

PROGROUP



МЕДИАОТЧЕТ // 23-24.08.2024



DRIFT RACING MATSURI

ОХВАТ

12 215 363

РАДИО:
450 000
ЕЖЕДНЕВНО*

ИНТЕРНЕТ/
СОЦСЕТИ:
7 162 307**

СМИ:
597 700**

ТВ:
2 100 000***

НАРУЖНАЯ
РЕКЛАМА:
1 905 356***

*По данным радио DFM 106.0 ***По данным ТРК «Кубань24».

По данным сервиса Медиалогия **По данным партнёров

АУДИТОРИЯ

Зрителей офлайн
23-24 августа 2024 года
- **3 689 человек.**

 - **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 августовского Дрифт-Юг Matsuri — **12 млн.**

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

50+ пилотов на каждом мероприятии.

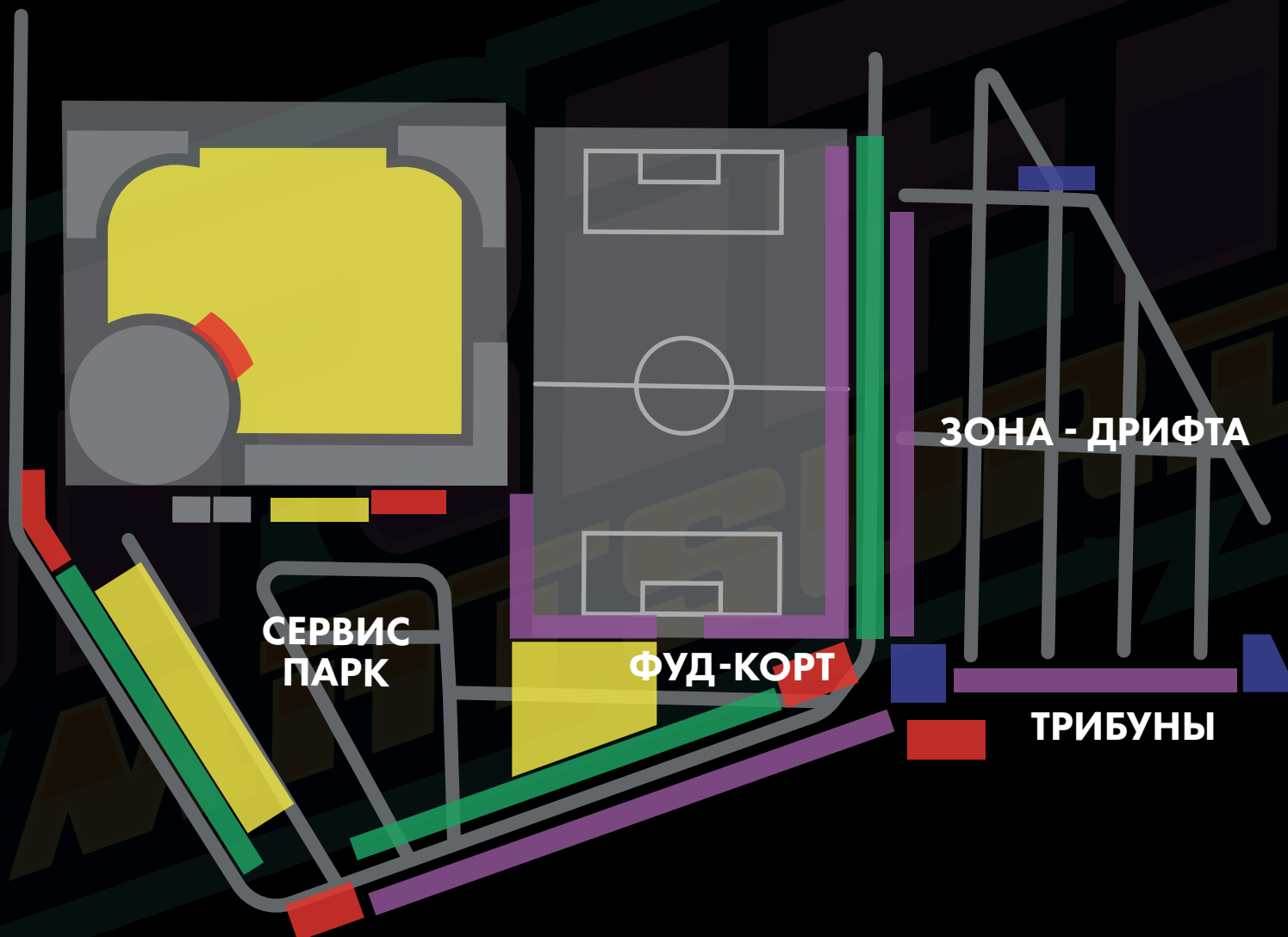
География спортсменов и зрителей: от Севастополя до Южно-Сахалинска, от Санкт-Петербурга до Махачкалы.



