RIVER SCREEN

EST. 2016

# *Проект рекламного флота RIVER SCREEN*

RIVER SCREEN
EST. 2016

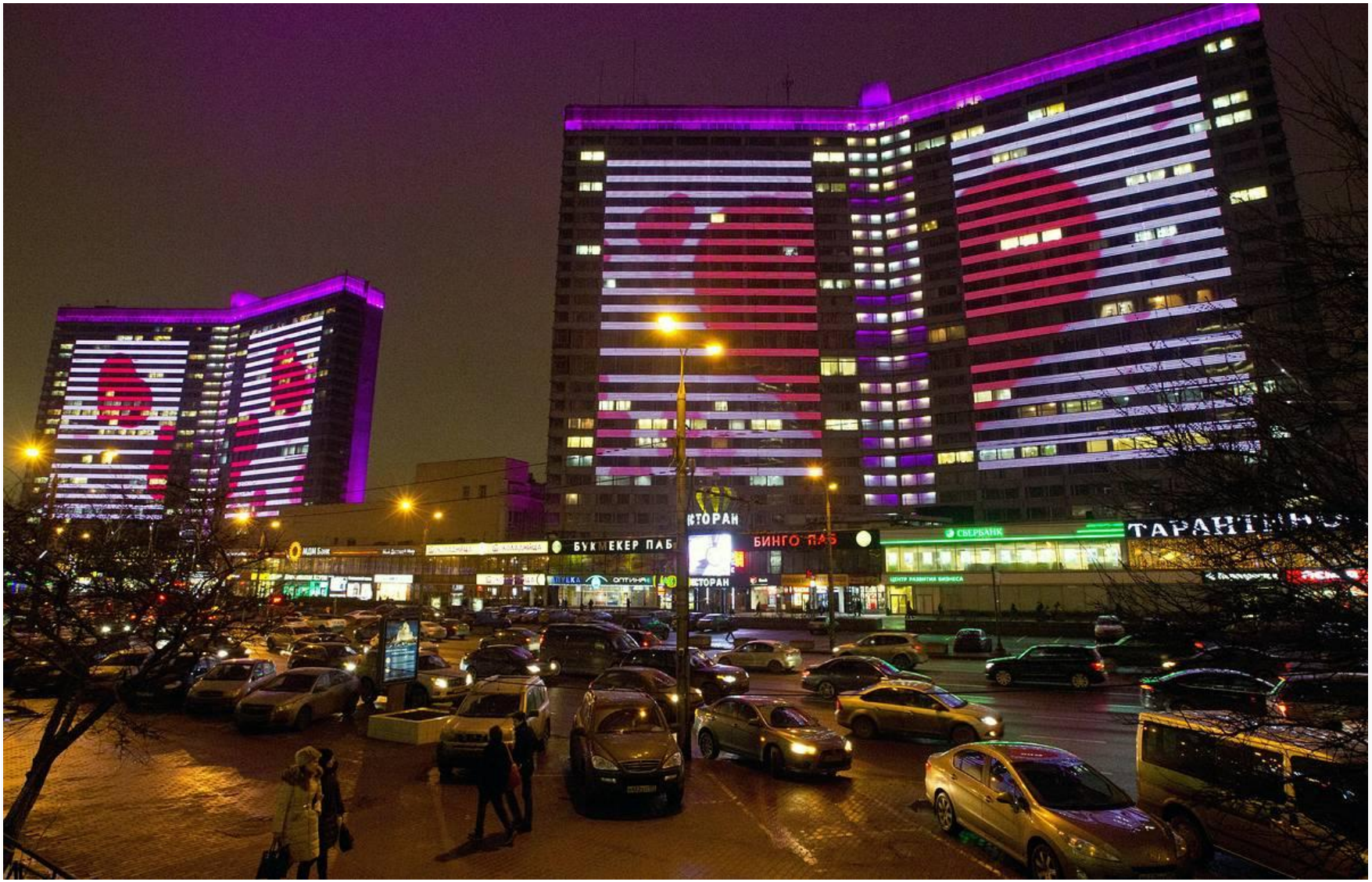
## ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕДИАФАСАДОВ

Медиафасад — это один из рекламных форматов. У них просто огромный охват. Как правило, они размещаются там, где самый высокий трафик в городе. Сотни тысяч людей каждый день будут проезжать и проходить мимо конструкции и она будет притягивать взгляды. Нет более «охватной» конструкции, чем медиафасад.

- Реклама на медиафасадах воспринимается очень «важной», «грандиозной». Если компания заказала рекламу на медиафасаде, значит, это стоящий продукт и большой бренд. Так работает наша психика и этим можно пользоваться. С маркетинговой точки зрения, это повышение лояльности — укрепление доверия к бренду, создание вокруг него положительного инфополя.
- Реклама на медиафасадах эффективна.
- Первый недостаток  для клиентов— это стоимость. Как правило, она очень высокая по сравнению с остальными конструкциями. Медиафасад потребляет много электричества и в случае ремонта тоже требует больших затрат. Чтобы окупить их, нам приходится выставлять стоимость, которая выше средних билбордов. Для малого и среднего бизнеса выгоднее арендовать несколько билбордов или конструкций небольшого формата, чем брать один фасад.
- На медиафасады выстраивается очередь из крупных федеральных брендов. Иногда приходится ждать своей очереди, когда кто-то из них снимется с размещения на следующий месяц, чтобы встать в медиаплан (*ремарка* Р/А).
- **Увеличение продаж**: Размещение рекламы на медиафасадах увеличивает объемы продаж на 40%
- **Привлечение внимания**: медиафасад – 100% привлечения внимания. Медиафасады – одна из самых привлекательных, грандиозных и масштабных рекламных конструкций. Яркость, размеры и производимые эффекты просто потрясают.

- **Узнаваемость бренда**: 100% о вас узнают. Можно размещать рекламные ролики, делая бренд компании более известным и узнаваемым.
- **Высокая производительность**: медиафасады очень производительны. Они не ломаются. Следовательно, рекламный ролик будет транслироваться круглосуточно.
- **Большие габариты**: медиафасады, обладающие большими габаритами делают рекламный ролик видимым сотням тысяч людей.

Таймс-**сквер** в **Нью-Йорке(сейчас)**


БУКМЕКЕР ПАБ
БИНГО ПАБ
СБЕРБАНК

**Новый Арбат(сейчас)**

**НОВЫЙ АРБАТ В БУДУЩЕМ** (возможно)

## ПРЕИМУЩЕСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ

- **Постоянная трансляция рекламы**: рекламный ролик не прерывается, транслируется постоянно
- **Круглосуточная трансляция**: рекламное сообщение транслируется 24(внашем случае 14 часа в сутки).
- **Выход на целевую аудиторию**: ваша реклама сможет охватить широкий круг потенциальных покупателей
- **Выгодное решение имиджевых вопросов**: размещение рекламы на медиафасадах - это прекрасное решение для увеличение имиджа компании
- **100% окупаемость**: все затраченные средства окупаются быстро и многократно
- **Возможность размещения целых рекламных кампаний**: вы сможете запустить сразу несколько рекламных роликов, объединенных одним смысловым рядом
- **Эффективный способ рекламировать новый продукт**: запускаете новую линейку продуктов - выбирайте медиафасад. Точно увидят!

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ НА МЕДИАФАСАДАХ

Эффективность в наружной рекламе рассчитывается по двум показателям: GRP и OTS. Они менее точные, чем показатели интернет-рекламы, но уже дают представление о том, насколько эффективно вы будете тратить свой бюджет. Что означают эти показатели:

- Gross Rating Point, GRP. Этот показатель означает соотношение общей аудитории города и дееспособной аудитории, которая потенциально может увидеть билборд. Зависит от местоположения и характеристик района. В спальных районах он ниже, в деловом центре выше.
- Opportunity to see, OTS. Это общее количество просмотров поверхности, в том числе и повторных. Он зависит только от трафика в заданной точке города. На шестиполосной дороге с развязками или на вечно забитом перекрестке он будет выше, чем в промзоне.
- Пример расчета эффективности
- Как оперировать показателями, чтобы было понятно, во что вы вкладываете деньги? Если вы ищете медиафасад для максимального охвата, выбирайте тот, у которого выше OTS. Если он равен 225,20, то в день его видят в среднем 225 200 человек. Разделив стоимость размещения на этот показатель, вы получите стоимость одного контакта. В охватных кампаниях у наружной рекламы самая низкая стоимость контакта.

GRP поможет определиться, нужна ли вам поверхность. Скажем, вы показываете рекламу фильма с рейтингом 18+. Вас интересует только взрослая аудитория. Тогда вы подбираете тот фасад, у которого выше GRP, чтобы не платить за тех, кому неинтересен ваш фильм. И наоборот, если среди вашей аудитории есть школьники и студенты, стоит подобрать поверхность с GRP пониже.

## ВЫГОДА ОТ МЕДИАФАСАДА

**Арендодателю или владельцу:**

**Месячная стоимость трансляции рекламы** варьируется от 25 000 рублей (на медиафасадах в регионах страны, если клиент занимает до 45 мин/сутки) до 70 млн. рублей в месяц (в Москве на Новом Арбате, на медиафасаде площадью 909 кв.м, если клиент занимает все эфирное время: 24 часа/сутки, 30 дней/месяц). При таких расценках и грамотном ведении бизнеса дело приносит неплохой доход. Чистая прибыль с одного светодиодного экрана или медиафасада составляет:

**ЧП=ПР − Рм − Рэ − ∑Рп − Ртех − Рз − Рн − Рао − Рф, где**

- ЧП — чистая прибыль,
- ПР — плата за аренду медиафасада рекламодателем,
- Рм — оплата аренды места под медиафасад,
- Рэ — оплата электричества,
- ∑Рп — сумма стоимости медиафасада, проектной документации, госпошлины за регистрацию дисплея и монтажа оборудования,
- Ртех — оплата технического обслуживания экрана,
- Рз — зарплата сотрудникам,
- Рн — оплата налогов,
- Рао — оплата аренды офиса,
- Рф — расходы на форс-мажорные обстоятельства (поломка оборудования и пр.).

Таким образом, с момента, когда экран достиг точки самоокупаемости, ∑Рп = 0.Он начнёт приносить прибыль.

Техобслуживание экрана качественного медиафасада производится 2 раза в год, т.е. стоимость обслуживания умножается на 2 и распределяется (делится) на 12 месяцев. Если медиафасад установлен на собственном здании, Рм = 0.

Рф — это резервирование средств из чистой прибыли на непредвиденные расходы.

