



**МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА
RED APPLE 2009**



КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ФЕСТИВАЛЕ

Московский Международный
Фестиваль Рекламы:
1995 – 2008 гг.

Учредители фестиваля:
Владимир Ананич
Галина Заполь
Александр Любимов
Сергей Лисовский
Владимир Филиппов
Игорь Янковский - Президент
Фестиваля

Генеральный директор:
Елена Нарышкина

Периодичность:
один раз в год



СТАТИСТИКА RED APPLE 2008

- **1512** рекламных и маркетинговых проектов принимало участие в 12 конкурсах фестиваля (ТВ, радио, наружная и печатная реклама, реклама в интернет, нестандартные рекламоносители, социальные проекты, этикетка и упаковка, фирменный стиль компаний)
- **25** стран – участниц
- **436** аккредитованных компаний различных отраслей (медиа, бизнес, финансы, маркетинг, реклама, полиграфия, сувениры)
- **80** аккредитованных СМИ
- **1500** посетителей ежедневно
- **61** компания - партнер



СТРАНЫ-УЧАСТНИЦЫ RED APPLE 2008

Абхазия

Корея

Словения

Англия

Латвия

США

Армения

Литва

Украина

Беларусь

Македония

Финляндия

Израиль

Молдова

Хорватия

Индия

Нидерланды

Чехия

Италия

Польша

Эстония

Казахстан

Россия

Япония

Китай



ОСНОВНЫЕ ПАРТНЕРЫ RED APPLE

Торгово-Промышленная палата РФ

Комитет по культуре и массовым коммуникациям г. Москвы,

Комитет по рекламе, информации и оформлению г.Москвы –
размещение наружной рекламы (перетяжки, биллборды 3х6, сити
форматы)

Телевизионные каналы СТС, ТВ-Центр, О2 (вещание по России), France 24
(вещание европейские страны), Ностальгия (базовый пакет НТВ+), Русский мир
(вещание – Америка, Израиль), Кто есть кто (базовый пакет НТВ+)

Компания Media Plus - размещение радио рекламы на радиостанциях
Европа Плюс (вещание Россия и Москва), Ретро ФМ (вещание Россия и
Москва)

Радиостанции Сити ФМ, Бизнес ФМ – размещение
радиорекламы, информационных блоков, интервью с партнерами
– размещение ролика

Компания 3stars, Компания Captivate media реклама фестиваля на
световых экранах (12 экранов по Москве)



КОМПАНИИ-ПАРТНЕРЫ RED APPLE

Компания Русбренд

Ассоциация рекламодателей

Ассоциация Коммуникационных Агентств России

Компания Лудинг – спонсор алкогольной продукции

Коммуникационная группа LBL – изготовление полиграфической продукции
Фестиваля

Компания Альтер Эго – сувенирная продукция и изготовление призов
Московского Международного Фестиваля Red Apple

Печатные СМИ –ИД «Бурда» (журналы Автомир, Отдохни!, 7ТВ), журнал
Лаборатория рекламы, Новый маркетинг, Газета Акция

Фонд Народная инициатива – спонсорство социальных проектов
фестиваля

Стратегические партнеры – компания КСАН, компания R&I, агентство
BBDO Москва

Интернет партнеры - Компании Mail.ru, RuTube, Afisha.ru, Moskva.com,
Sostav.ru, Advertology.ru



МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ

**Москва, «Центр Международной Торговли»
23 - 25 сентября 2009 года**

*От идей до серьезных бюджетов, от дружеского общения до стратегического партнерства, от высоких амбиций до блестящих побед, от интересных событий до ярких сенсаций, от рекламной интеграции к новым открытиям!
Red Apple открывает неограниченные возможности для тех, кто хочет большего.*



МИССИЯ RED APPLE

Московский Международный Фестиваль рекламы и маркетинга «Red Apple» имеет высокую миссию расширения рекламного рынка России, привлечения иностранных инвестиций в данную сферу, повышения конкурентоспособности российских предприятий и товаров как в пределах России, так и за ее рубежом благодаря повышению качества производимой рекламной продукции, повышению компетентности специалистов работающих в сфере рекламы и маркетинга. Фестиваль — событие международного масштаба, призванное способствовать росту профессионализма российских рекламистов и маркетологов, повышению престижа профессии.



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ RED APPLE

Фестиваль трендов и мейнстримов в области рекламы и маркетинга. То есть, фестиваль, который дает запасы идей, деловых контактов, потенциала на будущий год. Это фестиваль не только отчет за год, а начальная точка отсчета будущего года. Данное позиционирование основывается на том, что после фестиваля начинается пора формирования бюджетов компаний на следующий год и в них закладываются те идеи, которые клиенты на фестивале увидели, а агентства продемонстрировали. В большинстве компаний в октябре-ноябре происходит составление рекламно-маркетингового бюджета на следующий год. Это время, когда надо выбрать какой инструмент, медиа-канал, креатив будут актуальны в следующем году. С кем работать, что делать.

