



ОХВАТ

9 209 950

РАДИО:
450 000
ежедневно

ИНТЕРНЕТ/
СОЦСЕТИ:
5 904 111*

СМИ:
137 000*

ТВ:
2 100 000**

НАРУЖНАЯ
РЕКЛАМА:
618 839***

*По данным сервиса Медиалогия

**По данным ТРК «Краснодар». Выход сюжета 14.06.2024

***По данным ТРЦ «Галерея Краснодар»

АУДИТОРИЯ

Зрителей офлайн
4 - 5 мая - **5371 человека.**

 – **60%**

 – **40%**

18-24 лет - **23,7%**

25-35 лет - **49,9%**

35-50 лет - **26,4%**

65% общего объема
аудитории - семьи с детьми.

87% зрителей имеют доход
свыше 80 000Р ежемесячно.

ИНТЕРЕСЫ



АВТО/МОТО



КИНО



СПОРТ



ИГРЫ



КУЛЬТУРА
И ИСКУССТВО



СЕМЬЯ
И ДЕТИ

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Дрифт-юг Matsuri — крупнейший южный дрифтовый фестиваль с 15-летней историей.

Охват майского Дрифт-Юг Matsuri — **9 млн.**

Участники фестиваля: профессиональные спортсмены, блогеры, селебрити и начинающие дрифтеры.

50+ пилотов на каждом мероприятии.

География спортсменов и зрителей: от Севастополя до Южно-Сахалинска, от Санкт-Петербурга до Махачкалы.



РЕКЛАМНЫЕ ПОВЕРХНОСТИ



- ВХОДНЫЕ ЗОНЫ
- ЗОНА РАЗМЕЩЕНИЯ
ФЛАГОВ
- ЗОНА РАЗМЕЩЕНИЯ
БАННЕРОВ
- ЗОНА РАЗМЕЩЕНИЯ
ПАРТНЕРСКИХ ПЛОЩАДОК
- СПОРТИВН
-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ
ЗОНЫ, ДОСТУПНЫЕ
ДЛЯ БРЕНДИРОВАНИЯ



ПРИМЕР ПОВЕРХНОСТЕЙ



Основа брендинга фестиваля: баннера, флаги и партнерские наклейки на автомобилях

ИНТЕГРАЦИЯ



В рамках интеграции компании SINTEC Group были реализованы следующие партнерские возможности:

В дни фестиваля на площадке проведения размещены рекламные продукты с изображением логотипа бренда:

• 10 баннеров • 10 флагов • 30 бочек • 100 наклеек на автомобилях участников

Логотип партнера размещен на афише фестиваля и в наружной рекламе, в зоне кассы, зоне награждения и на въезде на карте активностей фестиваля. По заказу партнера произведена фотосъемка продукта Sintec с привязкой к мероприятию.



ИНТЕГРАЦИЯ *HABILEAD*

В рамках интеграции бренда HABILEAD были реализованы следующие партнерские возможности:

В дни фестиваля на площадке проведения размещены рекламные продукты с изображением логотипа бренда:

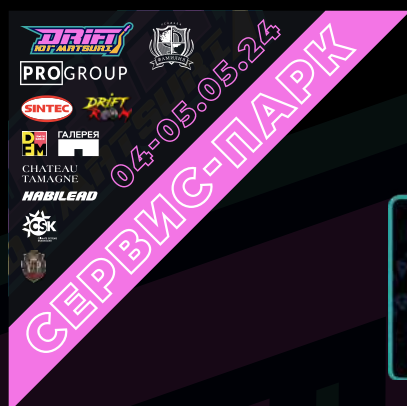
• 4 баннера • 6 флагов • 55 наклеек на автомобилях участников

Логотип партнера размещен на афише в наружной рекламе, в зоне награждения и на въезде на карте активностей фестиваля. Вручены подарки от партнера для победителей фестиваля.



ПОЛИГРАФИЯ

Наклейки Дрифт-Юг Matsuri / Наклейки тех-ком / Афиша / Бейджи / Наклейки сервис-парк / И т.д.



**КРЕАТИВИМ
В АВТОСПОРТЕ**

PROGROUP
WWW.PROGROUP.AGENCY



**ОХЛАДИМ ПО ПОЛНОЙ
@CSKRD.RU**



ФОТООТЧЁТЫ



Официальный фотоотчет
Марк Шишкин

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Рекламная кампания майского фестиваля развернулась в онлайн и офлайн, а именно: таргетированная и контекстная реклама, реклама на радио DFM, раздача листовок, размещение афиши фестиваля на экранах ТРЦ Галерея Краснодар, включая фасады, и интеграция фестиваля в дружественные мероприятия - Racing 300+ и Лестница в Небо.



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

ТРЦ Галерея Краснодар — информационный партнер мероприятия Дрифт-Юг Matsuri.

В апреле и мае экраны ТРЦ транслировали рекламную афишу мероприятия. **Суммарный охват посетителей — 618 839 человек**

ГАЛЕРЕЯ



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

2 мая в прайм-тайм в эфир радио DFM вышел директор Дрифт-Юг Matsuri, Роман Бражников.

Общее количество слушателей — **450 000 человек**, разыграны билеты на 4-5 мая.