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 были реализованы следующие партнерские возможности пакета Информационный партнер:

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

4 промо-модели • 10 флагов

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.



ИНТЕГРАЦИЯ (ПРИМЕРЫ)

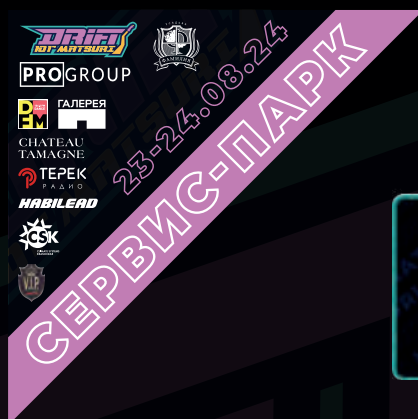
В рамках интеграций реализуются различные партнерские возможности в зависимости от бренда и условий сотрудничества

В дни фестиваля на площадке проведения размещаются рекламные продукты с изображением логотипа бренда и задействуются поверхности под размещение логотипов в ключевых локациях



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



Официальный фотоотчет
Александр Хрипушин



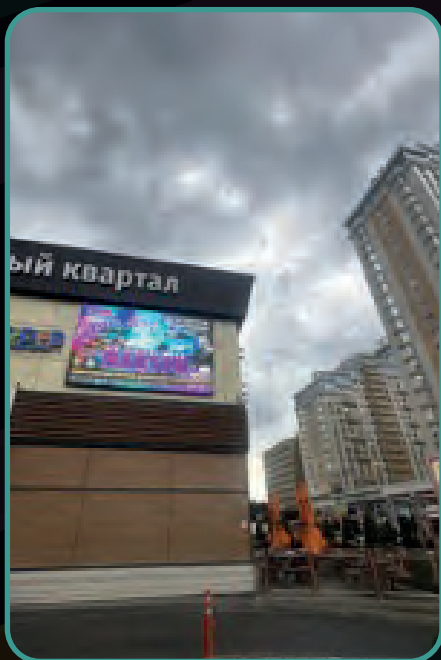
Официальный фотоотчет
Марк Шишкин



Официальный фотоотчет
Александр Хрипушин

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Рекламная кампания августовского 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», ТРЦ «Центр Города», афиши в лифтах элитных многоквартирных домов, включая фасады и интеграции фестиваля в дружественные мероприятия



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

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

В апреле и мае экраны ТРЦ транслировали рекламную афишу мероприятия. **Суммарный охват посетителей — 805 839 человек**

Общий охват на всех площадках с наружной рекламой — **1 905 356 человек**

ГАЛЕРЕЯ



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

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

Общее количество слушателей — 450 000 человек, разыграны билеты на 23-24 августа.

С 15 июля в ротации радиостанции звучал ролик мероприятия, за период с 15 июля по 22 августа радиостанция DFM разыграла 10 пригласительных билетов на фестиваль в прямых эфирах.