Проходящий в сентябре Red Apple не только подводит итоги года, но и делает прогноз на будущее – дает обзор основных тенденций. Клиенты получают максимум информации для составления планов на следующий год. Агентства будут иметь возможность показать новые идеи, предложить нестандартные решения, чтобы приобрести новых партнеров и клиентов. Цель организаторов фестиваля - стопроцентный B2B-эффект.



МЕРОПРИЯТИЯ RED APPLE

Фестиваль из традиционно рекламного становится коммуникационным. Основная коммуникация должна быть клиентоориентированной, максимально работать на привлечение представителей компаний клиента. Ядро целевой аудитории фестиваля - бренд-менеджеры, маркетинг-директора, менеджеры по рекламе и пр.

В программе фестиваля:

- Конкурсная программа
- Коммуникационная программа
- Выставочная программа



КОНКУРСНАЯ ПРОГРАММА RED APPLE

В состав Большого жюри фестиваля войдут представители рекламных агентств и рекламодателей. К рассмотрению Большого жюри будут представлены работы, поданные в конкурсах:

- Телевизионная реклама и кино реклама
- Печатная и наружная реклама
- Радиореклама
- Графический дизайн
- Нестандартные рекламносители
- Этикетка и упаковка
- Интернет коммуникации
- Медиа-проекты
- Промо кампании
- Рекламные кампании
- Рекламные Сувениры
- Конкурс Молодые креаторы им. Юрия Заполя



КОММУНИКАЦИОННАЯ ПРОГРАММА RED APPLE

Направления научной программы:

- HR-маркетинг
 - product development
 - средовой маркетинг
 - Низкобюджетный маркетинг
 - спортивный маркетинг
 - детский маркетинг
 - социальный маркетинг
- обучающие программы для студентов

Все эти направления будут представлены семинарами, презентациями, мастер-классами круглыми столами и конференциями в течение всех трех дней фестиваля:

День маркетинг-директора

День бренд-менеджера

День New Marketing (социальный, спортивный, средовой, арт-)

Ежедневные отраслевые презентации (креатив, BTL, медиа, продакшен)

Ежедневный Workshop

Заключительная Церемония награждения победителей фестиваля Red Apple 2009



ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА RED APPLE

Благодаря широкой рекламной кампании фестиваля, с использованием различных медианосителей, все участники выставки будут широко представлены массовому потребителю. Кроме того, Организаторы фестиваля располагают большим потенциалом для того, чтобы ярко представить аудитории своих партнеров и участников как в рекламной кампании до фестиваля, так и на самом мероприятии. Используя все имеющиеся в наличии инструменты рекламы, маркетинга и эвента, организаторы фестиваля имеют возможность для проведения целой серии промо-мероприятий, объединенных единым сценарно-постановочным планом и логически увязанных в одно масштабное и зрелищное событие. Участникам выставки будет представлена уникальная возможность провести собственные презентации на стендах и в зонах семинаров, принять участие в научной и развлекательной программе фестиваля. Дополнительным преимуществом является возможность нестандартных форм продвижения брендов, формируя их лояльность в долгосрочной перспективе.



В ТЕМАТИКЕ ВЫСТАВКИ

- Рекламный креатив
- Продакшен
- Нестандартные рекламоносители
- Маркетинговые исследования и брендинг
- Печатные и электронные СМИ
- Новейшие технологии в области печати
- Бизнес-сувениры и методы декорирования
- Мобильные экспосистемы
- Спортивный маркетинг
- Детский маркетинг
- Технологии indoor и outdoor рекламы
- IT технологии
- 3D Технологии в области рекламы



АУДИТОРИЯ RED APPLE

Московский Международный Фестиваль Рекламы и маркетинга за 18 лет своего существования, завоевал репутацию уникального и модного события, как в отечественной, так и в зарубежной сфере индустрии коммуникаций.

Нашей целевой аудиторией являются крупнейшие рекламные агентства, ведущие дизайн студии, средства массовой информации, представители бизнес сообщества. ЦА фестиваля: люди, интересующиеся последними тенденциями в сфере маркетинга и рекламы, как правило, занимающие руководящие должности. С широким кругозором, творческим подходом к жизни, люди, имеющие активную жизненную позицию.

Охват ЦА: Ежегодно в фестивале участвуют более 5000 тысяч человек из 30 стран мира.

Доход ЦА: Выше среднего, высокий.

Возрастная категория: 25 – 45 лет.