Стоимость тарифов на электроэнергию (Рэ) различна в регионах России. Различается стоимость аренды места под медиафасад и аренды офиса. Данные параметры зависят от конкретного населенного пункта, района и здания. Стоимость техобслуживания экрана также различна в разных городах и компаниях, в том числе, зависит от места расположения медиафасада, его типа и размера.

Даже при минимальной стоимости аренды медиафасада от 25 000руб/мес с клиента (30 клиентов в день — полное заполнение рабочего времени – 24 часа/сутки ), чистая прибыль составляет 200 000-500 000 руб/мес.

При более высоких расценках доход может быть выше, даже с учетом более высокой платы за электроэнергию, аренду места под медиафасад и аренду офиса.

**Рекламодателю:**

Яркая, красочная, динамичная реклама на огромных наружных экранах всегда привлекает внимание. Хороший, грамотный рекламный ролик на экстерьерном медиафасаде способен увеличить продажи на 30-40%. Числовой эквивалент прибыли от рекламы на огромном LED дисплее высчитывают по формуле:

**Пр = Поб − Пос, где**

- Пр — прибыль от рекламы на медиафасаде,

- Поб — общая прибыль предприятия,
- Пос — прибыль без учета прибыли на медиафасад

## МАРКЕТИНГ

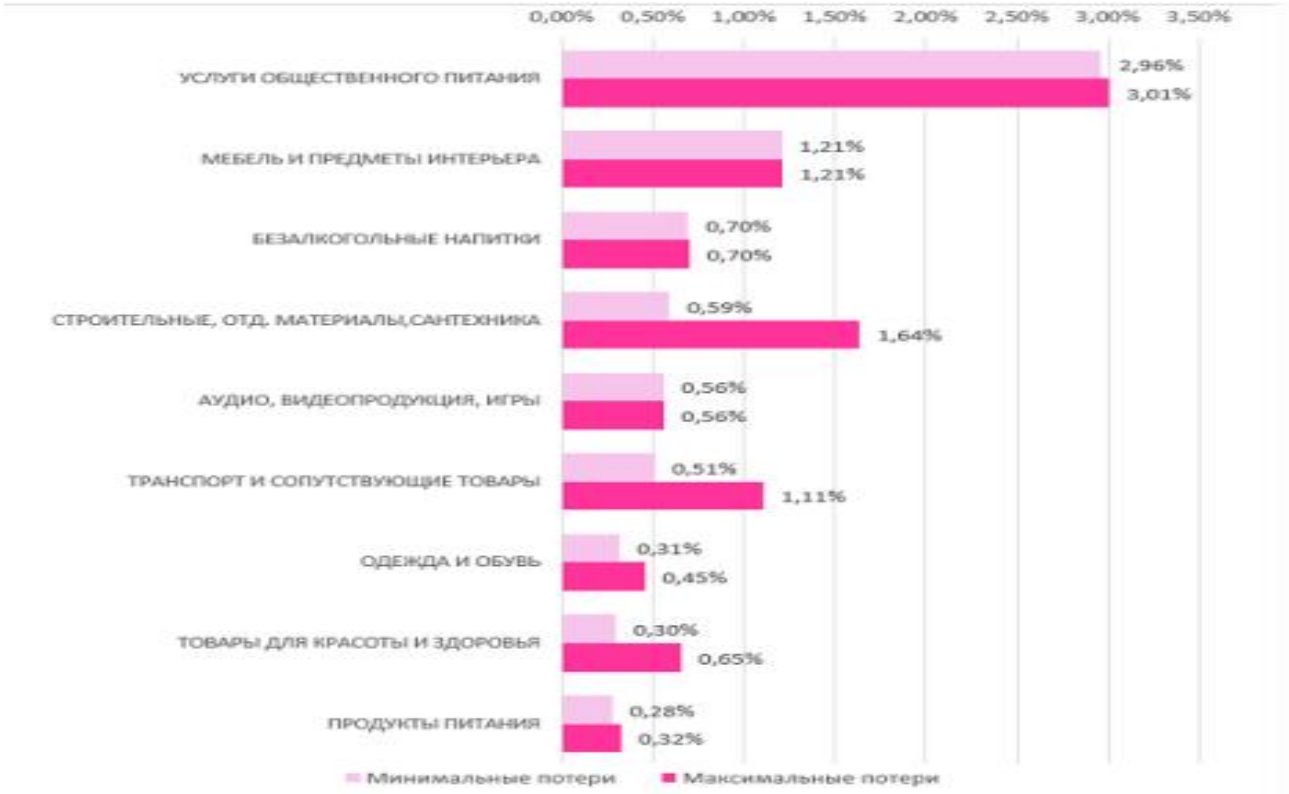
### Наружная реклама в 2022 году. Изменения рынка

AdIndex проанализировал бюджеты наружной рекламы в 2021 году и спрогнозировал изменения на 2022год. Пока самые существенные потери рынок испытывает от ухода McDonald's и IKEA. Объем рынка наружной рекламы в 2021 году составил 34,115 млрд рублей. Общий объем рынка Adindex рассчитал по собственной оценке стоимости размещений с использованием данных национального медиаизмерителя Mediascope и исследовательской компании Admetrix, которые фиксируют факты размещений в наружной рекламе в 50 городах. Минимально возможные* потери рассчитывались исходя из бюджетов компаний, на момент анализа официально объявивших об уходе с рынка. По оценкам AdIndex они составят 2,927 млрд рублей. Доля этих бюджетов на рынке наружной рекламы - 8,58%. Максимально возможные потери (при пессимистичном сценарии) оценивались исходя из рекламных бюджетов фирм, которые предположительно могут уйти с российского рынка, но пока не заявили об этом. Это компании стран, входящих в НАТО и Евросоюз, а также других регионов, активно выступающих против спецоперации.

В случае прекращения их деятельности рынок наружной рекламы сократится на 5,062 млрд рублей. Доля на рынке наружной рекламы бюджетов всех компаний - резидентов стран, выступивших против России в конфликте - 14,84%. В разбивке по отдельным сегментам маркетинга картина возможных потерь выглядит следующим образом. В случае минимальных потерь наибольшее влияние на рынок окажет сегмент услуг общественного питания (2,96%), где основные игроки - McDonald's (доля 57,05 в категории), Yum! Restaurants

International Russia (32,5%) и Burger King с долей 10,5%. На втором месте по весомости окажется категория мебели и предметов интерьера (доля 1,21%) со 100%-ным лидером IKEA. Третье место займет сегмент безалкогольных напитков, где доли почти поровну поделили Coca-Cola (53,4%) и Pepsi Co (46,6%).

Минимальные и максимальные возможные* потери бюджетов в наружной рекламе. Вклад категорий




Если потери окажутся максимальными, то на первом месте останется категория общепита (3,01%), на второе место выйдет сегмент «Строительные и отделочные материалы и сантехника», чья доля, в случае если к единственной пока ушедшей сети OBI присоединится LEROY MERLIN, составит 1,64%. «Мебель и предметы интерьера» в с экстремальном случае переместится на третье место. Можно отметить, что как при минимально, так

и при максимально возможных потерях вклад отдельных категорий в сегмент наружной рекламы редко превышает 2%.

## ВЕС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

Вес рекламодателей на рынке наружной рекламы**

| КАТЕГОРИЯ/РЕКЛАМОДАТЕЛЬ | ВЕС НА РЫНКЕ | ВЕС РЕКЛАМОДАТЕЛЯ В КАТЕГОРИИ |
|---|---|---|
| **УСЛУГИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ** | 2,96% | |
| MCDONALD'S | 1,69% | 56,97% |
| YUM! RESTAURANTS INTERNATIONAL RUSSIA | 0,96% | 32,47% |
| БУРГЕР КИНГ | 0,31% | 10,53% |
| STARBUCKS | 0,00% | 0,03% |
| **МЕБЕЛЬ И ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА** | 1,21% | |
| IKEA | 1,21% | 100,00% |
| **БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ** | 0,70% | |
| COCA-COLA | 0,37% | 53,38% |
| PEPSI CO | 0,32% | 46,62% |
| **СТРОИТЕЛЬНЫЕ, ОТД. МАТЕРИАЛЫ,САНТЕХНИКА** | 0,59% | |
| OBI | 0,59% | 100,00% |
| **АУДИО, ВИДЕОПРОДУКЦИЯ, ИГРЫ** | 0,56% | |
| WALT DISNEY | 0,36% | 64,49% |
| SONY PICTURES | 0,14% | 24,93% |
| UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL RUSSIA | 0,06% | 10,58% |
| **ТРАНСПОРТ И СОПУТСТВУЮЩИЕ ТОВАРЫ** | 0,51% | |
| VOLKSWAGEN | 0,11% | 21,17% |
| NISSAN | 0,08% | 16,05% |
| MICHELIN | 0,08% | 15,07% |
| EXXONMOBIL PETROLEUM & CHEMICAL | 0,05% | 9,12% |
| VOLVO CARS | 0,04% | 7,66% |
| JAGUAR LAND ROVER | 0,03% | 6,79% |
| TOYOTA | 0,02% | 4,50% |
| SHELL | 0,02% | 3,86% |
| DAIMLER AG | 0,02% | 3,53% |
| PORSCHE | 0,02% | 3,29% |
| MAZDA MOTOR CORPORATION | 0,02% | 2,97% |
| BMW | 0,01% | 2,66% |
| GENERAL MOTORS CORP | 0,01% | 1,58% |
| СКАНИЯ РУСЬ | 0,01% | 0,99% |

Наталья Валиева, CEO оператора медиафасадов в Москве «Sunlight Outdoor»: "Если брать абсолютные цифры бюджетов рекламодателей из числа объявивших о своем уходе, то их доля в наших доходах составляет 9%, при этом доля всех зарубежных рекламодателей составляет 20%. Думаю, что по отрасли ООН цифры похожи, скорее, доля иностранных компаний, размещаемых на инвентаре в регионах, будет даже ниже.

Однако, многие российские рекламодатели страдают от текущей ситуации, поэтому мы ожидаем отток бюджетов и от них. Строить прогноз падения по году пока крайне сложно, зато точно можно сказать, что те цифровые поверхности, которые операторы заказали и не успели оплатить, будут выкуплены по курсу доллара на 50% выше запланированного в финансовых планах, что может увеличить окупаемость этих проектов вкупе с падением продаж, практически вдвое". Константин Майор, владелец и генеральный директор медиахолдинга Maer: "В этом году рынок наружной рекламы переживет негативные последствия кризиса. Прежде всего, пострадают операторы традиционной баннерной наружной рекламы: стоимость комплектующих и услуг в этом сегменте рынка выросли значительно, что привело к резкому удорожанию стоимости рекламного контакта. У операторов цифровой наружной рекламы таких проблем нет в принципе. Они не несут расходов на закупку баннерной ткани и услуги типографий, транспортных расходов и найм монтажников. Поэтому стоимость контакта в цифровом сегменте наружной рекламы сохраняется прежней.