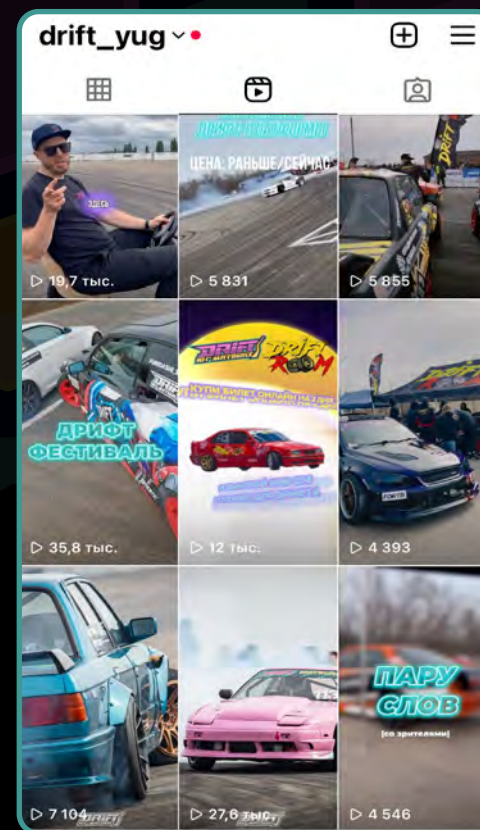
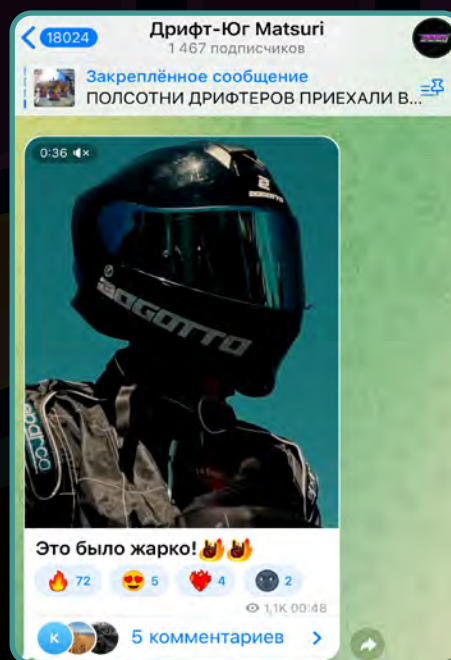
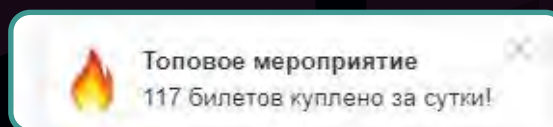
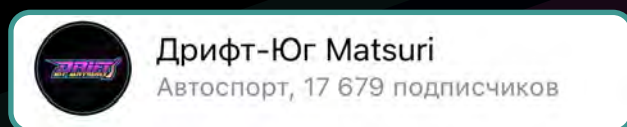
С 1 апреля в ротации радиостанции звучал ролик мероприятия, за период с 1 апреля по 3 мая радиостанция DFM разыграла **10 пригласительных билетов** на фестиваль в прямых эфирах.



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Рекламная кампания в онлайн-среде охватила социальные сети ВКонтакте, Телеграм и Инстаграм, а также Яндекс Директ.

Максимальный единовременный охват публикации **ВКонтакте** — **69 000 человек**, **Инстаграм** — **35 800**, **Телеграм** — **1100**. Результат рекламной кампании — **ежедневно на фестиваль покупается более 100 билетов**.



ПРОМО НА ЭТАПЕ

Интеграция партнеров



Церемония награждения



Батут для детей



Дрифт-такси



Продажа мерча



Симрейсинг



ПРОМО НА ЭТАПЕ

Розыгрыш дрифтового автомобиля BMW E36

В качестве стимулирующего промо-мероприятия в рамках майского фестиваля проведен розыгрыш дрифтового автомобиля от команды DRIFT ROOM. По условиям розыгрыша для участия зрителю нужно было приобрести билет на 2 дня любой из категорий: входной или на трибуны.

Всего в розыгрыше приняли участие 536 билетов. Автомобиль выиграла зрительница из Краснодара, Анастасия Вдовина, впервые посетившая фестиваль Дрифт-Юг Matsuri.



ПРИЗЁРЫ

На церемонии награждения победителям вручены кубки и подарки от партнера Шато-Тамань, Habilead, Усадьба Фамилия и Rigged, подарки от Шато-Тамань также вручили всем участникам мероприятия.

ЛИЧНЫЙ ЗАЧЁТ:

1 место — Иван Литвин, Сочи

2 место — Константин Лебедев, Севастополь

3 место — Олег Пуненков, Ростов-на-Дону

Победитель квалификации - Роман Пронин

КОМАНДНЫЙ ЗАЧЕТ

1 место — Kinforest Tyre, 279 баллов.

2 место — DRIFT ROOM, 255 баллов

3 место — White Drift, 160 баллов



PROGROUP



СХЕМА ПЛОЩАДКИ

- ФСБ БЛОКИ
- ЗАБОР
- ТРИБУНЫ
- ЗРИТЕЛЬСКАЯ ЗОНА
- ДВИЖЕНИЕ ЗРИТЕЛЕЙ ЗАПРЕЩЕНО
- ДВИЖЕНИЕ ГОСТЕЙ
- ПОСТ ОХРАНЫ
- МАРШАЛЫ СПОРТИВНЫЕ



БЛАГОДАРНОСТЬ ПАРТНЁРАМ

PROGROUP



ТЕРЕК
РАДИО



CHATEAU
TAMAGNE

HABILEAD

SOMANY
HORSES
www.somanyhorses.ru

ГАЛЕРЕЯ



ЛЕСТНИЦА
в недо

PROGROUP

МЫ ОТКРЫТЫ ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА



ПОДРОБНОЕ
КОММЕРЧЕСКОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

По вопросам партнерских интеграций

Бражников Роман

Директор

8 (960) 477-11-44

DRIFT-YUG.RU