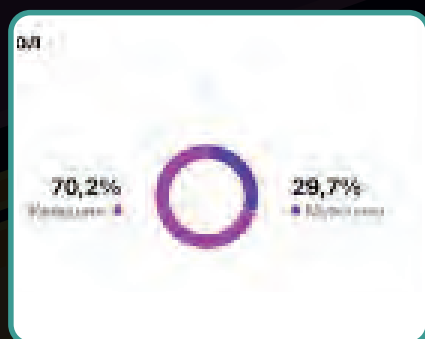
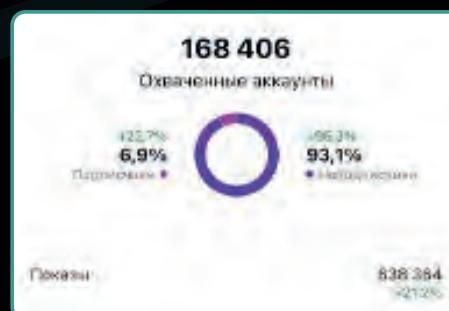
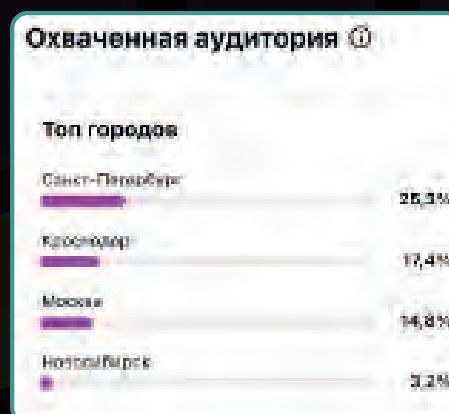
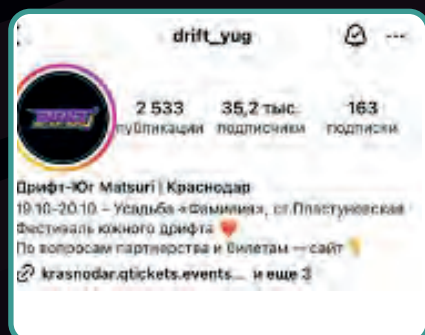
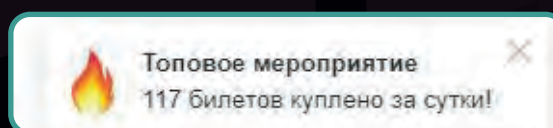
РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Рекламная кампания в онлайне охватила социальные сети Вконтакте, Телеграм и Инстаграм, а также Яндекс Директ.

Количество просмотров за период подготовки и проведения мероприятия:

Вконтакте — **71 000** (единовременная статистика публикации), Инстаграм — **638 364** (показы за период),

Телеграм — **1000+** (просмотров на публикацию). Результат рекламной кампании — **ежедневно на фестиваль покупается более 100 билетов.**



ПРОМО НА ЭТАПЕ

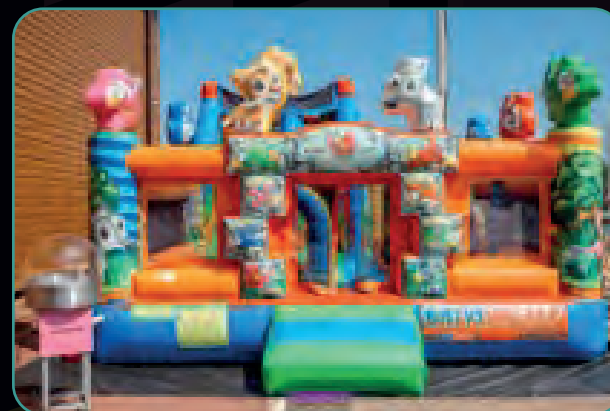
Интеграция партнеров



Церемония награждения



Батут для детей



Дрифт-такси



Продажа мерча



Промо-продукция партнеров



ПРОМО НА ЭТАПЕ

Черлидинг



Парад пилотов



Шоу-открытие ночной гонки



Open-Air



Отдел пропаганды УГИБДД



Подарки от партнеров



ПРИЗЁРЫ

На церемонии награждения победителям вручены кубки и подарки от партнеров «Шато-Тамань», Nabilead, «Усадьба Фамилия» и QC Oil, подарки от Шато-Тамань также вручили всем участникам мероприятия.

ЛИЧНЫЙ ЗАЧЁТ:

1 место — Олег Пуненков, Ростов-на-Дону

2 место — Максим Скорняков, Сочи

3 место — Илья Мардиросянц, Севастополь

Победитель квалификации – Иван Литвин, Сочи

КОМАНДНЫЙ ЗАЧЕТ

1 место — Kinforest Tyre, 197 баллов

2 место — Drift Arena, 193 баллов



PROGROUP



СХЕМА ПЛОЩАДКИ

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



БЛАГОДАРНОСТЬ ПАРТНЁРАМ



CHATEAU
TAMAGNE

HABILEAD



PROGROUP

МЫ ОТКРЫТЫ ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА



ПОДРОБНОЕ
КОММЕРЧЕСКОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

По вопросам партнерских интеграций

Бражников Роман

Директор

8 (960) 477-11-44

DRIFT-YUG.RU