Аудитория участников конференций и круглых столов в научной программе фестиваля

- Директора по маркетингу и рекламе, бренд менеджеры российских и зарубежных компаний
- Руководители и представители общественных и политических структур
- Представители СМИ
- Топ менеджеры рекламных агентств России и СНГ

Международное жюри фестиваля состоит не только из представителей рекламной индустрии, но и генеральных директоров, директоров по маркетингу, директоров по рекламе компаний из различных сфер экономики (банковская индустрия, автомобильная, телекоммуникации и т.д.). Таким образом, выставяемые на конкурс работы оцениваются как представителями рекламных агентств, так и рекламодателей.

Аудитория посетителей выставки Новейших креативных решений в рамках фестиваля

Менеджеры среднего звена, Студенты профильных ВУЗов, Представители СМИ



СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ RED APPLE

Презентации

1. Презентация фестиваля в рамках Недели Корейской рекламы (Сеул (апрель 2009)
2. Презентация фестиваля в Восточной Европе (в программе фестиваля Golden Drum Словения (октябрь 2009)
3. Презентация фестиваля в Западной Европе (в программе фестиваля Ad Meribel festival Франция (декабрь 2009)
4. Продвижение фестиваля в регионах России (Санкт-Петербург, Новосибирск, Томск, Екатеринбург, Нижний Новгород).
5. Продвижение фестиваля в странах СНГ (Украина, Белорусия, Молдавия, Казахстан)



АКТУАЛЬНОСТЬ RED APPLE

ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2009

Динамично развивающаяся индустрия рекламы и маркетинговых коммуникаций, имеющая огромное влияние как на рекламодателей, так и на средства массовой информации, сама являющейся серьезной частью коммуникационного пространства, объединяющая десятки тысяч современных, динамичных, творческих людей как целевая аудитория для популяризации российских брендов является одной из самых важных. Хотелось бы отметить тот факт, что российская рекламная индустрия вносит свой большой вклад в формирование положительного имиджа России.

Red Apple ключевое и единственное индустриальное мероприятие в России международного уровня в области рекламы и маркетинговых коммуникаций. Ежегодно в фестивале участвуют более 5000 тысяч человек из 30 стран мира. Информационный охват деятельности фестиваля исчисляется десятками миллионов человек.

Red Apple имеет государственную поддержку Правительства Москвы и в 2007 году стал одним из важнейших событий Всемирного рекламного форума, организованного Правительством Москвы.



АКТУАЛЬНОСТЬ RED APPLE ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2009

Red Apple поддерживают ключевые индустриальные объединения Ассоциация коммуникационных агентств России и Международная Рекламная ассоциация (IAA) и в 2008 году фестиваль стал центральной площадкой празднования 130-летия российской рекламы, а в 2010 году одним из ключевых партнеров Международного Рекламного Конгресса IAA в Москве (проведение которого в Москве в упорной борьбе выиграла российская индустрия).

Red Apple как площадка идеально подходит для генерации и поддержания интереса у рекламодателей и рекламных агентств к существующим брендам и актуализации создаваемым и использованию символики различных брендов в маркетинговых целях при продвижении своей продукции.

Red Apple – мероприятие, контент которого очень близок контенту хорошей маркетинговой стратегии – это состязание где побеждают лучшие.

Red Apple не является разовым мероприятием, фестиваль осуществляет различные коммуникационные проекты в течении всего года и готов разработать индивидуальные программы в рамках фестиваля для продвижения партнерских брендов исходя из более детального изучения целей и задач компаний - партнеров.

Информационными партнерами Red Apple традиционно выступают все ведущие профессиональные и деловые СМИ.

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА RED APPLE



АКТУАЛЬНОСТЬ RED APPLE ДЛЯ ПАРТНЕРОВ ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2009

Оптимизация выбора

Аудитория фестивалей рекламы традиционно делится на две части: рекламодатели и рекламисты. Для рекламодателей участие в мероприятии – это возможность выбрать создателей для своего рекламного продукта. Ведь именно качественная реклама запоминается потребителю и является наиболее эффективной. Компании, желающей добиться успеха в рыночном продвижении своих товаров и услуг, остается лишь определить, кто способен создавать такую рекламу, и обратиться к услугам этой организации.

Поддержка высоких стандартов

Поддержка профессиональных мероприятий в любой сфере – это большая ответственность. Спонсируя рекламный фестиваль, компания берет на себя обязательство поддерживать в рекламе самые высокие стандарты. С другой стороны, сам факт спонсорства той или иной компанией подобных мероприятий выделяет ее на фоне остальных, создает ей имидж профессионально работающей на современном рынке, добавляет стоимости в нематериальный актив бренда.