Незакредитованные DOOH-операторы могут сейчас выгодно применить конкурентную стратегию «Первый по цене и охвату». Технологичность и омниканальность DOOH-услуг только усилит конкурентное преимущество. Медиахолдинг Maer отчасти почувствовал отток иностранных брендов. Самая чувствительная потеря произошла в автомобильным сегменте. В других сегментах потери менее серьезные. В текущем году мы не прогнозируем существенного снижения в сегментах «Ритейл», FMCG, «Недвижимость»". *Потери определяются составителями как возможные, поскольку в рейтинг включались годовые бюджеты, тогда как рекламная активность начала пересматриваться в марте и может меняться в любую сторону в зависимости от политической повестки.

**Данные приводятся для оптимистичного сценария, предусматривающего сохранение расходов компаний, официально не заявивших об уходе с рынка.

Источник информации: https://adindex.ru/news/ad_budjet/2022/04/7/303718.phtml

## НАШ ПРОЕКТ СОСТОИТ ИЗ НЕСКОЛЬКИХ ЭТАПОВ И АКТИВОВ:

Этапы могут быть последовательны (и) или параллельны в осуществлении в отношении линии времени реализации, в зависимости от объема и начало финансирования.

1 ЭТАП: 1-5 МЕСЯЦ
2 ЭТАП: 4-6 МЕСЯЦА
3 ЭТАП: 6-9 МЕСЯЦЕВ
4 ЭТАП: 1.5-2 ГОДА
5 ЭТАП: 1-2 ГОДА

Медиаплан ( финансовый потенциал): блок эфирного времени 5 мин (блок 300 сек) - 48-до 100 млн руб в месяц. На еденицу флота ( в зависимости от размера LED экрана установленного на судне доноре.

**Доходность Рекламного флота в месяц при наполняемости медиапланов составит:**

| Наполняемость медиа плана: | | 100% | 50% |
|---|---|---|---|
| Класс «ОМ» - | 48 x 3 | 144 млн руб. | : 2 72 |
| Класс Фонтаны - | 100 x 2 | 200 млн руб. | 100 |
| Класс «Сильвер» - | 80 x 2 | 160 млн руб. | 80 |
| **Итого : Доходность в месяц :** | | **504 млн руб.** | **252млн руб.** |

**При условии заполняемости рекламного эфира 100%, присутствует фактор сезонности и наполняемость от 50% до 90%.**

**ИТОГО : Доходность в год 504х 12 =6048млн.руб. 3024 млн руб.**

**1 ЭТАП**

**Создание ООО «Ривер Скрин Медиа.**

1. **Правообладатель на основании лицензионного договора ( регистрируемого а Роспатенте) передаёт право использования патента компании.**

2. **Компания вносит патент(оценённый в размере 1мрд 65 млн ) на изобретение как ИС в УК .**

3. **Компания привлекает инвестиции для реализации проекта.**

4. **Парплельно с 1этапом происходит юридические процедуры связанные с получением договора водоотвода на основании Водного кодекса. ( Свои причалы и стоянка своих и сторонних судов). Планикуется 4 точки.**

**Затраты по 1му этапу: 3млн руб.**

**1 этап в стадии реализации.**

**2 ЭТАП**

**Приобретение теплоходов доноров и LED экранов.**

Поиск и приобретение подходящих теплоходов ледового класса как доноров для установки согласно патентов и проекта (проект необходимо согласовать с РРР,РКО) медиа экранов на борту, размеры экранов варьируются в зависимости от размера теплоходов..
Для начала проекта достаточно одного теплохода ледового класса ОМ и приобретение LED экранов размер 20х6м,что равно 240м кв по обеим бортам.

1. теплоходов класса ОМ - 40-50 млн руб.
2. LED Экраны - 1мкв - 1000$ - 240000 или 24 млн руб.
3. Проект РРР и конструкция установки экранов согласно патента - 5 млн руб.

Итого: на еденицу флота с экранами от 80млн р. до 100 млн руб.

Суда донору найдены с действующими документами до 2028 года.

Промежуточный этап

Получение разрешительных документов по договору водоотвода и водопользования.

**3 ЭТАП**

**Масштабирование 1:**

Приобретение и реконструкция теплоходов класса ПМ «Сильвер» (ледовый класс) и обустройство медиаэкранов размером (40м х 10м), в количестве 1 - 2 шт.

Медиаплан ( финансовый потенциал): блок эфирного времени 5мин (блок 300 сек) -80 млн руб в месяц. Охраняется патентом как изобретение ,оценка стоимости патента 1млд руб

**Приобретение теплохода проекта ПМ «Сильвер» + медиа экраны (50+70 = 120млн.руб за единицу).**

**Итого: приобретение теплоходов и медиаэкранов + проект и соглосование РРР - 160 млн руб.**

## ИТОГО ЗА 2 и 3 этап: 260 млн.руб.

**4 ЭТАП.**

**Масштабирование 2:**

Поиск и приобретение подходящих теплоходов ледового класса как доноров для установки согласно патентов и проекта (проект необходимо согласовать с РРР,РКО) медиа экранов на борту, размеры экранов варьируются в зависимости от размера теплоходов..

| | | |
|---|---|---|
| 2х-3х | теплоходов класса ОМ. | От 40-50млн руб шт +LED экраны 24 млн руб -85млн руб |
| 1го | буксира ледокола. | От 10-20млн руб |
| 1 го | танкера-бункировщика. | От 15-30 млн руб |
| 1го | судна ОСН -мусоросборщика. | От 10-20млн руб |

4 этап финансируется за счет собственных средств заработанных на 2 и 3 этапах реализации проекта

## ИТОГО ЗА 4 этап: 255+ 50 = 305 млн.руб.

Приобретение судов и барж - доноров под размещение рекламных медиа экранов ( размер экранов 50х30, общая площадь 3000 кв. м) и танцующих фонтанов (размер фонтанов на барже, на любом плавсредстве, подходящим под проект реконструкции), в количестве 2-3 шт. Охраняется патентом как изобретение.

Затраты на приобретение и реконструкцию 3,5 млн. евро на каждый.

**5 ЭТАП**

**Затраты по проекту на единицу с фонтанами.**

Приобретение судов доноров и реконструкция под проект с установкой кластеров и компонентов.

1.Реконструкция судов под условия проекта :

| | |
|---|---|
| а) Судно донор (класс ОКА 44) | 50млн руб. |
| б) Проект на реконструкцию согласованного с Российским Речным Регистром. | 1млн руб. |
| в) Реконструкция на судоверфи | 1млн евро. |
| 2. Закупка транспортировка (таможня) компонентов по проекту | |
| д) Светодиодные экраны (3000кв. м) 1шт. | 1млн евро. |
| б) Комплекс танцующих фонтанов с автоматикой | 1 млн евро. |
| в) Система гидравлики с цилиндрами гидроподъёма и автоматики | 100-200 тыс евро. |
| г) Под каждый сегмент проектные работы и согласование. | 50х3 150тыс евро. |
| **Итого: ориентировочно** | **3 500 000 млн евро.** |

**ИТОГО ИНВЕСТИЦИЙ :** 665млн руб + 3.5 Евро**.**

1. Активами со стороны инициатора проект является уже готовый действующий бизнес с долей 50% (оставшуюся часть которой необходимо выкупить у соучредителей).

## Активы:

1. КЛИЕНТСКАЯ БАЗА.

2. ПАТЕНТНАЯ БАЗА  (монополия на рекламную деятельность, в РФ используя речной транспорт)
3. Сайты. https://www.riverscreen.ru/ru/
4. База клиентская.amoCRM
5. База контрагентов.
6. Торговая марка 2 шт.

2. Инициатор проекта владеет ИС (интеллектуальной собственностью, 3-мя патентами, и 4-й в стадии регистрации) (*Приложение № 1 ПАТЕНТЫ*).

- 1 патент № 2773759 оценен в 1млрд 65 млн. руб..
- Третий патент оценен предварительно ( подана заявка) 1млрд 60 млн. руб.
- Торговая марка 2 шт. оценена предварительно  500млн. руб.
- Права на водопользование ( 4 места под стоянку )
- Оценка ИС оценочной компанией в области оценки ИС ООО Оценки и Права (*Приложение № 2 ОЦЕНКА ИС*). https://pravo-ocenka.ru/

