

80-ЛЕТИЕ ВЕЛИКОЙ ПОБЕДЫ

Специальные проекты Медиагруппы
«Комсомольская правда»



РАДИОМАРАФОН «ДЕНЬ ПОБЕДЫ»



Дата

8 мая 2025 г.



Суточная аудитория

2 196 600

Встречаем наш общий праздник всей страной! Весь день (включениями) в эфире Радио «Комсомольская правда» - с трансляцией на сайте radiokp.ru и в соцсетях «КП» и Радио «КП» - марафон, посвященный 80-летию Победы. Марафону будет предшествовать активное анонсирование на радио и на других медиаплощадках «КП»

ГЛАВНЫЕ ТЕМЫ

- Всё о параде Победы на Красной площади
- «Общий праздник»: включения из регионов с рассказами о том, какие традиции празднования Дня Победы существуют в Ярославле, Новосибирске, Калининграде и т. д.
- «Всё для Победы!» - вместе с гостями вспоминаем и рассказываем о военных страницах истории предприятий, вузов, самой «Комсомолки»
- «Читаем Василия Тёркина»: вспоминаем легендарную солдатскую поэму и читаем ее вместе с детьми, жителями разных регионов, актёрами Театра Российской армии
- «Поисковики»: репортаж о работе поисковых отрядов в наше время
- И многое другое!



ИНТЕГРАЦИЯ ПАРТНЕРОВ

- Интервью (с публикацией текстовой расшифровки на сайте kp.ru, а также подкаста на сайте radiokp.ru и подкаст-платформах)
- Партнерство одной из рубрик марафона (например, «Читаем Василия Тёркина»)

ВАРИАНТЫ ИНТЕГРАЦИИ В МАРАФОН

Пакет: Мини-форматы

Информационные мини-форматы
(3 оригинальных + 7 повторов)

Итого: 10 выходов в день марафона или в день марафона плюс 1 день

Хронометраж: до 2 мин.

Охват: 1 237 800

Стоимость: 350 000 руб.

Пакет: Интервью 11 минут

Анонсирующие ролики за три дня до выхода программы (10 шт. до 30 сек.)

Программа до 11 мин.

Подкаст по итогам выхода программы на радио

1 пост в соцсетях радио «КП»: VK, ОК, Телеграм

Охват: 1 438 300

Стоимость: 400 000 руб.

Пакет: Интервью 22 минуты

Анонсирующие ролики за три дня до выхода программы (10 шт. до 30 сек.)

Программа до 22 мин.

Подкаст по итогам выхода программы на радио

1 пост в соцсетях радио «КП»: VK, ОК, Телеграм

Охват: 1 479 400

Стоимость: 550 000 руб.

Размещение в отчетной статье по итогам марафона на сайте kp.ru

Охват: 10 000

Стоимость: 250 000 руб.

Размещение в отчетной статье в газете «Комсомольская правда», РФ

1/2 полосы в КП-daily: 350 000 руб.

Охват: 2 755 400 чел.

1/2 полосы в КП-weekly: 740 000 руб.

Охват: 3 024 600 чел.



Спонсорский пакет в рамках марафона

Анонсирующие ролики за три дня до выхода программы (10 шт. до 30 сек.)

Информационные мини-форматы до 2 мин.
(3 оригинальных + 7 повторов)

Программа до 11 мин.

Охват: 3 459 500

Стоимость: 650 000 руб.

Подкаст по итогам выхода программы на радио

Спонсорское упоминание заказчика в рамках марафона (6 шт. до 15 сек.)

