

Movie Park — это небольшая пермская компания, специализирующаяся на производстве видео. Основное направление работы — рекламные ролики. Впрочем, Фёдор Балванович уверяет, что они снимают «вообще всё». «Любой ваш каприз — от репортажной съёмки до качественной нетривиальной рекламы — в наших силах», — отмечает собеседник. И рассказывает, что в этом году они заключили контракт с английским банком MoneyPolo, открыли филиал в Праге и снимали мотивационный ролик для туристического агентства Miami Beach Tour собственно в Майами и Нью-Йорке. В активе компании также сотрудничество с ГК «Промтех» и АО «ОХК «Уралхим».

В Прагу!

В Movie Park сегодня работает 16 человек. В прошлом году компания вышла на европейский рынок, открыв филиал в Праге. «Впервые оказавшись в Европе, я понял, что рынок можно и нужно расширять, тем более что в Перми люди не привыкли платить за труд и идеи», — говорит Фёдор.

Выбор города абсолютно субъективен: молодой предприниматель считает, что у Чехии, одной из немногих стран Евросоюза, большое будущее и хороший потенциал. Помимо этого, там проживает много русскоговорящих, что существенно упрощает коммуникации.

«ВПЕРВЫЕ ОКАЗАВШИСЬ В ЕВРОПЕ, Я ПОНЯЛ, ЧТО РЫНОК МОЖНО И НУЖНО РАСШИРЯТЬ»

На старте

Фёдор говорит, что видео он снимал всегда. Первый ролик — о пожарах — смонтировал в 14 лет, взяв видеоряд с сайта одной пермской телекомпании. Просто «для души». После школы Балванович поступил на экспериментальную специальность «Интегрированные маркетинговые коммуникации» на базе ФГБОУ ВО «Волжская государственная академия водного транспорта», где студентов учили производству и продвижению всех видов рекламы (фото- и видеосъёмка, анимация, основной рекламный текст, составление рекламы и т. д.). Чуть позже получил ещё один диплом о высшем образовании — «Международный бизнес» ПНИПУ.

Параллельно с учёбой Балванович работал оператором-постановщиком в ряде пермских компаний, однако осенью 2012 года решил, что ему нужна собственная компания. Так на свет появилась Movie Park.

Собственно, так всё и началось. Зарегистрировав компанию в Праге, ребята из Movie Park начали активно знакомиться и общаться с местными бизнесменами. «Наши идеи были как глоток свежего воздуха», — рассказывает Балванович. Дальше сработал эффект «сарафанного радио».

Именно таким образом — посредством активного общения — компания вышла на английский банк MoneyPolo. Общая стоимость контрактов с банком составляет, по словам Балвановича, порядка \$30 тыс. Movie Park снимает для них рекламные ролики, а также ролики для конкурса MoneyPolo Talent.

За первые девять месяцев оборот компании в Чехии составил \$47 тыс. Дальше будет легче, уверен директор Movie Park. Тем более что уже сейчас они наладили контакты с местными рекламными агентствами, начав снимать для них рекламные ролики.