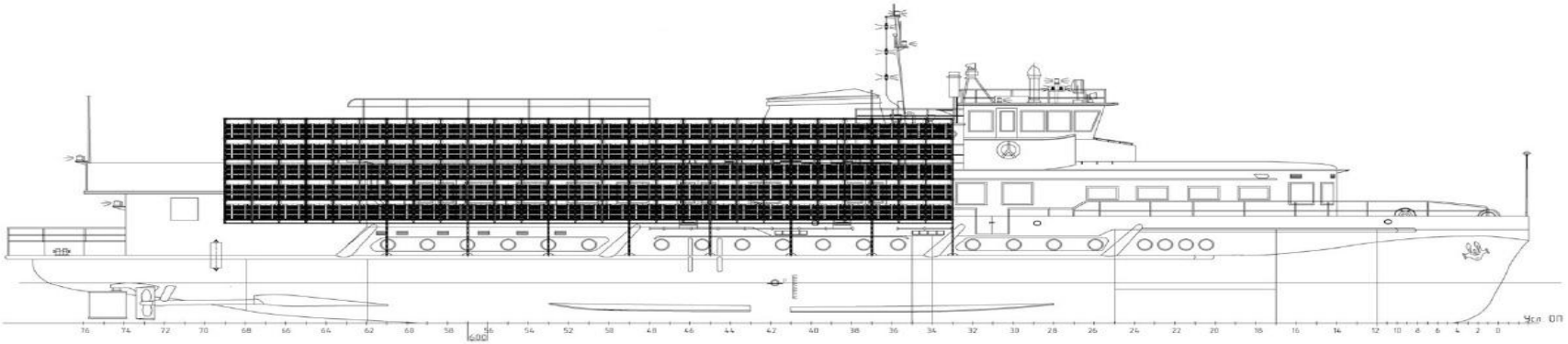


Рис.1

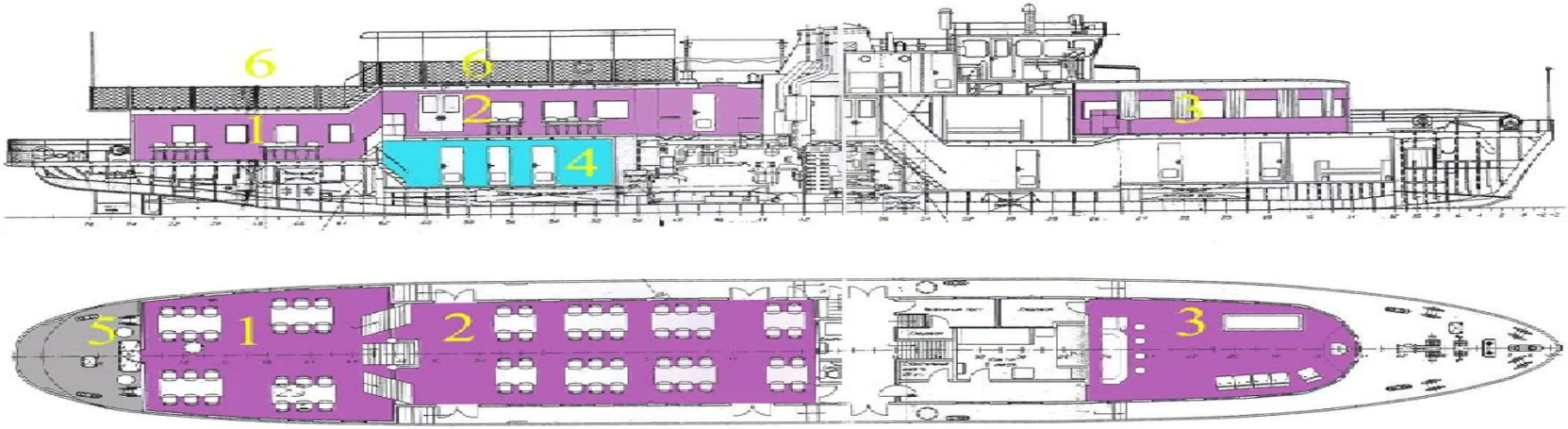


Рис.2

Учитывая уникальность актива как инвентаря наружной рекламы большого формата и уникальные медиаметрические показатели такие как OTS GRP и.т.д ,и наши клиенты крупные и платёжеспособные рекламодатели и Р/А из сегмента премиальных: Сбербанк, Альфа-Банк, ВТБ-банк ,Фольксваген, Билайн, Кёрхер, Инсимити, Премия Браво, Диливери Клаб, Блек стар, ТНТ-4, Авто Ваз, Сити-Мобил, Apple и многие других известные бренды. Дополнительная информация содержаться в презентации инвентаря (*Приложение № 5 ПРЕЗЕНТАЦИЯ).*

***Медиаплан***

| Формат | Адрес | Количество дней | Сторона | Фото | Ночное фото | Размер, м | Площадь, м² | Блок, мин. | Хронометраж ролика, сек. | Выходов в блоке | Доля эфира | Прайс за период, НДС не обл. | Скидка после второго размещения | Стоимость размещения с учетом скидки, НДС не обл. | Время работы конструкции (часов в сутки) | Количество выходов за день | Количество выходов за период | Количество минут в день | Количество минут за период | GRP | OTS daily | Время работы | Материал | Разрешение в пикселях | Технические требования к РИМ | Сроки действия разрешений | комментарий |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 5 | 1 | 2% | 976 500,00р. | **0%** | | 14 | 168 | 5208 | 14 | 434 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бессрочно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 10 | 1 | 3% | 1 953 000,00р. | **10%** | | 14 | 168 | 5208 | 28 | 868 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бессрочно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 15 | 1 | 5% | 2 929 500,00р. | **10%** | | 14 | 168 | 5208 | 42 | 1302 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бессрочно | стоимость указана за две стороны |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 20 | 1 | 7% | 3 906 000,00р. | **10%** | | 14 | 168 | 5208 | 56 | 1736 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бесспорно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 25 | 1 | 8% | 4 882 500,00р. | **10%** | | 14 | 168 | 5208 | 70 | 2170 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бесспорно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 30 | 1 | 10 % | 5 859 000,00р. | **10%** | | 14 | 168 | 5208 | 84 | 2604 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бесспорно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 60 | 1 | 20 % | 11 718 000,00р. | **20%** | | 14 | 168 | 5208 | 168 | 5208 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бесспорно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 90 | 1 | 30 % | 17 577 000,00р. | **25%** | | 14 | 168 | 5208 | 252 | 7812 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бесспорно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 120 | 1 | 40 % | 23 436 000,00р. | **30%** | | 14 | 168 | 5208 | 336 | 10416 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бесспорно | стоимость указана за две стороны |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 150 | 1 | 50 % | 29 295 000,00р. | **35%** | | 14 | 168 | 5208 | 420 | 13020 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бессрочно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 200 | 1 | 67 % | 39 060 000,00р. | **40%** | | 14 | 168 | 5208 | 560 | 17360 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бессрочно | стоимость указана за две стороны |
| MF | Пасс. теплоход «Жюль Верн» | 31 | А/Б | фото | фото | 21,6 x 4 | 86,4 | 5 | 300 | 1 | 100% | 58 590 000,00р. | **45%** | | 14 | 168 | 5208 | 840 | 26040 | 101,93 | 345,7 | 14 час. | видео | 864x160 | ТТ | бессрочно | стоимость указана за две стороны |

# Примеры медиа-планов крупных медиафасадов г.Москва.

Медиафасады. Варианты размещения ролика 30 сек. в зависимости от доли присутствия.

Район:
**Москва (ЦАО)**
Адрес:
**Н. Арбат 8, "ДОМ КНИГИ"**

| Размер, ш*в, м | Площадь, кв.м | Часы работы экрана | Кол-во дней размещения | Хронометраж ролика, сек. | Эфирное время | Повторов в блоке | Блок, мин. | Показов в сутки | Всего показов за период размещения | GRP в сутки, % | GRP за период, % | Стоимость за 1 день со скидкой без НДС | Стоимость за 1 GRP (30 сек) в месяц | Стоимость за 1 показ (30 сек) | Стоимость за период без НДС | Стоимость с НДС и АК |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 89x7,17 | 638 | 24 часа | 30 | 30 сек | 10% | 1 | 5 | 288 | 8640 | 0,11 | 3,15 | 139 431,11р. | 1 673 173,33р. | 610,01р. | 4 182 933,33 ₽ | 5 270 496,00 ₽ |
| 89x7,17 | 638 | 24 часа | 30 | 30 сек | 20% | 2 | 5 | 576 | 17280 | 0,21 | 6,30 | 278 862,22р. | 1 673 173,33р. | 610,01р. | 8 365 866,67 ₽ | 10 540 992,00 ₽ |
| 89x7,17 | 638 | 24 часа | 30 | 30 сек | 40% | 4 | 5 | 1152 | 34560 | 0,42 | 12,60 | 548 728,89р. | 1 646 186,67р. | 600,17р. | 16 461 866,67 ₽ | 20 741 952,00 ₽ |
| 89x7,17 | 638 | 24 часа | 30 | 30 сек | 60% | 6 | 5 | 1728 | 51840 | 0,63 | 18,90 | 823 093,33р. | 1 646 186,67р. | 600,17р. | 24 692 800,00 ₽ | 31 112 928,00 ₽ |
| 89x7,17 | 638 | 24 часа | 30 | 30 сек | 80% | 8 | 5 | 2304 | 69120 | 0,84 | 25,20 | 1 097 457,78р. | 1 646 186,67р. | 600,17р. | 32 923 733,33 ₽ | 41 483 904,00 ₽ |
| 89x7,17 | 638 | 24 часа | 30 | 30 сек | 100% | 10 | 5 | 2880 | 86400 | 1,05 | 31,50 | 1 349 333,33р. | 1 619 200,00р. | 590,33р. | 40 480 000,00 ₽ | 51 004 800,00 ₽ |

Примечания:

Медиафасады. Варианты размещения роликов 30 сек. в зависимости от доли присутствия.

Район:
Москва (ЦАО)
Адрес:
Н. Арбат 24, Кинотеатр "ОКТЯБРЬ"

| Размер, ш*в, м | Площадь, кв.м | Часы работы экрана | Кол-во дней размещения | Хронометраж ролика, сек. | Эфирное время | Повторов в блоке | Блок, мин. | Показов в сутки | Всего показов за период размещения | GRP в сутки, % | GRP за период, % | Стоимость за 1 день со скидкой без НДС | Стоимость за 1 GRP (30 сек) в месяц | Стоимость за 1 показ (30 сек) | Стоимость за период без НДС | Стоимость с НДС и АК |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 101x9 | 909 | 24 часа | 30 | 30 сек | 10% | 1 | 5 | 288 | 8640 | 0,09 | 2,70 | 114 872,22р. | 1 608 211,11р. | 502,57р. | 3 446 166,67 ₽ | 4 342 170,00 ₽ |
| 101x9 | 909 | 24 часа | 30 | 30 сек | 20% | 2 | 5 | 576 | 17280 | 0,18 | 5,40 | 229 744,44р. | 1 608 211,11р. | 502,57р. | 6 892 333,33 ₽ | 8 684 340,00 ₽ |
| 101x9 | 909 | 24 часа | 30 | 30 сек | 40% | 4 | 5 | 1152 | 34560 | 0,36 | 10,80 | 452 077,78р. | 1 582 272,22р. | 494,46р. | 13 562 333,33 ₽ | 17 088 540,00 ₽ |
| 101x9 | 909 | 24 часа | 30 | 30 сек | 60% | 6 | 5 | 1728 | 51840 | 0,54 | 16,20 | 678 116,67р. | 1 582 272,22р. | 494,46р. | 20 343 500,00 ₽ | 25 632 810,00 ₽ |
| 101x9 | 909 | 24 часа | 30 | 30 сек | 80% | 8 | 5 | 2304 | 69120 | 0,72 | 21,60 | 904 155,56р. | 1 582 272,22р. | 494,46р. | 27 124 666,67 ₽ | 34 177 080,00 ₽ |
| 101x9 | 909 | 24 часа | 30 | 30 сек | 100% | 10 | 5 | 2880 | 86400 | 0,90 | 27,00 | 1 111 666,67р. | 1 556 333,33р. | 486,35р. | 33 350 000,00 ₽ | 42 021 000,00 ₽ |

Примечания:
* в ночное время возможна замена динамического ролика на статичное изображение.

