+7

SMS COO1511  
1111111111