



Ежегодная Национальная премия
медиагруппы «Комсомольская правда»

50

**ЛЕГЕНДАРНЫХ
БРЕНДОВ**

2022-2023 год

История проекта

В 2022 году мы продолжаем полюбившийся конкурс. И приглашаем российские компании получить - или подтвердить - громкое звание легендарного бренда: опоры экономики и фаворита потребителей

В 2019 году издательский дом «Комсомольская правда» впервые организовал и провел конкурс «50 легендарных брендов» среди брендов, чья история началась во времена СССР... или еще раньше

В 2020 и 2021 году мы расширили географию и масштаб проекта. За звание легендарных боролись, в том числе, бренды, появившиеся в последние десятилетия, но успевшие войти не только в нашу жизнь, но и в историю



Фотогалерея с церемонии награждения легендарных брендов

Интерес к проекту растет!

Число голосов, которые пользователи отдали за номинантов проекта на kp.ru

2019 год **5 300 625** голосов

2020 год **5 406 301** голос

2021 год **5 738 552** голоса

Торговые марки и бренды, которые приняли участие в проекте

2019 год **130** участников

2020 год **210** участников

2021 год **250** участников

Цели проекта

Преимственность и стабильность: привлечь внимание российских потребителей к брендам с историей, сохраняющим лидерство в своей отрасли на протяжении многих лет

Развитие и новые победы: наглядно показать, за счет каких инноваций, прорывов, новых смыслов и проектов (в том числе, социальных) брендам удастся оставаться легендарными, преодолевая любые сложности

Из настоящего в будущее: зажечь новые звезды отечественного рынка — будущие бренды-легенды!



Преимущества проекта



Масштабность

Потенциальный охват проекта - более 10 млн. человек



Нативность

Редакционная подача материалов проекта



Статусность

Статус участника или победителя проекта дает позитивный PR бренду и компании

Номинации проекта

В 2022-2023 годах мы выберем лучших из лучших среди отечественных брендов
в четырех номинациях

1 Легендарные бренды с историей

В номинации участвуют бренды, завоевавшие популярность до 1991 года

Кто сумел достойно пронести качество своей продукции, высокий статус бренда и народную любовь через десятилетия и даже века — решают сами потребители, в ходе народного голосования

2 Современные легендарные бренды

В номинации участвуют бренды, появившиеся после 1991 года, уже завоевавшие популярность и играющие заметную роль в отечественной экономике

Победителей определяет народное голосование

3 Легенды будущего

NEW

Участники этой номинации полны решимости однажды стать легендами

Здесь будут представлены новые бренды уже известных компаний, предприятия из разных регионов России, начинающие путь на федеральный рынок, нишевые бренды, перспективные стартапы и т. п.

Победителей определит народное голосование и экспертный совет с участием представителей ТПП РФ

4 Больше чем легенда

NEW

Специальная номинация для социально ответственных компаний

Сегодня большинство легендарных брендов в своей деятельности не ограничиваются просто выпуском качественной продукции. ESG-повестка плотно вошла в бизнес и в нашу жизнь. Потребители ждут от компаний участия в решении социальных проблем, развитии общества. И действительно сильный бизнес — занимается этим, становясь «больше, чем легендой»!

Победителей в этой специальной номинации определит народное голосование и экспертный совет проекта

Этапы проекта

Масштабное анонсирование проекта на всех площадках медиагруппы «КП»



Номинации «Легендарные бренды с историей» и «Современные легендарные бренды»

Механика

Редакция «КП» номинирует на конкурс 200 известных брендов

С августа 2022 года по январь 2023 года на сайте проекта проходит всероссийское народное голосование: легендарные бренды выбирают сами потребители

В марте 2023 года определяются победители: Топ-50 брендов (в 2 номинациях в совокупности), набравших максимальное количество голосов. Их представители приглашаются на торжественную церемонию для получения наград и статуса легенды

ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ

ДО 15 НОЯБРЯ
Голосование

НОЯБРЬ
Подсчет голосов и публикация победителей

ДЕКАБРЬ
Церемония награждения

НОМИНАНТЫ

Редакция выбрала для подборки самые крупные бренды, появившиеся в СССР и пережившие на территории России. Вы можете проголосовать за несколько вариантов

