

**Д. Р. Кононов, Е. Ю. Костоломова**

*Научные руководители — доктор экономических наук К. И. Голубев,*

*магистр экономических наук Е. В. Кудасова*

*БГЭУ (Минск)*

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ИНСТРУМЕНТА PRODUCT PLACEMENT В ФИЛЬМАХ И СЕРИАЛАХ**

Если переводить фразу «product placement» дословно, то она переводится как «размещение продукта/товара/продукции».

Делается это совершенно не просто так, чтобы забить площадку ненужным реквизитом или показать статус героя, а потому что продакт плейсмент — это разновидность рекламы, которая очень позитивно работает, особенно на и так известных компаниях.

Довольно популярный прием такой скрытой рекламы, это когда герои, используя какой-то реквизит, довольно активно, но при этом ненавязчиво, «светят» его в своих фильмах, в клипах музыкальных или телевизионных передачах. Само собой, что этот реквизит или представляет конкретный товар, или показывается логотип бренда, который его изобрел и продает.

Виды Product Placement-а:

1) визуальный: зрителю демонстрируют сам товар или логотип бренда (наиболее распространенный product placement вид). Классическим примером визуального продакт-плейсмента являются фильмы о Джеймсе Бонде. В 1962 г. на экраны вышел первый фильм об агенте британской разведки. У его часов есть имя — Rolex или Omega. Автомобиль — это, конечно, Aston Martin. Рубашки — Turnbull & Asser. Бренды тратят миллионы долларов на короткое появление в очередном фильме об агенте;

2) вербальный: о товаре или бренде рассказывает герой фильма или комментатор (популярный вид рекламы в обзорах и распаковках блогеров на Youtube). Показательным случаем применения вербального продакт-плейсмента служит реплика Форреста Гампа из одноименного фильма после посещения Белого дома : «Самое лучшее во время встречи с президентом было то, что можно было пить Dr. Pepper столько, сколько хочется!»;

3) игровой (динамический): бренд или товар обыгрывается персонажами. При этом они могут либо просто парадировать товар, либо быть одеты в костюмы, которые его имитируют. Иллюстрацией игрового продакт-плейсмента является одна из серий мультсериала «Рик и Морти». В одной из серий «Рика и Морти» поиски сычуаньского соуса, который выпускался ограниченной партией компанией McDonald's в 1998 г., называются главной причиной путеше-

вий ученого Рика по параллельным вселенным. После премьеры серии в компанию от фанатов мультсериала поступило настолько огромное число требований вернуть в продажу соус, что ей пришлось согласиться и на 1 день возобновить продажу в США.

Рассмотрим Product-placement на белорусском рынке фильмов. Один из первых белорусских проектов с использованием PR — это 4-х серийный телевизионный фильм «Краповый берет» 2008 г. В фильме в качестве продвигаемого товара выступал армянский коньяк. Эксклюзивные права на Product Placement в фильме принадлежат компании A.I.D.A Pioneer. Существует ряд случаев, доказывающих эффективность продакт-плейсмента и его положительное влияние на продажи рекламируемого товара:

- спрос на модель солнечных очков aviator компании Ray-Ban, которую продемонстрировал Том Круз в фильме «Тор Гун» («Лучший стрелок»), чуть больше чем за полгода вырос на 40 %;
- продажи водки Nemiroff, по неофициальным данным, увеличились вчетверо после появления марки в четырех российских сериалах, в том числе в «Ментовских войнах»;
- спрос на телефоны Nokia 8110 и Nokia 7110 увеличился в разы после выхода «Матрицы».

По итогу исследования мы выяснили, что большинство респондентов замечают рекламируемые бренды и даже считают продакт-плейсмент эффективным инструментом для продвижения товаров, однако не у всех возникает желание приобрести рекламируемый продукт. Лишь 24 % опрошенных отметили, что приобретали товар после подобной рекламы.

Следует отметить, что скрытая реклама никак не заменяет традиционной рекламы, а только дополняет ее, показывает достоинства товара в конкретных условиях и конкретной ситуации. Поэтому не стоит отказываться от размещения рекламы на телевидении в пользу product placement — эти два инструмента должны использоваться совместно. В настоящее время продолжается изучение такого явления, как продакт-плейсмент, а также находятся новые способы воздействия на потребителя.

Специалисты высокой квалификации способны обеспечить максимально эффективный Product Placement в сериалах и фильмах.

Далее представлены методы их работы:

- определение и анализ целевой аудитории;
- выбор подходящего для product placement сериала или фильма;
- участие в разработке эпизода, в котором будет участвовать товар;
- прогноз эффективности product placement.

## Источники

1. История Product Placement [Электронный ресурс] // Marketing.vuzlib.su. Библиотека маркетолога. — Режим доступа: [https://www.marketing.vuzlib.su/book\\_o011\\_page\\_4.html](https://www.marketing.vuzlib.su/book_o011_page_4.html). — Дата доступа: 03.04.2020.
2. 10 примеров скрытой рекламы в кино, когда так и хочется сказать создателям: «Упс, ребята, заметно!» [Электронный ресурс] // AdMe. — Режим доступа: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-kino/10-primerov-skrytoj-reklamy-v-kino-kogda-tak-i-hochetsya-skazat-sozdate-lyam-ups-rebyata-zametno-1841165/>. — Дата доступа: 05.02.2020.
3. Мелькнуть в кадре: продакт-плейсмент от немого кино до VR [Электронный ресурс] // АДВ. — Режим доступа: [https://advgroup.ru/journal/product\\_placement\\_history](https://advgroup.ru/journal/product_placement_history). — Дата доступа: 03.04.2020.
4. Продакт-плейсмент: 9 примеров + фишки внедрения [Электронный ресурс] // In-scale. — Режим доступа: <https://in-scale.ru/blog/prodakt-plejsment-primery-reklamy-v-kino-kli-rah-i-igrah>. — Дата доступа: 03.02.2020.
5. 16 примеров продакт-плейсмента в кино [Электронный ресурс] // Movavi. — Режим доступа: <https://movavi.io/ru/product-placement-in-movies/>. — Дата доступа: 23.03.2020.
6. Продакт-плейсмент [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Продакт-плейсмент>. — Дата доступа: 23.03.2020.