1 пост-анонс в соцсетях радио «КП»: VK, ОК, Телеграм

«ДЕНЬ ПОБЕДЫ» В ЕЖЕДНЕВНОМ ВЫПУСКЕ ГАЗЕТЫ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»



 **Дата**
6 мая 2025 г.

 **Охват выпуска газеты**
Россия – 2 755 400 / Москва – 291 700

ТЕМЫ ПРОЕКТА

- Репринт победного номера «Комсомолки» 1945 года
- «Вместе со всей страной: фронтовая история «Комсомолки» к столетию издания». Рассказ о военкорах ВОВ + короткие истории современных журналистов «КП» об их предках-фронтовиках
- «Всё для Победы»: вклад тыла (предприятий, вузов и т. п.)
- «Солдатская смекалка»: оленьи батальоны, «гранаты» в бутылках и другие неожиданные находки, решения и хитрости времен Великой Отечественной
- «Переключка музеев Победы»: самые необычные и трогательные экспонаты, связанные с историей Великой Отечественной войны из разных регионов России
- И многое другое

ИНТЕГРАЦИЯ ПАРТНЕРОВ (статья, модуль, поздравление от партнера)

Публикация на Россию

- 1 полоса – 835 000 руб.
- 1/2 полосы – 440 000 руб.
- 1/4 полосы – 237 000 руб.
- 1/8 полосы – 124 000 руб.

Публикация на Москву

- 1 полоса – 301 000 руб.
- 1/2 полосы – 161 000 руб.
- 1/4 полосы – 99 000 руб.
- 1/8 полосы – 58 000 руб.

**Праздничный номер «КП»
будет разослан
по 100 крупнейшим
библиотекам страны**



ЗВЕЗДА ГЕРОЯ

Мультимедийный проект памяти и благодарности
всем участникам ВОВ

Идея проекта: зажечь на лендинге проекта звезду в честь каждого участника Великой Отечественной войны, которого помнят и чтят его потомки

ЭТАПЫ ПРОЕКТА

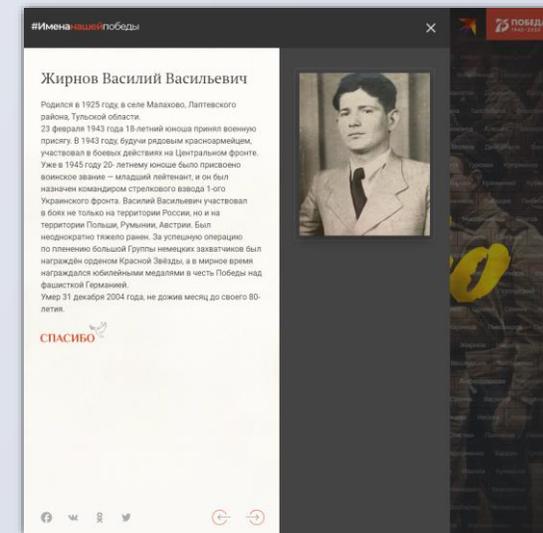
1. Люди оставляют в соцсетях и на странице проекта имена своих воевавших родственников
2. В честь каждого героя на виртуальном небе «загорается» звезда. При клике на нее можно будет увидеть ФИО и, если родственники пришлют, небольшую историю участника ВОВ
3. В День победы и далее — предлагаем всем читателям «КП» зайти на сайт проекта и вспомнить всех героев своей семьи, сказать им «Спасибо»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ПРОЕКТА

- Представление на портале и в постах проекта в соцсетях
- Возможность интегрировать в лендинг материал с рассказом о компании (желательно в контексте памяти о ВОВ, поддержки ветеранов, воспоминаний сотрудников о своих предках)
- Интервью на Радио «КП», хронометраж до 23 минут

Период проекта: апрель - май
Охват анонсирования: 7 895 900
Охват проекта: 495 900
Стоимость: 4 250 000 руб.

Пример формата



Ссылка на проект

ТОПЛИВО ПОБЕДЫ

Интерактивный образовательный проект, посвященный нефти и газу в годы Великой Отечественной войны

Идея проекта: напомнить россиянам о важнейшей роли добычи, переработки, транспортировки стратегических ресурсов в годы войны с помощью вовлекающего проекта (данную идею и механику можно адаптировать и для других отраслей, внесших вклад в Победу: «Связь Победы», «Наука для Победы»)