Росгосстрах 37046	«ГАЗ» 43220	«Сущевка» (ГОСТ СССР) 43291
«Снегулятафильм» 40900	«Тушинка» (ГОСТ СССР) 37791	«Московский заводный завод» («Пангоркин») 37732
«Росгосцирк» («Советгосцирк») 52045	Мороженов «Финская лаккома» 54020	Цирк Никулина на Цветном 54033
ВГИК 52255	Баллан «Звездочка» («Золотая звезда») 54300	Жостовская фабрика декоративной росписи 52091
«Ермала» 52291	Эрмитаж 52487	Росгосбанк 52091
«АВТОВАЗ» 52550	Большой театр 52220	
Пенсне «Юбилейное» 52540	«Большевинка» 52540	
Российские железные дороги (РЖД) 52794	Уральский завод 52744	
Колбаса «Докторская» 53251	«Сибиряк» Государственные оборонные заказы СССР 53044	
Сеть кофеен «Шоколадница» 53979	«Калашников» 53960	
«Париковская коммуна» 53848	Фотоаппарат «Зенит» 53947	
«Ленфильм» 53920	Шоколад «Аленка» 53916	
Икорный завод 53907	«Советское шампунь» 53906	
Принтеры «ИМЗАП» 53845	«КВН» 53832	
Сырок «Дружба» 53743	Артек 53722	
Напиток «Буратино» 53647	«Спортлото» 53647	
Черная икра Savigr (Волгоградское рыбное хозяйство) 53440	Аэропорт «Внуково» 53143	
«Рижский бальзам» 49000	Белая Дача 49096	
«Санкт-Петербургский Дом Книги» 36027	Парк культуры 36076	
Государственный университет управления 35275	Конфеты «Птичье молоко» 35072	ВДЦ «Орленок» 34978
Пиво «Жигулевское» 33569	Часы «Полет» 33550	Духи «Красная Москва» 33000
«Иллараторский фарфоровый завод» 33294	Конфета «Мишка хосолапый» 33001	Московский зоопарк 33030

Банк Хоум Кредит

Банк Хоум Кредит – технологичный розничный банк, участник международной Группы Хоум Кредит. 20 лет работает в России. Входит в топ-10 по объему портфеля кредитных карт. Клиентская база – около 36 млн человек.

[ПОДРОБНЕЕ](#)

«Мосфильм»

Краткое описание с переходом на индивидуальную страницу о бренде

ДОМАШНИЙ БАНК ДЛЯ РОССИЯН

В следующем году один из лидеров российского рынка потребительского кредитования – Банк Хоум Кредит – справляет 20-летний юбилей. Его услугами сегодня пользуется каждая третья российская семья.



Сегодня у банка девять офисов по всей России.

История банка началась в 2002 году: международная Группа Хоум Кредит приобрела инновационный банк Технополис, на его базе и вырос «Хоум Кредит». Первым потребительским кредитом, выданным под новым брендом, стал кредит на покупку стиральной машины Indesit. На следующий день оформили уже пять кредитов: на DVD-плеер, три телевизора и микроволновку. От выдачи ссуд на бытовую электронику быстро перешли к кредитованию покупок мебели и стройматериалов. Продукт пользовался спросом.

Тогда, в начале века, розничное кредитование только зарождалось. Банки учились работать с физическими лицами, или, как говорят банкиры, физиками. Банк Хоум Кредит изначально фокусировался на розничных клиентах. И эта стратегия оправдалась.

Сегодня клиентская база банка выросла до 36 миллионов человек, продуктами и услугами пользуются в каждой третьей семье.

Международная Группа Хоум Кредит работает в девяти странах Европы и Азии. Ее активы оцениваются в 18,5 млрд евро, а услугами пользуются 138,5 млн клиентов по всему миру. В компании работают 68,5 тыс. сотрудников.



Главный принцип «Хоум»: «Мы помогаем исполнить желания наших клиентов».

«Хоум» в переводе – «домашний», свой, уютный, почти родной. А клиенты его не какие-то «физические лица», а вполне конкретные люди со своими повседневными заботами.

Сейчас молодежь с трудом представляет, как в начале нулевых выглядел банковский бизнес. Это сегодня любой кредит можно за несколько минут оформить на сайте магазина или в мобильном приложении банка. А в те годы – вспоминают ветераны – каждый договор нужно было отправлять по факсу, заполнять кучу бумаг и стоять в длинных очередях.

