

МЕДИА-ХОЛДИНГ

Nova Media Group

Анимация. Интернет. Новые Медиа.



Российский комплексный семейный проект на основе анимационного сериала, объединяющий широкий ассортимент продукции для детей дошкольного и младшего школьного возраста.



Концепция проекта «Мишуня»

Мишуня и его друзья – новые российские мультгерои, мир которых является продолжением мира фантазии ребёнка. Это мультфильм, воспитывающий в ребёнке оптимизм, активную жизненную позицию, стимулирующий любознательность и стремление к добру.

Обзор рынка, актуальность проекта

В США общий оборот лицензионных платежей составил \$5.9 млрд, в год, из них 44% пришлось на роялти за право использования изображения вымышленных персонажей, 18% - на платежи, связанные с названиями компаний и персонажей, и по 14% - на платежи за использование образов из мира спорта и моды*.

Эксперты прогнозируют рост рынка детских товаров в России на 20-25% ежегодно еще несколько лет. По официальной статистике, в России проживает около 28,5 млн. детей до 16 лет, а это около 20% населения. Продолжают появляться специализированные магазины детских товаров. Тем не менее, конкуренция в этом сегменте практически отсутствует — единственный на сегодня Российский коммерчески успешный проект «Смешарики».

Задачей является создать медиабренд, сделать к нему аудиовизуальные продукты для ТВ, а затем развивать на основе концепции анимационного сериала товарный бренд.

В рамках проекта «Мишуня» помимо создания анимационной продукции будет осуществляться разработка фирменных материалов и контроль производимой по лицензии продукции.

Целевая аудитория бренда «Мишуня» – семьи с детьми в возрасте 3-6 лет, имеющие средний и выше среднего доход, проживающие в городах России с численностью населения свыше 100 тыс. человек. Ядро целевой аудитории – около 2,5 млн. детей (приблизительно 11% от общего числа) и около 3,5 млн. родителей (работоспособное население, имеющее стабильный доход).

Бренд «Мишуня» ориентирован на социально активные, современные семьи, в которых молодые образованные родители 23 – 40 лет заботятся о познавательном досуге своих детей. В данном случае для потребителя торговая марка является гарантией качества и ценностей, присущих сформированному бренду.

Сложившаяся ситуация на российском рынке детских товаров и анализ наиболее популярных брендов (Disney, Смешарики, Лунтик) показывают перспективность раскрутки бренда детской продукции в разных товарных категориях за счёт создания анимационного сериала.



* По данным за 2008 г. Международной ассоциации по продвижению лицензированной продукции (International Licensing Industry Merchandisers Association).

Особенности проекта «Мишуня»

Социальная значимость, визуальная идентичность проекта

Проект «Мишуня» предлагает мультфильмы, построенные не только на диалогах, а в первую очередь на визуальной и эстетической составляющей. Сюжет развивается посредством жестов героев, мимики, постановкой сцен и событий. Это целесообразно при работе в области визуальных коммуникаций, таких как телевидение, интернет, кинематограф и мобильные видео сервисы.

Телевизионный формат хорошо подходит для того, чтобы подарить ребёнку возможность развивать образно-визуальное мышление. Выбранный формат не требует адаптации для дистрибуции в других странах, так как отсутствует языковой барьер.

В работе с товарным брендом, продукция под маркой «Мишуня» должна носить характер полезной, развивающей ребёнка. Предпочтение будет отдаваться экологически-чистым материалам и продуктам. Марка «Мишуня» должна стать для родителей и детей знаком качества услуг.

Концепция мира:

Анимационный сериал о приключениях волшебного медвежонка Мишуни, создается на основе концепции книги «Мишуня и друзья».

Далеко, за северным сиянием, есть сказочная страна «Сиятельная земля». Сиятельная Земля, воплощение детской мечты – место, где исполняются желания, где рождается Северное Сияние. В этой стране живёт медвежонок Мишуня со своими друзьями. В приключениях медвежонка его сопровождают друзья — красотка бабочка Алька, плутоватый резонёр собачка Клякса, молчаливый кит. Вместе они помогают друг другу, путешествуют по «Сиятельной земле» и реальному миру.

Графический стиль — дружелюбный, светлый полноцветный мир погружающий зрителя в атмосферу радости и фантазии.



Этапы развития проекта



1

Создание медиабренда - производство анимационного сериала "Мишуня"



2

Распространение на всех доступных медиа-каналах:

- телевидение;
- интернет видео-сервисы;
- мобильное видео.



3

Развитие товарного бренда на основе концепции сериала. Продажа лицензии на производство продукции с символикой сериала.

Товарный бренд "Мишуня" будет представлен в различных товарных категориях. Образ каждого из героев сериала может быть использован для разработки фирменной продукции.

Персонажи

Мишуня

Характер: любопытный и неуклюжий медвежонок. Интересуется всем на свете и постоянно в движении. Даже если не всё сразу получается, он никогда не унывает.

Любит: путешествовать с друзьями по «Сиятельной земле».