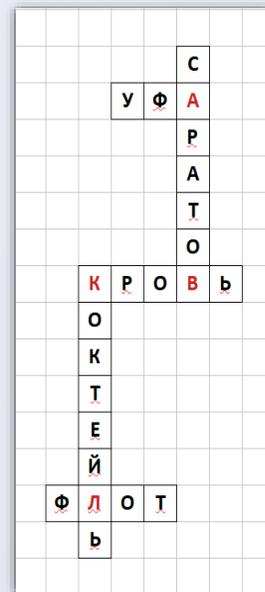
ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Главная площадка — интерактивный лендинг на базе сайта kp.ru. В преддверии Дня Победы на нем (одномоментно или с дополнением день за днем) размещаются вопросы викторины, оформленной в виде длинного кроссворда — удобного для «мобильных» пользователей. После ответа на очередной вопрос человек может открыть поп-ап с дополнительными фактами. В финале проекта — строчки и клетки с ответами могут «выстроиться» в силуэт нефтяной вышки с флагом Победы и поздравлением от партнера

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ И КОМПОНОВКИ ОТВЕТОВ

1. На НПЗ этого города только за 2 года войны было сброшено 3,5 тысячи крупных фугасных бомб и несчетное количество малых и зажигательных
2. В этот город на время ВОВ был переведен из Москвы Наркомат нефтяной промышленности
3. В романе Юлиана Семенова «17 мгновений весны» Гитлер называет нефть так: «Это ..., пульсирующая по артериям войны»
4. Простейший тип зажигательных жидкостных боеприпасов, при изготовлении которых часто использовали солянку, назывался «... Молотова»
5. Этот вид вооруженных сил за годы войны использовал 3,2 млн тонн нефтепродуктов

Пример викторины



Пример индивидуального тематического проекта

Каждая тонна нефти — наш залп по Гитлеру!

Еще во время Первой мировой войны директор французского генерального комитета по топливу сказал фразу, которую через четверть века подтвердила история: «Нефть — это кровь, пульсирующая по артериям войны». Изречение не получило широкой известности. А вот словосочетание «война моторов» прочно ассоциируется со Второй мировой и Великой отечественной.

Руководитель Центрального управления ранитного топлива и горючего Вооруженных Сил СССР генерал-полковник Василий Никитин привел данные: в 1941–1945 годы наши вооруженные силы израсходовали в стратегических, фронтовых и армейских операциях 16,4 млн тонн горючего. В четыре с лишним раза больше, чем в последнем мирном году.

СССР	Третий Рейх
1,3 млн человек	900 000 человек
3 444 Топки и САУ	2 733
2 900 Самолеты	2 050
19 300 Орудия и минометы	10 000

Вспомогательная информация: В Великобритании Битва за нефть началась в 1941 году. В СССР против нацистской Германии начались операции по переброске и началу работы на нефтяных скважинах в августе 1943 года.

Вспомогательная информация: Сталинград в 1942–1943 имеет решающее значение для Второй мировой войны — это была последняя попытка Германии добиться победы на континентальной Европе. Итальянская Армия не наступала, и наступление союзников развилось вправо.

В Великобритании Битва за нефть началась в 1941 году. В СССР против нацистской Германии начались операции по переброске и началу работы на нефтяных скважинах в августе 1943 года.

[Ссылка на проект](#)

ИНТЕГРАЦИЯ ПАРТНЕРОВ

- Визуальное представление в лендинге (логотип, брендинг, статус партнера)
- Информационное наполнение: материал о компании (история или современность) в лендинге

ТОПЛИВО ПОБЕДЫ

Дополнительные возможности в рамках проекта



Примеры формата

- Спецпроект в ежедневном выпуске газеты «Комсомольская правда»
викторина-кроссворд + факты по теме + материал о партнере
 - Объем – 2 полосы
 - Охват выпуска – 2 755 400
- Цикл мини-форматов на Радио «Комсомольская правда»
с размещением подкаста на сайте radiokp.ru и подкаст-платформах
 - Количество – 5+2 повтора (15), Россия
 - Хронометраж – до 3 минут
 - Охват мини-форматов на радио – 1 642 400
 - Прослушивания подкастов – 50 000



[Ссылка на проект](#)



Период проекта: апрель - май
Охват анонсирования: 8 197 800
Охват проекта: 4 497 800
Стоимость: 4 700 000 руб.