Медиафасады. Варианты размещения ролика 30 сек. в зависимости от доли присутствия.

Район:
**Москва (ЦАО)**
Адрес:
**Н. Арбат 28**

| Размер, ш*в, м | Площадь, кв.м | Часы работы экрана | Кол-во дней размещения | Хронометраж ролика, сек. | Эфирное время | Повторов в блоке | Блок, мин. | Показов в сутки | Всего показов за период размещения | GRP в сутки, % | GRP за период, % | Стоимость за 1 день со скидкой без НДС | Стоимость за 1 GRP (30 сек) в месяц | Стоимость за 1 показ (30 сек) | Стоимость за период без НДС | Стоимость с НДС и АК |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 47,1x7,17 | 338 | 24 часа | 30 | 30 сек | 10% | 1 | 5 | 288 | 8640 | 0,08 | 2,37 | 95 066,67р. | 1 516 253,16р. | 415,92р. | 2 852 000,00 ₽ | 3 593 520,00 ₽ |
| 47,1x7,17 | 338 | 24 часа | 30 | 30 сек | 20% | 2 | 5 | 576 | 17280 | 0,16 | 4,74 | 190 133,33р. | 1 516 253,16р. | 415,92р. | 5 704 000,00 ₽ | 7 187 040,00 ₽ |
| 47,1x7,17 | 338 | 24 часа | 30 | 30 сек | 40% | 4 | 5 | 1152 | 34560 | 0,32 | 9,48 | 374 133,33р. | 1 491 797,47р. | 409,21р. | 11 224 000,00 ₽ | 14 142 240,00 ₽ |
| 47,1x7,17 | 338 | 24 часа | 30 | 30 сек | 60% | 6 | 5 | 1728 | 51840 | 0,47 | 14,22 | 561 200,00р. | 1 491 797,47р. | 409,21р. | 16 836 000,00 ₽ | 21 213 360,00 ₽ |
| 47,1x7,17 | 338 | 24 часа | 30 | 30 сек | 80% | 8 | 5 | 2304 | 69120 | 0,63 | 18,96 | 748 266,67р. | 1 491 797,47р. | 409,21р. | 22 448 000,00 ₽ | 28 284 480,00 ₽ |
| 47,1x7,17 | 338 | 24 часа | 30 | 30 сек | 100% | 10 | 5 | 2880 | 86400 | 0,79 | 23,70 | 920 000,00р. | 1 467 341,77р. | 402,50р. | 27 600 000,00 ₽ | 34 776 000,00 ₽ |

Примечания:
* в ночное время возможна замена динамического ролика на статичное изображение.

Медиафасады. Варианты размещения ролика 30 сек. в зависимости от доли присутствия.

Район:
**Москва (ЗАО)**
Адрес:
**Бережковская наб., д.20 стр.73, ТТК**

| Размер, ш*в, м | Площадь, кв.м | Часы работы экрана | Кол-во дней размещения | Хронометраж ролика, сек. | Эфирное время | Повторов в блоке | Блок, мин. | Показов в сутки | Всего показов за период размещения | GRP в сутки, % | GRP за период, % | Стоимость за 1 день со скидкой без НДС | Стоимость за 1 GRP (30 сек) в месяц | Стоимость за 1 показ (30 сек) | Стоимость за период без НДС | Стоимость с НДС и АК |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 60x18 | 1080 | 24 часа | 30 | 30 сек | 10% | 1 | 5 | 288 | 8640 | 0,31 | 9,18 | 138 862,50р. | 571 786,76р. | 607,52р. | 4 165 875,00 ₽ | 5 249 002,50 ₽ |
| 60x18 | 1080 | 24 часа | 30 | 30 сек | 20% | 2 | 5 | 576 | 17280 | 0,61 | 18,36 | 265 822,50р. | 547 281,62р. | 581,49р. | 7 974 675,00 ₽ | 10 048 090,50 ₽ |
| 60x18 | 1080 | 24 часа | 30 | 30 сек | 40% | 4 | 5 | 1152 | 34560 | 1,22 | 36,72 | 507 840,00р. | 522 776,47р. | 555,45р. | 15 235 200,00 ₽ | 19 196 352,00 ₽ |
| 60x18 | 1080 | 24 часа | 30 | 30 сек | 60% | 6 | 5 | 1728 | 51840 | 1,84 | 55,08 | 714 150,00р. | 490 102,94р. | 520,73р. | 21 424 500,00 ₽ | 26 994 870,00 ₽ |
| 60x18 | 1080 | 24 часа | 30 | 30 сек | 80% | 8 | 5 | 2304 | 69120 | 2,45 | 73,44 | 920 460,00р. | 473 766,18р. | 503,38р. | 27 613 800,00 ₽ | 34 793 388,00 ₽ |
| 60x18 | 1080 | 24 часа | 30 | 30 сек | 100% | 10 | 5 | 2880 | 86400 | 3,06 | 91,80 | 1 091 062,50р. | 449 261,03р. | 477,34р. | 32 731 875,00 ₽ | 41 242 162,50 ₽ |

Примечания:
* в ночное время возможна замена динамического ролика на статичное изображение.

Медиафасады. Варианты размещения ролика 30 сек. в зависимости от доли присутствия.

| Регион: | Адрес: |
|---|---|
| Москва (ЦАО) | Москва Сити, БЦ "Северная башня" |

| Размер, ш*в, м | Площадь, кв.м | Часы работы экрана | Кол-во дней размещения | Хронометраж ролика, сек. | Эфирное время | Повторов в блоке | Блок, мин. | Показов в сутки | Всего показов за период размещения | GRP в сутки, % | GRP за период, % | Стоимость за 1 день со скидкой без НДС | Стоимость за 1 GRP | Стоимость за 1 показ (30 сек) | Стоимость за период без НДС | Стоимость с НДС и АК |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12x24, 30x7, 30x7 | 708 | 24 часа | 30 | 30 сек | 10% | 1 | 5 | 288 | 8640 | 2,27 | 68,16 | 138 000,00р. | 76 531,69р. | 603,75р. | 4 140 000,00 ₽ | 5 216 400,00 ₽ |
| 12x24, 30x7, 30x7 | 708 | 24 часа | 30 | 30 сек | 20% | 2 | 5 | 576 | 17280 | 2,27 | 68,16 | 276 000,00р. | 153 063,38р. | 603,75р. | 8 280 000,00 ₽ | 10 432 800,00 ₽ |
| 12x24, 30x7, 30x7 | 708 | 24 часа | 30 | 30 сек | 40% | 4 | 5 | 1152 | 34560 | 4,54 | 136,32 | 552 000,00р. | 153 063,38р. | 603,75р. | 16 560 000,00 ₽ | 20 865 600,00 ₽ |
| 12x24, 30x7, 30x7 | 708 | 24 часа | 30 | 30 сек | 60% | 6 | 5 | 1728 | 51840 | 6,82 | 204,48 | 828 000,00р. | 153 063,38р. | 603,75р. | 24 840 000,00 ₽ | 31 298 400,00 ₽ |
| 12x24, 30x7, 30x7 | 708 | 24 часа | 30 | 30 сек | 80% | 8 | 5 | 2304 | 69120 | 9,09 | 272,64 | 1 104 000,00р. | 153 063,38р. | 603,75р. | 33 120 000,00 ₽ | 41 731 200,00 ₽ |
| 12x24, 30x7, 30x7 | 708 | 24 часа | 30 | 30 сек | 100% | 10 | 5 | 2880 | 86400 | 11,36 | 340,80 | 1 380 000,00р. | 153 063,38р. | 603,75р. | 41 400 000,00 ₽ | 52 164 000,00 ₽ |

Примечания:

* стоимость может колебаться в зависимости от сезонности

Рис.3

**АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ МЕДИА МЕТРИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.**

**ТЕПЛОХОД «ЖЮЛЬ ВЕРН» РАБОТАЕТ НА МАРШРУТЕ 365 ДНЕЙ | 08:00 - 22:00**

- Круглогодичное право ходить по большинству внутренних вод и бассейнов рек РФ.

**МЕДИАМЕТРИКА**

Opportunity to see, OTS ( количество рекламных контактов/месяц) 230113 млн при проходе 3 раза по маршруту в межсезонье. При проходе до 5 раз OTS возрастает до 52.5 млн

Gross Rating Point, GRP 223,682

Reach(Охват) 26.3%

Frequency (Частота) 86

Показатели расчитаны компанией AdMetrix - ESPAR ANALYTICS

http://admetrixcis.ru/

(*Приложение № 6 АНАЛИТИКА)*

Часть Учредителей ООО «Синерджи Лайн» на данный момент потеряли интерес к этому проекту (т.к. необходимо вложение дополнительных значительных денежных средств).Я как инициатор проекта и патентообладатель могу запретить партнёрам рекламный вид деятельности на плав средствах, согласно моим патентам, по этой причине они предложили одному из совладельцев (инициатору проекта) выкупить их доли в

бизнесе, вместе с патентами, как единый целый актив, который ориентировочно оценен инициатором проекта в оценочной компании ООО «Оценка и Права» в 985 000 000 рублей как ИС.

## КОМАНДА ПРОЕКТА

1. **Шабатько Геннадий Витальевич** является инициатором, правообладателем ИС и совладельцем этого актива на 50%, имеет колоссальный опыт в сфере медиа - рекламы и имеет тесные контакты с самыми крупными рекламодателями и рекламными агентствами РФ.

Образование: высшее.

1. Технический ВУЗ
2. Экономика и маркетинг.

Опыт работы и профессиональные компетенции.

- 1993 - 1999 гг. – создал и руководил ТЧК «Телевидео», телеканал эфирного телевидения (РЕКЛАМА)
- 1996 - 2000 гг- создал и руководитель типографии при «Телевидео»
- 2000 - 2005 гг. – организовал и заново запустил и руководил ООО «АРКОС», завод производитель минеральной воды в г.Горячий Ключ.
- 2005 - 2008 гг.- руководитель отдела по работе с заказчиками ликёроводочные и винзаводы (полиграфическое предприятие)
- 2009 - создатель и руководитель ООО «Империал»
- 20016 интернет магазин (Маркет плейс), создатель и руководитель.
- 2013 ветро - генерирующая Компания «Кубань» (проект альтернативной энергетики), несостоявшийся проект
- 2019 руководитель рекламного отдела ТПМ «Багратион»
- 2020 проект установки медиафасада на ТПМ «Багратион» не состоявшийся проект.
- 2020 проект медиафасада на теплоходе «Жюль-Верн»

Располагает развитыми административными навыками.