Номинации «Легендарные бренды с историей» и «Современные легендарные бренды»

Визитные карточки брендов-участников на странице голосования размещаются бесплатно

Каждый номинант имеет возможность запустить информационную кампанию для дополнительного освещения своей деятельности и получения максимальной поддержки аудитории в ходе голосования

- Сайт **kr.ru, Россия**: лендинг о компании с анонсированием
- Радио **«КП», Россия**: мини-форматы в рамках рубрики «50 легендарных брендов»
- Соцсети **«КП»**: видеоролик о компании до 3 мин. во **ВК, ОК, Telegram**
- **«КП-Ежедневка», Россия**: публикация о бренде с фото

Пакет	Охват с анонсированием	Стоимость
Эконом	8 664 900	350 000 руб.
Стандарт	10 981 600	750 000 руб.
Охват	13 284 700	1 200 000 руб.

Состав пакетов в медиа-плане

Стоимость указана со скидкой и без учета НДС 20%, product cost включен

► Публикация в «КП-Ежедневка»

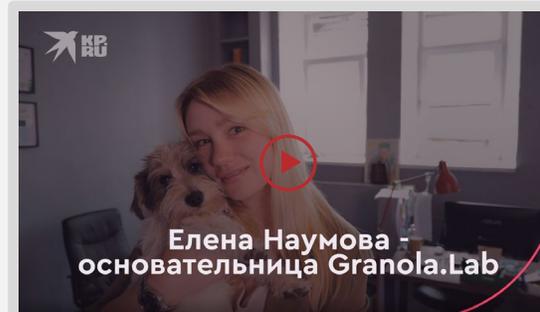
Во время голосования



Итоги



► Видеоролик



► Лендинг на kr.ru

«ПРОМОМЕД» НЕ СПИТ: УПРЕЖДАЕТ ОЖИРЕНИЕ И КОВИД

Вот уже 16 лет фармкомпания спасает человеческие жизни, на разных исторических отрезках решая самые сложные медицинские задачи

Группа компаний «Промомед» была основана единомышленниками во главе с Петром Белым в 2005 году. На сегодняшний день в портфеле компании более 180 наименований лекарственных средств.



Компания нацелена отвечать глобальным медицинским вызовам. Успешной реализацией поставленных амбициозных задач способствует наличие собственной производственной площадки с соответствующими технологиями и мощностями – завода «Биохимик» в городе Саранске, а также передового исследовательского R&D центра. Не многие ответственные фармпроизводители могут похвастаться таким серьезным ресурсом.

Одно из важных направлений деятельности компании последнего «доконovidного» времени – разработка и выпуск эффективных препаратов в критически важных направлениях, например, в области эндокринологии. Их эффективность подтверждена крупнейшим в мировой эндокринологии исследованием, изучающим **проблему ожирения** и собирающим почти 100 000 пациентов.

Много внимания также уделяется разработке **антибиотиков последних поколений** и запуску производства полного цикла – от молекулы до лекарственной формы.



Другие приоритетные сферы работы компании – неврология, онкология и широкий круг противовирусных препаратов. Во всех этих направлениях компания проводит клинические исследования, результаты которых признаются на международном уровне.

► Мини-форматы на радио «КП»



Номинация «Больше чем легенда»



В 2022 году в проекте появились новые номинации, отражающие тенденции развития экономики и отвечающие на актуальные запросы потребителей к бизнесу

Сегодня большинство легендарных брендов в своей деятельности не ограничиваются просто выпуском качественной продукции. ESG-повестка плотно вошла в бизнес и в нашу жизнь. Потребители ждут от компаний участия в решении социальных проблем, развитии общества. И действительно сильный бизнес — занимается этим, становясь «больше, чем легендой»!

КАК УЧАСТВОВАТЬ В НОМИНАЦИИ?

Участниками номинации могут стать компании, следующие принципам корпоративной социальной ответственности и реализующие соответствующие проекты. Каждый номинант получает информационный пакет для подробного освещения своей деятельности на благо общества.

Дополнительно компания может стать участником голосования в одной из «бренд-номинаций»:

«Легендарные бренды с историей» или «Современные легендарные бренды»

КТО ПОБЕДИТ?