АКТУАЛЬНОСТЬ RED APPLE ДЛЯ ПАРТНЕРОВ ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2009

Продвижение бренда

Благодаря широкой рекламной кампании фестиваля с использованием различных медианосителей Партнер и его социальная инициатива будут широко представлены массовому потребителю. Кроме того, Организаторы фестиваля располагают большим потенциалом для того, чтобы ярко представить аудитории своих партнеров как в рекламной кампании до фестиваля, так и на самом мероприятии. Используя все имеющиеся в наличии инструменты рекламы, маркетинга и эвента, организаторы фестиваля имеют возможность для проведения целой серии промо-мероприятий, объединенных единым сценарно-постановочным планом и логически увязанных в одно масштабное и зрелищное событие. Все это позволяет создать цельный образ спонсора (Партнера) фестиваля и подчеркнуть его высокий статус.



АКТУАЛЬНОСТЬ RED APPLE ДЛЯ ПАРТНЕРОВ ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2009

Сформировать лояльность

Фестиваль рекламы сам по себе является рекламой для тех компаний, которые принимают участие в его поддержке. В качестве целевой аудитории такой рекламы выступают директора и руководители служб маркетинга крупных предприятий, способные влиять на принятие ключевых решений и формировать такие решения. Кроме того, массовый потребитель, проявляя к рекламе в СМИ особый интерес, сумеет по достоинству оценить социальную значимость инициативы Партнера по поддержке фестиваля. Дополнительным преимуществом является возможность нестандартных форм продвижения брендов, формируя их лояльность в долгосрочной перспективе.



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2009

Преимущества рекламной кампании Red Apple

Рекламная кампания фестиваля проходит в течение 9 месяцев и может быть разделена на 3 этапа

Январь – март

Апрель – июнь

Июль – сентябрь

По итогам фестиваля аккредитованные СМИ и информационные партнеры фестиваля готовят материалы, которые выходят с октября по декабрь. Таким образом фактическая кампания длится в течение года.

Рекламные предложения для партнеров разделены на пакеты различной стоимости и протяженности по времени, что позволяет дифференцировано получать спонсорские взносы.



СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

Стоимость спонсорских пакетов:

Генеральный партнер фестиваля 100 000 евро

Официальный партнер фестиваля 50 000 евро

Партнер Церемонии Награждения 25 000 евро

Спонсор after-party фестиваля 25 000 евро

Партнер фестиваля 10 000 евро



ВОЗМОЖНЫЕ ФОРМЫ УЧАСТИЯ И СТОИМОСТЬ

- **Участие в качестве экспонента на выставке**

Регистрационный взнос - 300 евро (по курсу ЦБ)

Обязательный платеж, включающий участие в официальном каталоге выставки, изготовление пропусков участников, информационное обеспечение, участие в официальных мероприятиях выставки, обеспечение билетами, 1 экземпляр каталога, 2 аккредитации на все мероприятия фестиваля.

Необорудованная экспозиционная площадь

Минимальный размер стенда - 4 кв. м.

Стоимость 1 кв.м. - **200 евро** (по курсу ЦБ)

Оборудованная экспозиционная площадь (стандартный стенд)

Минимальный размер стенда - 4 кв.м.

Стоимость 1 кв.м. - **250 евро** (по курсу ЦБ)

- **Заочное участие в выставке**

Компании могут участвовать в выставке заочно путем публикации рекламных материалов в каталоге выставки,

и/или с использованием промоутеров в течение 3 –х дней выставки.

Стоимость цветной полосы А4 - **500 евро** (по курсу ЦБ)



ВОЗМОЖНЫЕ ФОРМЫ УЧАСТИЯ И СТОИМОСТЬ

- Участие в научной программе фестиваля

Организация собственного семинара или презентации - 1000 евро (зал 150 человек) или 2000 евро (зал 300 человек)

Обязательный платеж, включающий аренду зала и оборудования в течение 1,5 часов, участие в официальном каталоге фестиваля, промо мероприятия в СМИ, информация в официальном пресс-релизе по семинару (рассылки mail.ru), изготовление пропусков участников, информационное обеспечение, участие в официальных мероприятиях фестиваля – 2 аккредитации, обеспечение билетами (10 билетов), 1 экземпляр каталога.

- **Участие в качестве спикера в научной программе - 500 евро**

- **Блиц презентация на оборудованном стенде фестиваля - 500 евро.**

Обязательный платеж, включающий презентационное оборудование, анонсы во время фестиваля. Продолжительность от 15 до 30 мин. Для презентации достаточно иметь носитель с презентацией и гарантийное письмо об оплате после фестиваля

- Участие в конкурсной программе фестиваля

Подача работ на конкурсы для оценки международного жюри в 12 конкурсах
Стоимости участия в конкурсах на сайте www.festival.ru

- Участие в полной программе фестиваля и выставки в качестве зрителя

Аккредитация на все мероприятия - 250 евро (по курсу ЦБ) за одного человека



подробности на
www.festival.ru



МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА RED APPLE