Имеется команда профессионалов в области рекламного бизнеса и менеджмента (специалисты в области судоходной деятельности и управления), так же намерены привлекать специалистов в этих областях, и внедрять передовые технологии контроля и автоматизации бизнес - процессов. Для этой цели были проведены переговоры и имеются КП предложения для внедрения этих технологий (контроля, автоматизации, структурирования бизнес - процессов и системы управления компании).

2.**Трубицын Игорь Петрович** является Зам ген Директора по флоту. Имеет огромный опыт работы и административные связи в сфере речного флота.

Образование: высшее.

1. Высшее экономическое (Тимирязевская Академия),
2. МГАФТ капитан механик 1й группы судов, специалист по безопасности судоходства.

Опыт работы:

05.2005-06.2008 - генеральный директор ОАО «Пассажирский порт» (Столичная судоходная компания): штат 850 человек, 42 теплохода, 2 речных вокзала, причалы центра Москвы и Канала им. Москвы.
06.2008- в настоящее время генеральный директор ООО «Компания ВАТЕЛЬ» - 2 круизных теплохода, банкетный теплоход «ВАТЕЛЬ» (вместимость 350 чел).
Связи: Российский Речной регистр (главное управление и Московский филиал), Главное Агентство Морречтранспорта, Судоходная инспекция, Роспотребнадзор, Гормост, Мосгортранспорт, судоремонтный завод порт Коломна, судоремонтный завод Белый городок.

3. **Валерий Владимирович.** Начальник службы экономической безопасности (экономическая, электронная безопасность), офицер в звании полковника, имеет боевые награды, боевой опыт, навыки и специализацию.

Образование: Высшее

1.Рязанское Высшее командное училище ВДВ. Имеет обширные связи и контакты в узких кругах.

2.Юридическое

4. **Александр Вячеславович**. Начальник  службы безопасности, звание полковник, имеет огромный опыт боевых спецопераций, множество наград. Специализация: антитеррор, создание ГБР, организация физической безопасности первых лиц и многое другое). Огромный круг связей.

Образование: Высшее

5**. Широченкова Наталия Валерьевна**.  Руководитель Юридической службы. Юридические обязанности.

Полное юридическое сопровождение бизнеса и помощь в решении сложных бизнес-задач: защита прав клиента, разработка и подготовка соглашений, разработка плана защитных мер, подготовка служебных записок для Клиента.

Сопровождение сделок от их первых этапов до завершения: due diligence, структурирование сделок, подготовка юридических заключений, общение с юристами, имеющими квалификацию в других юрисдикциях, подготовка заявлений в Российскую антимонопольную службу. Июль 2002 - июль 2004

Страховая группа “Капитал” (ИФД) ООО Компания ‘Лексмарк" (страховой/перестраховочный брокер). Ноябрь 2007 - сентябрь 2008Старший юрист

SUN Capital Partners Consultants Limited, представительство в Москве. Июль 2004 - октябрь 2007 СЕЛЬСКАЯ ГРУППА компаний Юрисконсульт. ООО "РУС Инжиниринг" (Строительное подразделение)

Предоставление консультаций по проектам приобретения. 2005 – 2006 гг. Предоставление консультаций (в сотрудничестве с ILF) по строительству анодного завода в Китае. ООО "РУСАЛ Глобал Менеджмент" (Сырьевой дивизион)

2006 Due diligence юридических лиц и предоставление консультаций по их приобретению и преобразованию. Февраль 2020 - февраль 2021 АО "БЕЙКЕР ТИЛЛИ РУС КОНСАЛТИНГ".В юридической фирме Клифф я работала с марта 2021 по июль 2021

Образование :Высшее
1.МГИМО (Университет)
Факультет международных отношений
Год выпуска - 2002

2.МГИМО (Университет)
Международный институт управления
Специализация: юриспруденция
Год выпуска - 2005
Первое образование закончила с отличием.

**Укомплектована команда теплоходов**.

Остальная команда профессионалов в области рекламного бизнеса, маркетинга, менеджмента, управления и финансов будет набираться с рынка труда на основании технологий хантинга и найминга специализированными компаниями в этих областях.

1.Технология создания Отдела продаж (РОП, 3-4 менеджера) под ключ, (стационарная версия): компания ООО» АСУ 21век» https://asales.pro/ (*Приложение №7 АСУ 21век*).

2.Технология создания Отдела продаж (РОП,4 менеджера) под ключ,( дистанционная версия): компания ООО «РОП ШЕРИНГ» https://asales.pro/ / (*Приложение №8 РОП ШЕРИНГ*).

3.Технологияи автоматизации интеграции  бизнес-процессов в компании: ООО «Платрум» https://platrum.ru/ /  (*Приложение №9 «ПАТРИУМ»).*

4.Атоматизация и интеграция бухгалтерии и CRM систем на основе программ 1Си amoCRM https://www.amocrm.ru/

5.Обучение и повышение квалификаций сотрудников и менеджмента.

Для максимальной полной загрузки эфирного времени будут созданы 2 команды отдела продаж, как уже было описано выше.

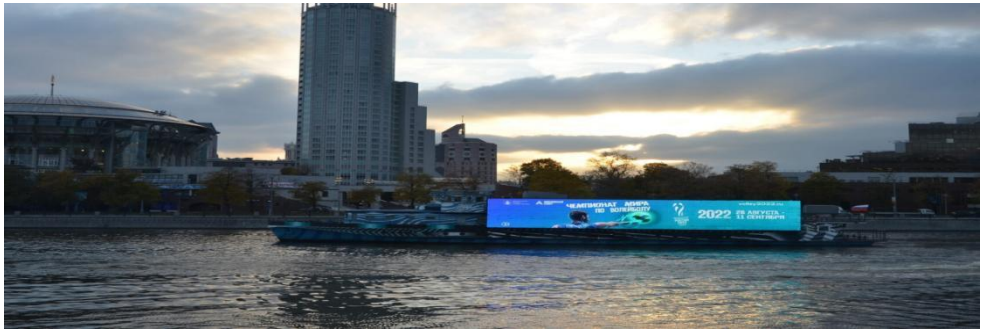
1 – стационарный отдел продаж в штате, и  2-й отдел продаж - дистанционный, задача которых заключается в наработке базы клиентов и работа с клиентской базой по определённым алгоритмам и скриптам, (привлечение рекламодателей для размещения наружной цифровой рекламы на наших медиафасадах, размещенных на плав. средствах). Наш медиа-план (эфир) составляет блок  5 мин (300 секунд) на судне «Жюль Верн» на сумму 58 000 000 рублей ежемесячно. Суммы рассчитаны исходя из реальных цен и стоимости размещения рекламы на премиальных медиафасадах г. Москвы. Ссылка на интернет – ресурсы, на которых представлены все премиальные медиафасады с цифрами стоимости размещения рекламы,  в том числе и на теплоходе ледового класса «Жюль Верн».

https://media-fasady.ru/

https://frgrf.net/reklama-na-mediafasadah-v-moskve

https://artehnologii.ru/5/reklama-na-mediafasadakh/

https://www.tvreclama.ru/advert/ooh/mediafasady/




**Масштабирование проекта в Москве**

Масштабирование, увеличения носителей  LED экранов на базе теплоходов доноров, таких как «Жюль Верн» размер LED экранов 21.6х4 м, «Сильвер» размер LED экранов 40х8или10м. и  «РИО-1» размер LED экранов 50х30м.

Теплоход-банкетоход( с 2 ресторанами).