ТОП-5 лидеров номинации — обладателей почетного звания «Больше чем легенда» — определяет народное голосование. Также будет вручаться специальная награда экспертного совета номинации

ЭКСПЕРТЫ НОМИНАЦИИ*

- **Вадим Ковалев**, член Общественной палаты города Москвы, первый заместитель исполнительного директора Ассоциации менеджеров
- **Ярослав Нилов**, председатель комитета Госдумы по труду и социальной политике
- **Наталья Агрэ**, заместитель председателя комиссии по социальной политике, трудовым отношениям и поддержке ветеранов
- **Елена Дружинина**, заместитель министра науки и высшего образования РФ
- **Наталья Починок**, председатель общественного совета при пенсионном фонде России

Номинация «Больше чем легенда»

Взнос за участие в номинации включает:

1. Визитная карточка компании на странице голосования
2. Лендинг о программах компании до 5 000 знаков
3. Представление проекта экспертному совету в Медиацентре «КП»
4. Эфир на Радио «КП» с представлением компании и проекта, хронометраж 11 мин.

Стоимость: 400 000 руб. | Охват с анонсированием: 8 150 000

Дополнительное информационное освещение

- Сайт **kr.ru, Россия**: новости компании
- Соцсети «КП»: видеоролик о компании до 3 мин. во ВК, ОК, Telegram
- Радио «КП», Россия: мини-сериал в рамках рубрики «50 легендарных брендов»
- «КП-Ежедневка», Россия: публикация о бренде

Пакет	Охват с анонсированием	Стоимость (включая взнос за участие)
Стандарт	10 175 450	750 000 руб.
Охват	12 834 750	1 200 000 руб.

Состав пакетов в медиа-плане

► Публикация в «КП-Ежедневка»

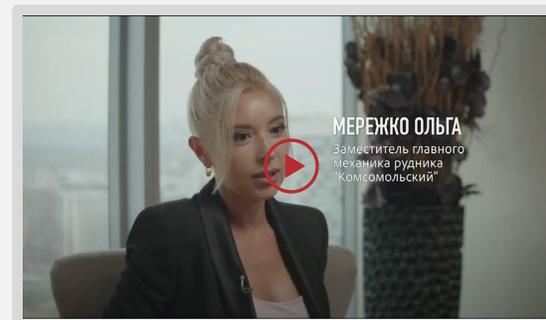
Во время голосования



Итоги



► Видеоролик



► Лендинг на kr.ru



► Мини-форматы на радио «КП»



Номинация «Легенды будущего»



при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ

Компании, полные решимости однажды стать легендой. Они хотят рассказать стране о своих прорывах и победах (первых или очередных), повысить уровень узнаваемости и укрепить свой бренд. Именно такие компании станут участниками новой номинации «Легенды будущего»

КАК УЧАСТВОВАТЬ В НОМИНАЦИИ?

Заявку может подать любая компания, не попавшая в «лонг-лист» легендарных брендов. Информация об участниках номинации размещается на странице голосования проекта и, при оформлении дополнительного инфопакета, на других площадках «КП»

КТО ПОБЕДИТ?

ТОП-5 победителей определит народное голосование. Кроме того, будет вручаться специальная награда экспертного совета

ЭКСПЕРТЫ НОМИНАЦИИ

- Представители ТПП РФ



Номинация «Легенды будущего»

Визитные карточки участников на странице голосования размещаются бесплатно

Каждый номинант имеет возможность запустить информационную кампанию для дополнительного освещения своей деятельности и получения максимальной поддержки аудитории в ходе голосования

- Сайт **kr.ru, Россия**: лендинг о компании с анонсом
- Радио «КП», Россия: мини-форматы в рамках рубрики «50 легендарных брендов»
- Соцсети «КП»: видеоролик о компании до 3 мин. во VK, OK, Telegram
- «КП-Ежедневка», Россия: публикация о бренде с фото

Пакет	Охват с анонсом	Стоимость
Эконом	8 664 900	350 000 руб.
Стандарт	10 981 600	750 000 руб.
Охват	13 284 700	1 200 000 руб.

Состав пакетов в медиа-плане

Стоимость указана со скидкой и без учета НДС 20%, product cost включен

► Публикация в «КП-Ежедневка»