ВСЁ ДЛЯ ПОБЕДЫ!

Мультимедийный проект, рассказывающий об истории легендарных отечественных предприятий в годы ВОВ

Идея проекта: свой вклад в Победу внесли не только те, кто сражался на передовой, но и те, кто трудился в тылу — пахал, производил, изобретал, возил, печатал новости, поднимал боевой дух солдат и так далее: промышленные предприятия, вузы и НИИ, госпитали, газеты, даже театры и цирк. И многие из этих организаций работают и сегодня. С помощью этого проекта мы хотим напомнить об их трудовых подвигах

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

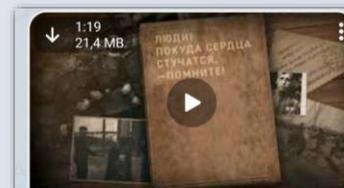
Зайдя на страницу проекта, пользователь видит карточки с названиями заводов/вузов, а также карточки с фактами о разных трудовых и научных достижениях в годы ВОВ («В годы войны этот завод был перемещен на Урал, с 1941 по 1945 здесь выпустили 500 танков, 300 тысяч военных «полторок», а также разработали уникальную технологию сварки металла. Более тысячи сотрудников предприятия ушли на фронт, не вернулся каждый второй...»)

Пользователю предлагается объединить название каждого завода с подходящим фактом. При правильном выборе «пары» он может открыть индивидуальную страницу участника проекта и узнать подробности об его военной и современной истории

ИНТЕГРАЦИЯ ПАРТНЕРОВ

- В интерактивный спецпроект на сайте kp.ru с вовлекающей механикой
- В марафон «День Победы» на Радио «КП» – интервью со спикером компании (о военной истории и современных достижениях) в праздничном марафоне, хрон.11 мин.
- «Связь поколений»: видеоролики в соцсетях «КП». Изготовление и размещение в сообществах «КП» в соцсетях 3 роликов (хрон. до 3 минут), в которых современные сотрудники компании рассказывают о своих воевавших предках и благодарят их за то, что сами они сейчас живут, работают. (При наличии фотографии предков — можно использовать элементы монтажа, при которых через лицо нашего современника проступают черты его дедушки-фронтовика)

Примеры форматов



В июне 1941 года Михаилу Ртищеву было 17 лет. Он сам попросился на фронт и через два года возил по льду Ладожского озера еду и боеприпасы в блокадный Ленинград, участвовал в боях за Варшаву и штурме Берлина. Когда война закончилась, Михаил устроился на нефтеперерабатывающий завод в Москве и проработал там до выхода на пенсию.

👉 В «фронтовом альбоме» мы собрали истории отважных сотрудников наших предприятий, кто в числе миллионов других день за днем приближал долгожданную Победу.

Сегодня мы вспоминаем героев и говорим спасибо ветеранам за их незабвенный подвиг.

С Днем Победы!



ВАРИАНТЫ ИНТЕГРАЦИИ ПАРТНЕРОВ

Период проекта: апрель - май

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПАРТНЕР

Сайт KP.RU

- Индивидуальный лендинг
- Брендирование проекта
- Логотип партнера на всех страницах проекта
- Интервью на основе радиоэфира
- Размещение видеороликов «Связь поколений» на отдельной странице с кратким описанием
- Согласование карточек предприятий для интеграции в проект

Радио «Комсомольская правда»

- Интервью со спикером компании о военной истории и современных достижениях. Хронометраж - 11 минут

Сообщества «Комсомольская правда»

- 3 видеоролика «Связь поколений» в сообществах «КП» в 6 соцсетях: Telegram, VK, OK, Viber, Дзен, RuTube. Хронометраж до 3 минут

Охват анонсирования: 8 161 300

Охват проекта: 761 300

Стоимость: 5 500 000 руб.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

Сайт KP.RU

- Карточка компании с переходом на индивидуальный лендинг в рамках проекта
- Логотип партнера на главной странице проекта
- Интервью на основе радиоэфира с видеороликом «Связь поколений»

Радио «Комсомольская правда»

- Интервью со спикером компании о военной истории и современных достижениях. Хронометраж - 11 минут

Сообщества «Комсомольская правда»

- Видеоролик «Связь поколений» в сообществах «КП» в 6 соцсетях: Telegram, VK, OK, Viber, Дзен, RuTube. Хронометраж до 3 минут

Охват анонсирования: 4 990 300

Охват проекта: 550 300

Стоимость: 2 900 000 руб.