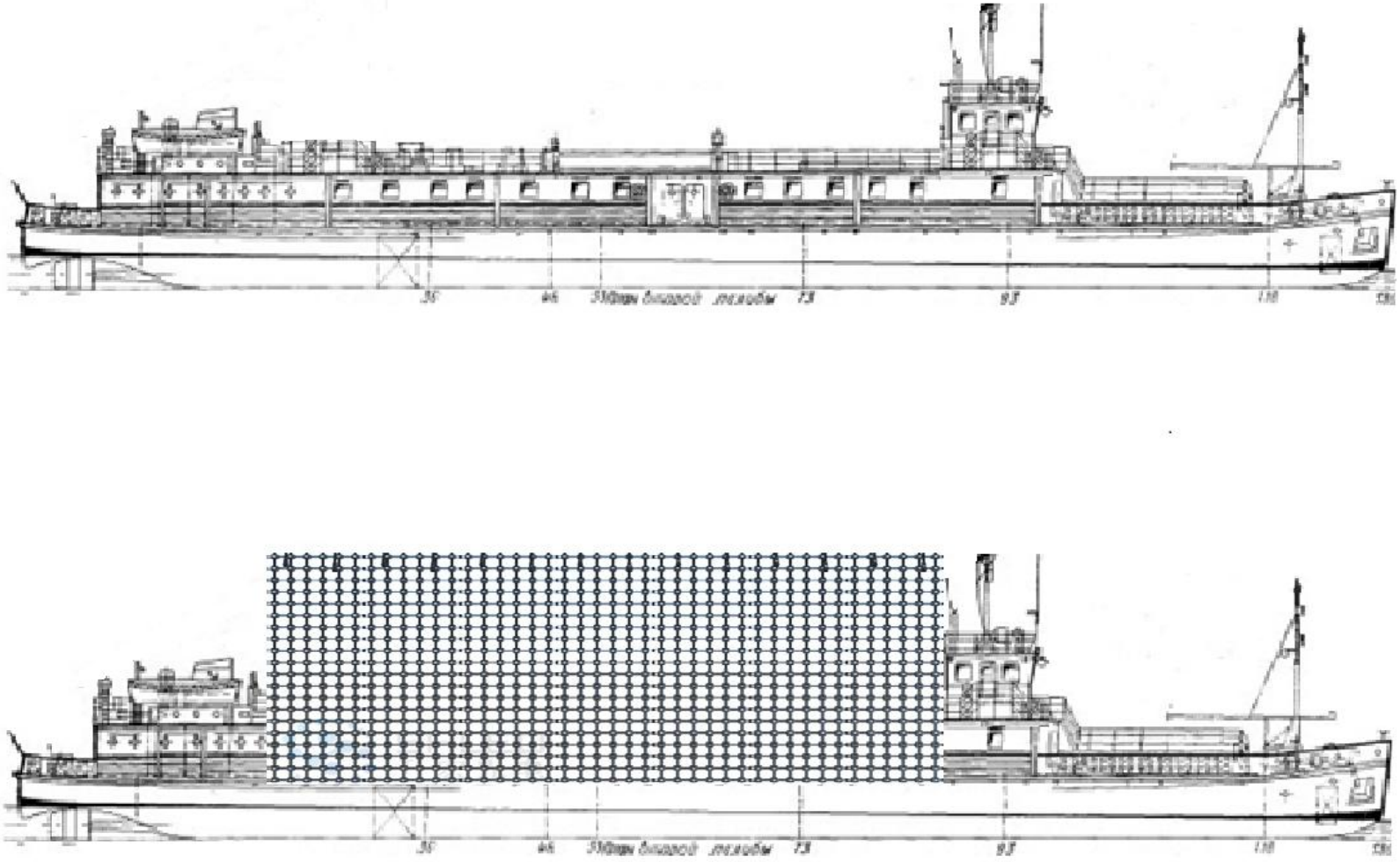
МОСКВА ФЛОТ

МОСКВА ФЛОТ

Информационно-справочный сайт по речному флоту
RIVERFLEET.RU
ПМ 630

FREGAT
ПОРТ-АРТУР
Информационно-справочный сайт по речному флоту
RIVERFLEET.RU

Боковой вид

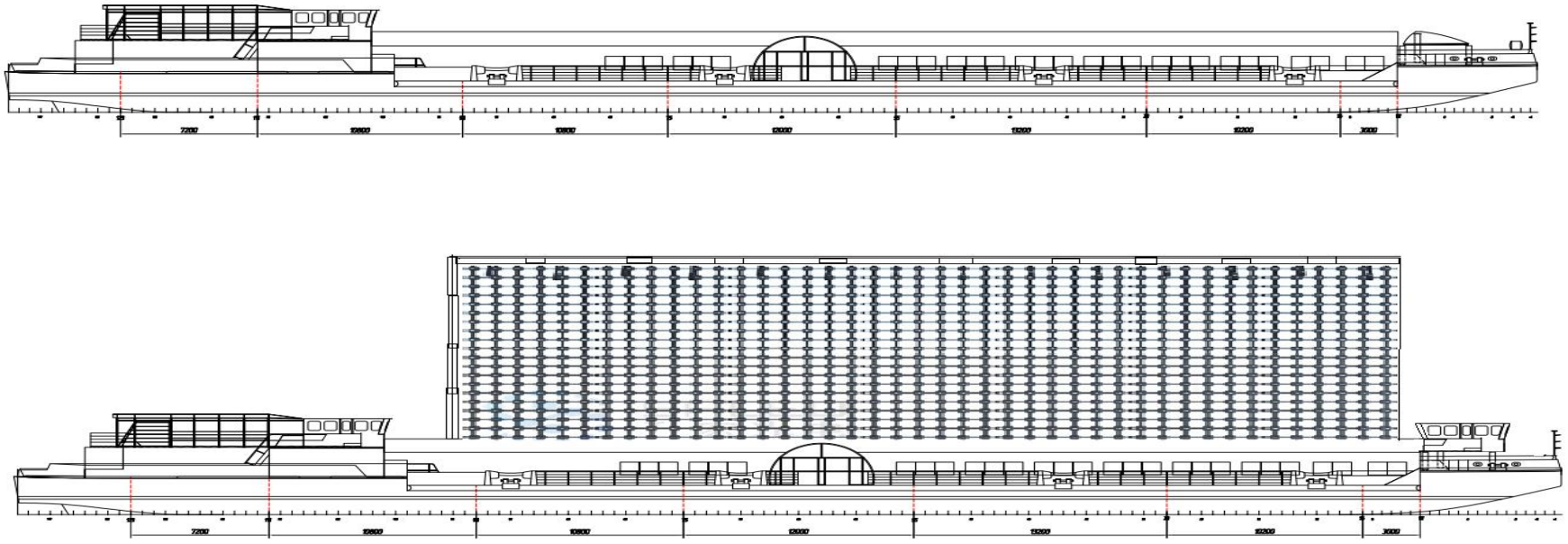


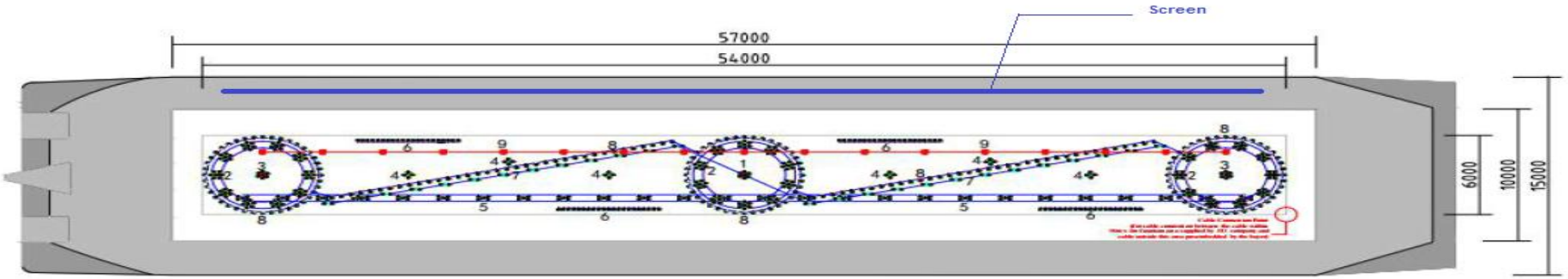
**Размер LED экрана 40х8,10 метров общей площадью до 900 метров кВ.**

Равно экрану на Арбате, кинотеатр «Октябрь»

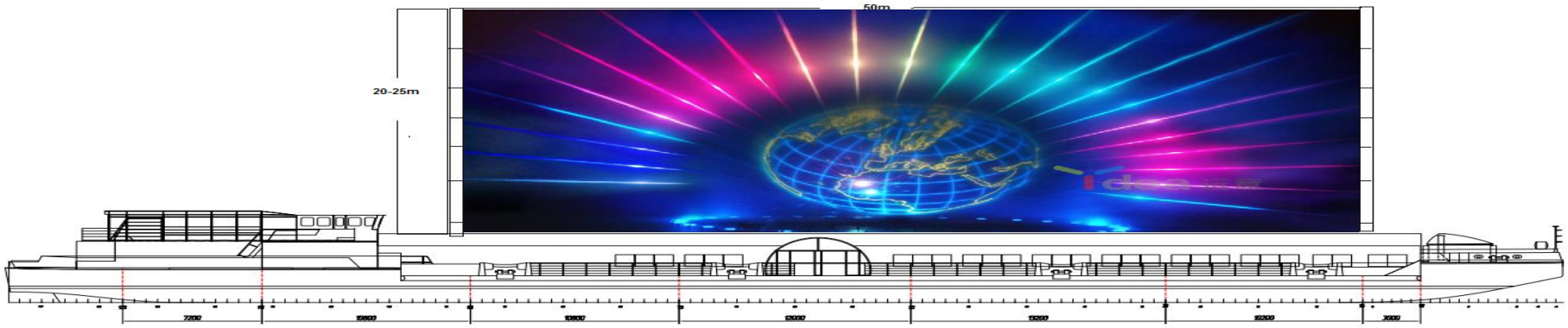
**Проект LED экранов и танцующих фонтанов на основе патента.**

**Теплоход «РИО-1»** размер LED экранов 50х30м.



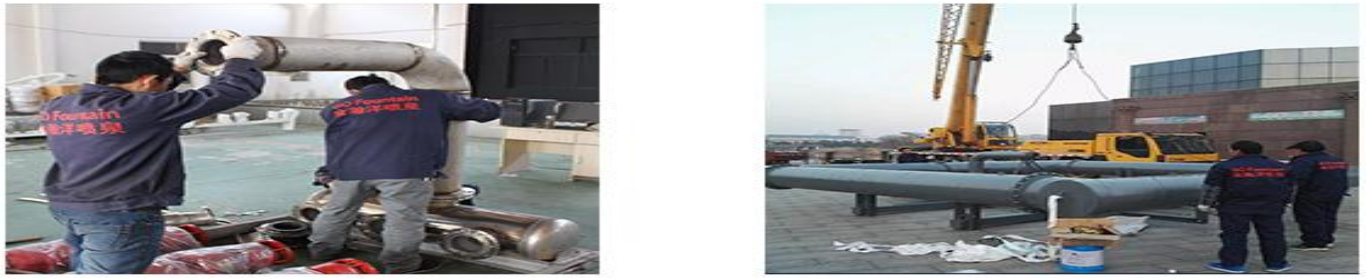



Проек




Проект танцующих фонтанов спроектировали наши китайские партнёры, занимающиеся изготовлением таких фонтанов по всему миру уже более 25 лет.

FIELD INSTALLATION



RECOMMEND PROJECTS

Медиаплан проекта «Фонтан» составляет 100 000 000 руб в месяц (см. Приложение №10 БП - Фин-модель). При реализации проекта планируется – заключение договоров с рекламными агентствами и прямыми рекламодателями, что позволит заполнить эфирное время на год вперёд в перспективе развития, и масштабировать проект до двух - четырёх кораблей класса ОМ и увеличение прибыли в 2-4 раза.

Для реализации проекта необходимо следующее.

**1 ЭТАП:**

- Выкуп 100% доли ООО «Синерджи Лайн», как патентообладателя, сумма -95 млн. руб.

**2 ЭТАП:**

- Приобретение судов проекта ОМ или подобных (2 – 4 шт) для размещения медиафасадов, согласно патента 40 млн. руб /шт (включая LED экраны и проектирование).

**Судно донор**

Теплоход «Сильвер» 68м длина.Преобретение, проект,установка,монтаж,
40 млн.руб.