Во время голосования



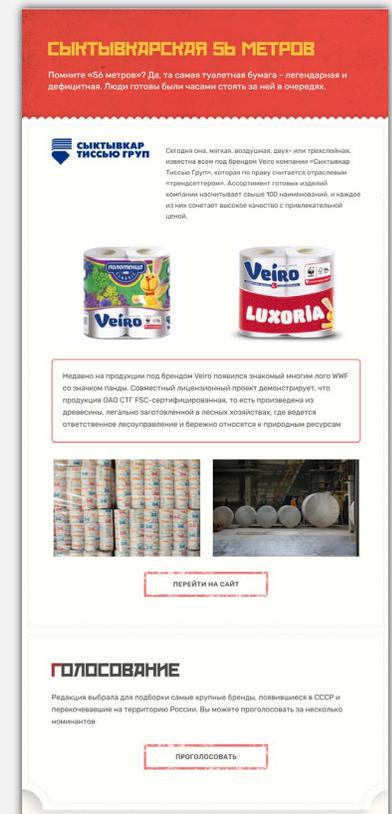
Итоги



► Видеоролик



► Лендинг на kr.ru

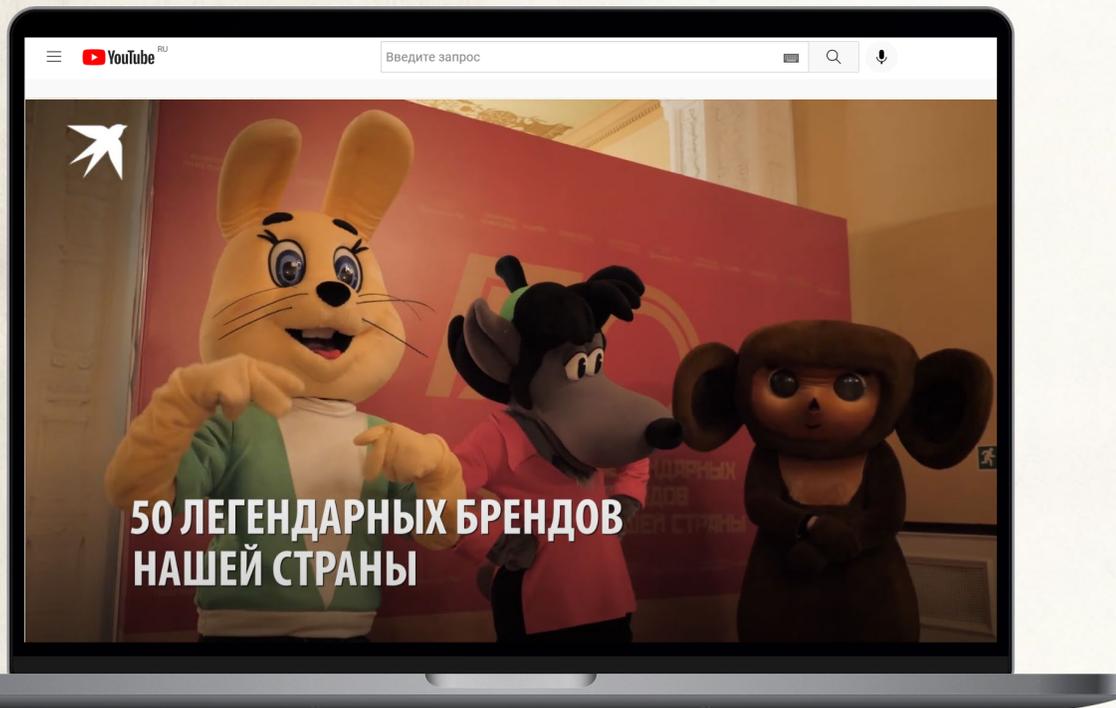


► Мини-форматы на радио «КП»



Церемония награждения

Пройдет в марте 2023 года



Видеопосты в социальных сетях в [VK](#), [OK](#), [YouTube](#), [RuTube](#)

Как это было в прошлые года



Партнеры проекта



Как стать частью легендарного проекта, не выбирая между номинациями?

Присоединяйтесь к команде партнеров и вы получите максимальный объем имиджевых и информационных возможностей

Официальный партнер

Участие в церемонии награждения

- Вручение приза
- Размещение логотипа партнера на дипломах победителей Премии и на press-wall
- Рекламный ролик перед церемонией награждения (до 3 минут)
- Предоставление слова представителю
- Вручение представительских пакетов с рекламной продукцией партнера VIP-гостям и другое

Сайт kp.ru

- Логотип на страницах Премии с указанием статуса партнера
- Индивидуальный лендинг партнера, новости партнера в Ленте новостей
- Интеграция в итоговый лендинг

Соцсети

- Видеоролик о компании, хронометраж до 5-х минут. Размещение ролика на сайте Премии, в сообществах «КП» в соцсетях ВК, ОК, Telegram, на церемонии награждения
- Интеграция в итоговый видеоролик с комментарием представителя компании о церемонии награждения с размещением в соцсетях ВК, ОК, Telegram, Viber и в итоговом лендинге

Радио «КП»

- Интервью партнера номинации на Радио «КП», хронометраж 11 минут
- Подкаст по итогам радиозфира с размещением на сайте radiokp.ru и на подкаст-платформах

Газета «КП-Ежедневка», Россия

- Представление партнера в анонсирующей премию публикации, объем 1/4 полосы

Охват с анонсированием: 16 384 200

Стоимость: 2 200 000 руб.