Особенности: на животе у него волшебная снежинка, которая помогает в трудную минуту. Но неловкий мишка никак не может научиться правильно ей пользоваться.

Предпочтительные направления продукции: мягкие игрушки, товары для интерьера, книги, полезные продукты питания, спортивные игры. Также образовательная продукция, затрагивающая значимые общественные и внутрисемейные аспекты жизни ребёнка.



Бабочка Алька

Характер: легкомысленная и весёлая бабочка. Слегка рассеяна и забывчива. В трудный момент всегда поможет друзьям, если конечно успеет сделать причёску.

Любит: танцевать и наряжаться. Быть на виду.

Особенности: иногда может сосредоточиться и неожиданно для себя помочь Мишуне выпутаться из непростых ситуаций, в которых он частенько оказывается.

Предпочтительные направления продукции: товары для девочек, логические игры, спортивные товары.



Клякса

Характер: хвастливая, плутоватая, но трусливая собачка.

Любит: активные игры, до тех пор, пока она выигрывает.

Особенности: она появилась из кляксы и может принимать любую форму. Часто становится причиной сложностей, в которые попадают друзья.

Предпочтительные направления продукции: художественная, игры развивающие речь, моторику.



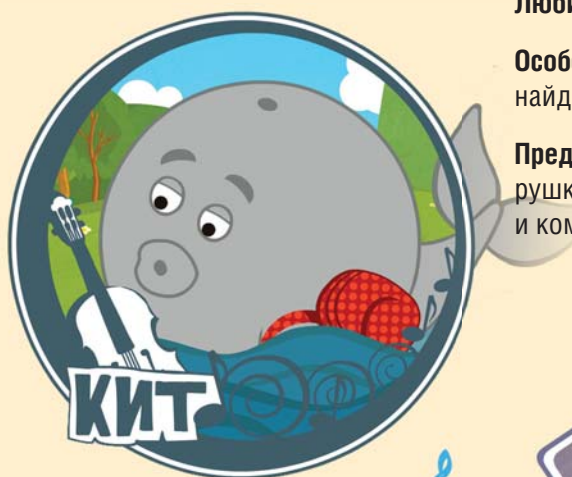
Синий Кит

Характер: спокойный и добрый кит. Вечно бубнит себе под нос какую-нибудь мелодию или играет на музыкальных инструментах.

Любит: музыку и путешествия.

Особенности: всегда с собой носит красный рюкзачок, в котором найдётся любой предмет от булавки до музыкального оркестра.

Предпочтительные направления продукции: музыкальные игрушки и обучающие пособия, товары для ванной комнаты, книги и компьютерные игры.

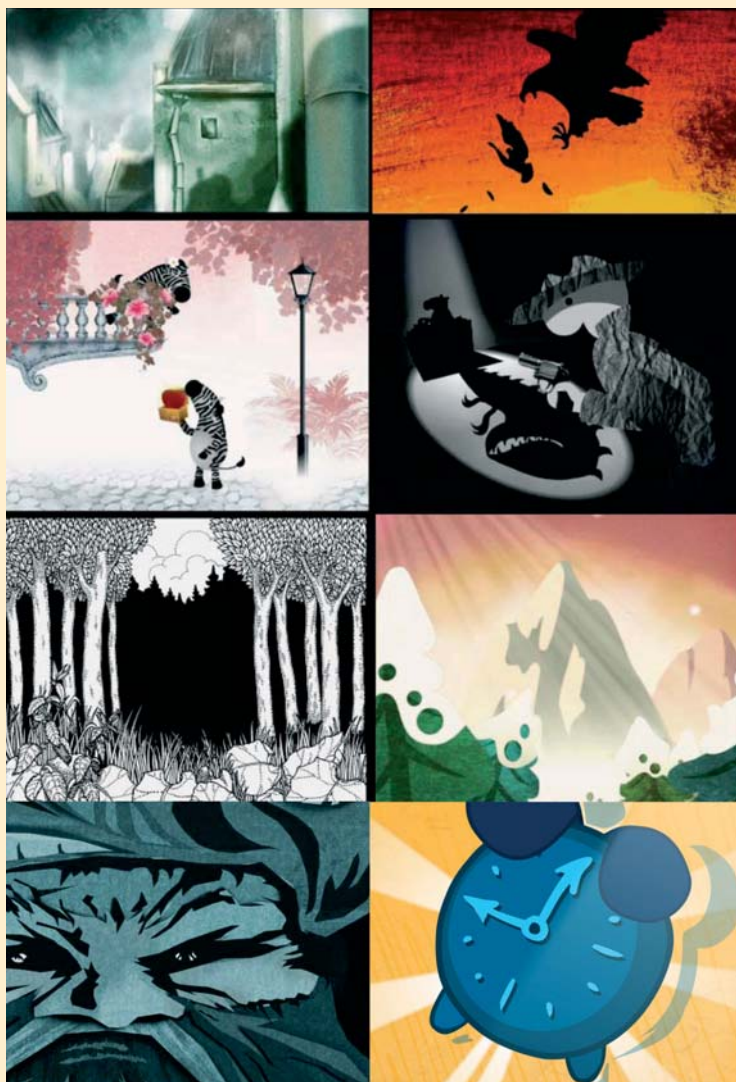


Техническая реализация

Разработкой бренда и технологий внедрения занимается «Арт-Штайн Студио». Студия имеет большой опыт в реализации комплексных решений в сфере развлекательных и инновационных медиа проектов.