**3 ЭТАП:**

Для реализации проекта «Фонтаны», необходимо:

- Приобретения судна донора под реконструкцию проекта «Фонтаны» 1 000 000 Евро.
- Приобретение и установка комплекса «Фонтаны» 1 000 000 Евро.
- Приобретение и установка гидравлических систем 200 000 Евро.
- Приобретение светодиодного экрана, размером 3000м кВ. 1 000 000Евро.
- Приобретение и интеграция систем проекционного и лазерного оборудованияю.150 000Евро
- Заказ проектной документации 300 000- 500 000Евро

**4 ЭТАП:**

Для реализации проекта, масштабирования в Дубае (ОАЭ), необходимо следующее:

- Проектирование нового судна класса река – море, проекта RSD - 44 (рекламный флот) 200- 300 тыс. Евро

ООО "MEB SPB" Морское инженерное бюро http://mebspb.com/

- Строительство нового судна класса река – море, проекта RSD – 44.
  ООО Окская судостроительная компания-судоверьфь.
  http://www.osy.ru/

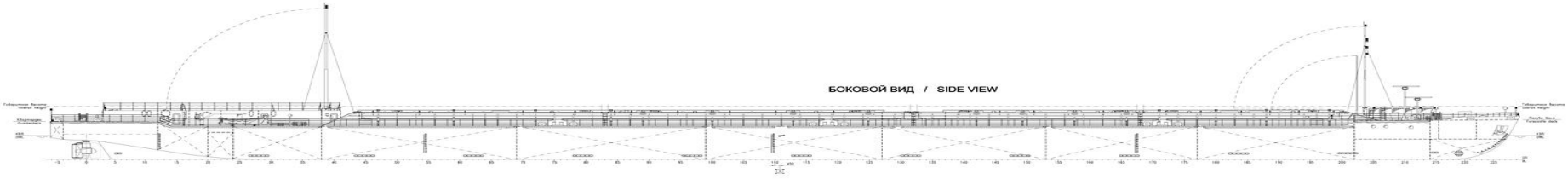
- Возможно строительства нового судна по проекту «Фонтан» не только на территории России, в зависимости от нахождения потенциального заказчика. (Азиатско-Тихоокеанский, Арабский, Европейский, Американский регионы). Возможно, это будет дешевле.
- Строительство судна с интеграцией всех компонентов и систем согласно патента и проекта 1 млрд. руб.
- Вывод судна с проектом «Фонтаны» в регион АОЭ (открытие компании, аренда офиса, найма сотрудников, юридические хозяйственные аспекты и визовое сопровождение сотрудников и высшего менеджмента) ориентировочно 1 млн. Евро.

**Речной универсальный сухогруз**

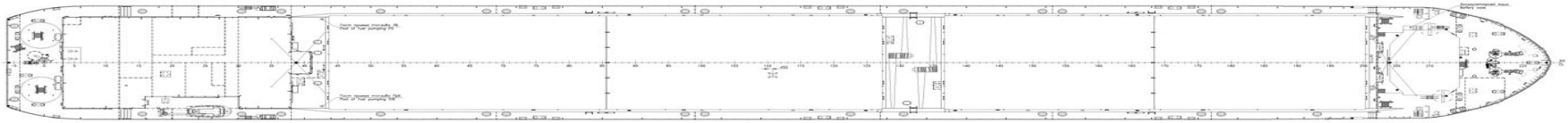
| **Проект RSD 44** |
| --- |
| **Рабочий проект** |

| | |
|---|---|
| Длина габаритная, м | 140,0 |
| Длина по КВЛ, м | 138,9 |
| Ширина габаритная, м | 16,8 |
| Ширина наибольшая, м | 16,5 |
| Высота борта на миделе, м | 5,0 |
| Высота комингса грузовых трюмов, м | 2,2 |
| Высота от ОП по несъемным частям, м | 8,2 |
| Высота надводная по несъемным частям в балласте (в реке), м | 5,39 |
| Осадка (в реке), м | 3,60 |
| Дедвейт в реке/море, т | 5440/5460 |
| Вместимость грузовых трюмов, куб.м | 7086 |
| Контейнеровместимость TEU/FEU | 140/73 |
| Мощность ГД, кВт | 2х1200 |
| Скорость, узл. | 10,5 |
| Экипаж /мест | 9/16 |
| Автономность, сут. | 10 |
| Дальность, м.миль | 2400 |
| Класс РРР | О-ПР 2.0 (лед 20) |

БОКОВОЙ ВИД / SIDE VIEW



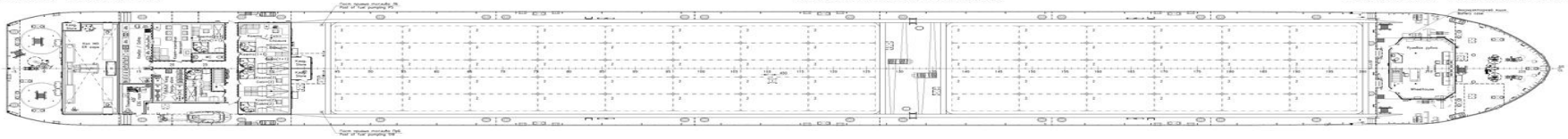
ВИД СВЕРХУ / TOP VIEW



КВАРТЕРДЕК / QUARTERDECK

ГЛАВНАЯ ПАЛУБА / MAIN DECK

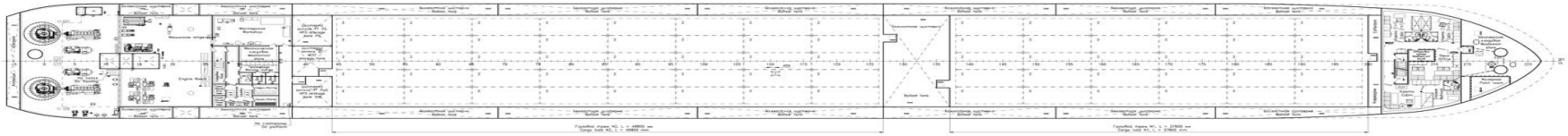
ПАЛУБА БАКА / FORECASTLE DECK

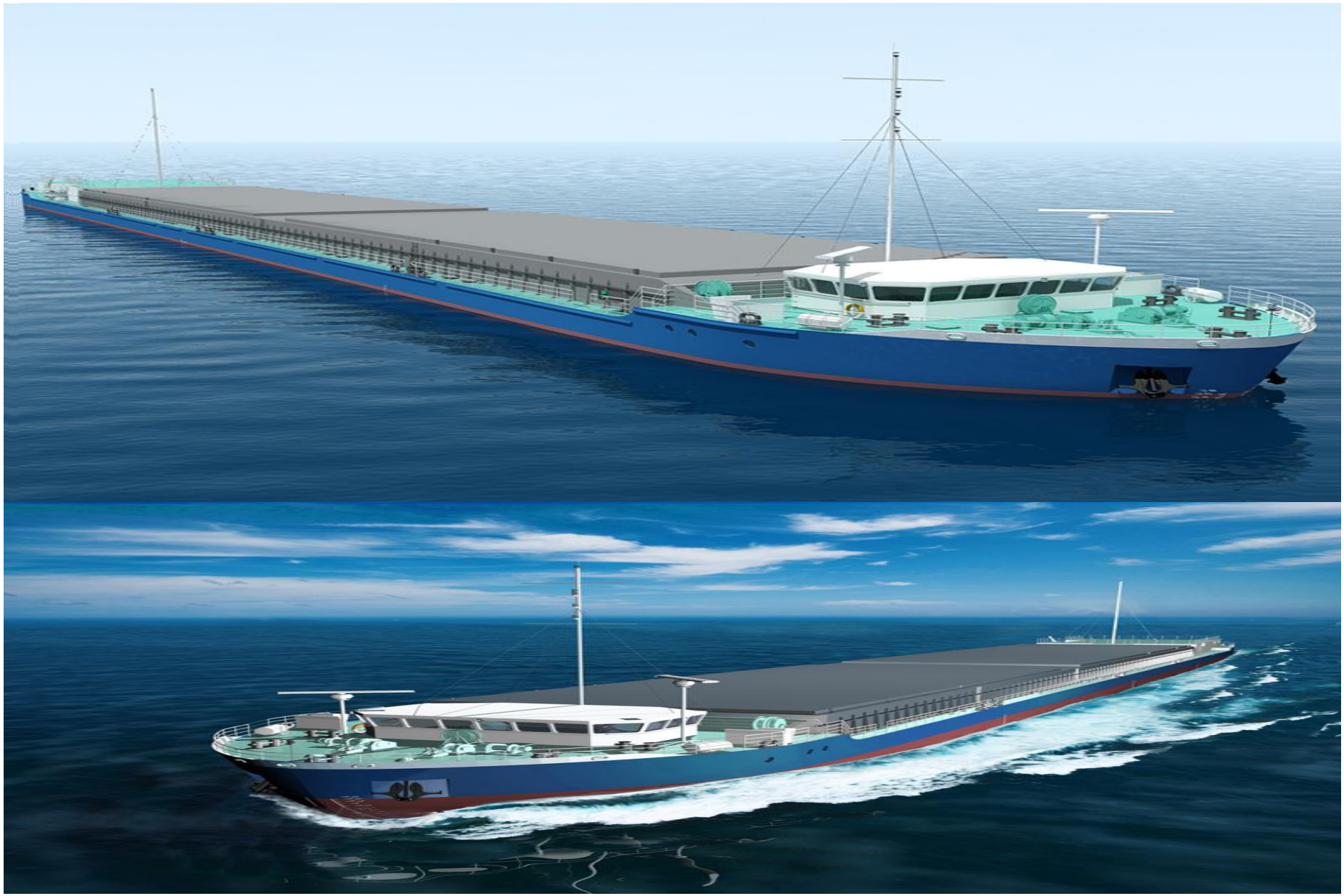


ПЛАТФОРМА / PLATFORM

ПЛАН ТРЮМА / HOLD PLAN

ПЛАТФОРМА / PLATFORM





**5 ЭТАП:**

Франшиза в регионе ОАЭ и регионах, с наличием водоёмов по всему миру.

- Продажа судов класса река-море RSD – 44, как рекламного инвентаря по нашей стоимости - ориентировочно 2 млрд. рублей (при стоимости для нас 1млрд.руб. ) или в пересчёте на валюту по курсу.
- Продажа рекламного времени на рекламном инвентаре (корабль).
- Получение роялти (плата за использование франшизы, в размере 25%).
- Увеличение собственной рекламной сети, за счёт продажи франшизы посредством резервирования эфирного времени в объёме от 10 до 20 %.

**1,2,3 и 4 этапы проекта могут осуществляться параллельно (при наличии достаточного финансирования).**

1 ЭТАП: 1 МЕСЯЦ
2 ЭТАП: 2-3 МЕСЯЦА
3 ЭТАП: 6-9 МЕСЯЦЕВ
4 ЭТАП: 1.5-2 ГОДА
5 ЭТАП: 1-2-3-4-5-6-8-9-10 ЛЕТ
При осуществлении 5-го этапа проекта можно достичь колоссальных результатов!!!!
(см. Приложение №10 БП- Фин-модель )