[Подробнее в медиа-плане](#)

Партнер номинации

Участие в церемонии награждения

- Участие в экспертном совете при выборе победителей номинации
- Вручение приза одному из победителей в номинации

Сайт kp.ru

- Логотип на страницах Премии с указанием статуса партнера номинации
- Лендинг о компании до 5 000 знаков, с анонсированием
- Интеграция партнера номинации в итоговый лендинг: статус партнера, комментарий/интервью до 1 500 знаков, 1 фото

Соцсети

- Видеоролик о компании, хронометраж до 5-х минут. Размещение ролика на сайте Премии, в сообществах «КП» в соцсетях ВК, ОК, Telegram, на церемонии награждения
- Интеграция в итоговый видеоролик с комментарием представителя компании о церемонии награждения с размещением в соцсетях ВК, ОК, Telegram, Viber и в итоговом лендинге

Радио «КП»

- Интервью представителя партнера на Радио «КП», хронометраж 11 минут
- Подкаст по итогам радиозфира с размещением на сайте radiokp.ru и на подкаст-платформах

Газета «КП-Ежедневка», Россия

- Представление партнера в анонсирующей премию публикации, объем 1/4 полосы

Охват с анонсированием: 5 618 800

Стоимость: 1 000 000 руб.

[Подробнее в медиа-плане](#)

Генеральный партнер проекта



Присоединяйтесь к команде партнеров и вы получите
максимальный объем имиджевых и информационных возможностей

Участие в экспертном совете при выборе победителя в доп. номинации

Участие в церемонии награждения

- Размещение логотипа партнера на дипломах победителей Премии и на press-wall
- Рекламный ролик перед церемонией награждения (до 3 минут)
- Предоставление слова представителю
- Вручение представительских пакетов с рекламной продукцией партнера VIP-гостям
- Награждение официальным сертификатом
- Product placement и другое

Сайт kp.ru

- Логотип на всех страницах Премии с указанием статуса партнера
- Визитная карточка на сайте Премии с представлением партнера и его миссии в проекте
- Индивидуальный лендинг партнера, новости партнера в Ленте новостей
- Интеграция в итоговый лендинг

Соцсети

- Видеоролик о компании, хронометраж до 5-х минут. Размещение ролика на сайте Премии, в сообществах «КП» в соцсетях ВК, ОК, Telegram, на церемонии награждения
- Интеграция в итоговый видеоролик с комментарием представителя компании о церемонии награждения с размещением в соцсетях ВК, ОК, Telegram, Viber и в итоговом лендинге

Радио «КП»

- Интервью представителя партнера на Радио «КП», хронометраж 11 минут
- Подкаст по итогам радиозэфира с размещением на сайте radiokr.ru и на подкаст-платформах
- Создание мини-сериала о компании, хронометраж выпуска до 3 минут

Газета «КП-Ежедневка», Россия

- Представление партнера в анонсирующей премию публикации, объем 1 полоса
- Итоги Премии с комментариями партнера, объем 1 полоса

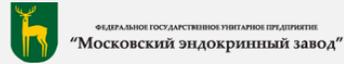
Охват с анонсированием: 21 822 700

Стоимость: 6 000 000 руб.

Подробнее в медиа-плане

Победители голосования

прошлых лет

«Комсомольская правда» №1 в рейтингах

Рейтинг российских СМИ по заметности в медиапространстве

IndEx, в млн.



Источник: Компания «Интегрум», 2020 год

Рейтинг любимых брендов россиян

% от людей, назвавших один из брендов



Источник: Online market intelligent, 2021

Рейтинг СМИ, пишущих о социальной ответственности

Данные по количеству сообщений



Медиалогия, июнь 2021 – июнь 2022



Все легенды в одном проекте!

Присоединяйтесь!

 50brands.kp.ru