В компанию входит несколько структурных подразделений:

- анимационный отдел (производство сериала «Мишуня» и рекламной телевизионной анимационной продукции);
- отдел дизайна (оформление полиграфии, разработка фирменного стиля, промышленный дизайн, брендинг);
- отдел интернет разработок и мобильных технологий (интернет сайты, интернет вещание, мобильные видео-сервисы, war, инновационные направления реализации видео-контента);
- студия звукозаписи.



Кадры из мультфильмов и анимационных рекламных роликов созданных в Арт-Штайн Студио.

Разработанные материалы

На сегодняшний день, в рамках проекта «Мишуня» сотрудниками «Арт-Штайн Студио» разработаны:

- концепция сериала представлена бренд-буком. В это руководство по созданию фирменной продукции и товаров в различных сегментах рынка детских услуг входят необходимые визуальные константы, зафиксированные в шаблонах, шрифтовых установках, макетах для верстки и паттернах. Данный бренд-бук является уникальной авторской разработкой и отражает фундаментальный подход к формированию ядра визуальной модели бренда. На его основе будут разрабатываться промышленные изделия бренда «Мишуня», фирменная полиграфия и мультимедиа.

Бренд-бук для проекта «Мишуня» изначально создаётся с учётом как художественно-технического процесса производства анимационного сериала, так и сопутствующей продукции бренда «Мишуня». Также созданы:

- проект анимационного сериала, **созданы две пилотные серии** по шесть минут;
- интернет-сайт www.mishunia.ru;
- wap-сайт wap.mishunia.ru;
- иллюстрированная детская книга о Мишуне и его друзьях;
- пять сказочных историй о приключениях Мишуни и друзей. (Автор: Игорь Шевчук);
- подготовлены материалы для создания развлекательного Интернет портала для детей. (Игры, истории, головоломки, около 100 страниц);
- проект образовательной телевизионной передачи;
- **зарегистрирован товарный знак «Мишуня».**

В проекте разработка фирменных изделий:

1. Издательский проект. (Книги о приключениях мишуни, раскраски, книги-игры)
2. Настольные игры
3. Компьютерные игры и интерактивные обучающие программы
4. Сувениры
5. Мягкие игрушки и аксессуары
6. Продукты питания
7. Кондитерские изделия с игрушкой
8. Изделия медицинского назначения
9. Модные аксессуары для детей
10. Обувь
11. Мобильные сервисы
12. Видеосборники
13. Аудиокниги.



Инвестиционные перспективы

В современной индустрии анимации России лишь единичные компании производят мультфильмы для детей.

Проблема заключается в высокой стоимости разработки анимации. Возможность производства Российских мультфильмов на сегодня полностью зависит от участия частных инвесторов и государственной поддержки.

Тем не менее, в мировой практике, обычной деятельностью является извлечение прибыли из производства мультфильмов за счёт продажи прав на товары с символикой проекта.

Инвестиционная поддержка подобных проектов может быть полезной для зрителя и выгодной для компаний и частных лиц.

Наша цель:

-создание новых национальных мультипликационных героев для детей России

Наше преимущество:

- почти полное отсутствие конкуренции со стороны других студий в создании новых российских анимационных сериалов

Наши инвестиционные перспективы и виды дохода:

- продажа прав на показ мультфильмов на ТВ и другие медиа каналы (кабель, спутник, мобильная связь, интернет),
- продажа книг и аудио-видео дисков развлекательной и образовательной тематики с фирменными персонажами,
- продажа фирменных компьютерных, настольных и мобильных игр, а также прав на них,
- продажа рекламы на собственных медиа ресурсах: интернет-сайт, интернет-онлайн-игра, детская социальная сеть и другие виды ресурсов,
- мерчандайзинг: продвижение товаров с фирменной символикой (продукты питания, игрушки, одежда и другие товары) в оптовых и розничных торговых сетях,
- франчайзинг: продажа прав на изготовление и распространение товаров с фирменной символикой другим лицам за плату (роялти).

Мы рассчитываем внести вклад в развитие Российского медиа-рынка и иметь возможность создания качественной, конкурентоспособной и полезной продукции для детей.

Игорь Мишуков
Руководитель Арт-Штайн Студии





«Арт-Штайн Студио»

191028, Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, д. 34, оф. 14

Моб. тел.: +7 (921) 961-50-29

Телефон, факс: +7 (812) 275-70-72

e-mail: igor@novatv.ru

www.art-stein.ru