ПАРТНЕР

Сайт KP.RU

- Карточка компании с переходом на индивидуальный лендинг в рамках проекта

Радио «Комсомольская правда»

- Интервью со спикером компании о военной истории и современных достижениях. Хронометраж - 11 минут

Охват анонсирования: 2 954 800

Охват проекта: 229 800

Стоимость: 1 050 000 руб.

17 МГНОВЕНИЙ ПОБЕДЫ

Рубрика, посвященная хронике последних дней Великой Отечественной войны



Примеры форматов

Идея проекта: каждый из 1418 дней Великой Отечественной достоин того, чтобы его помнили — и знали, как жили, сражались и работали тогда наши предки. Но в дни празднования Победы мы с особыми чувствами вспоминаем самые последние дни войны, такие долгожданные финальные шаги к «флагу над Рейхстагом». Давайте вспомним их вместе!

МЕХАНИКА ПРОЕКТА

В течение 17 дней перед юбилеем Победы (с 23 апреля по 9 мая 2025 года)

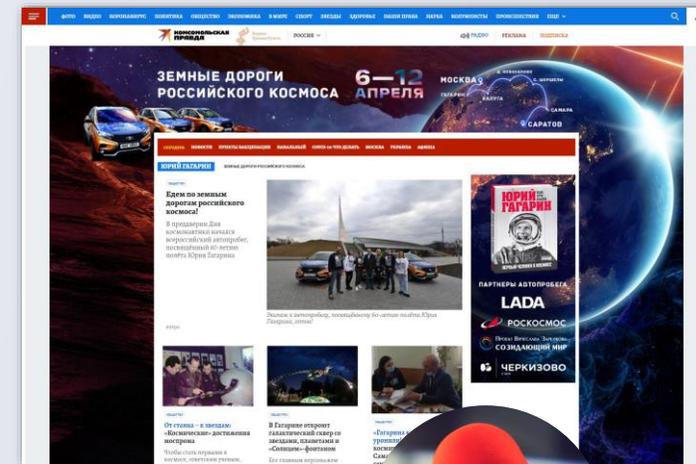
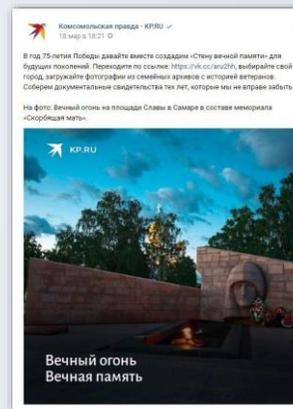
- В эфире Радио «Комсомольская правда» (мини-форматы)
- В социальных сетях «КП» и Радио «КП», а также на сайте kp.ru (раздел) выходит рубрика «17 мгновений Победы» - с хроникой каждого из заключительных, дней ВОВ

В основе контента — сводки Информбюро, архивы «Комсомолки», фронтовые дневники и письма

Например: 25 апреля 1945 года

С нарастающим ожесточением идут бои в центре Берлина. Войска 1-го Белорусского фронта соединились с войсками 1-го Украинского фронта, завершив окружение в Берлине группировки войск противника. В честь двух фронтов в Москве устроили салют... второй салют, в тот же день, был дан в честь войск 3-го Белорусского фронта за овладение городом и крепостью Пиллау.

Встреча союзников: войска 5-й гвардейской армии 1-го Украинского фронта вышли к Эльбе и в районе города Торгау вошли в соприкосновение с частями 1-й американской армии



ИНТЕГРАЦИЯ ПАРТНЕРОВ

- Нативная интеграция в анонсирующие ролики на Радио и в социальных сетях (например, в формате поздравления с Днём Победы)
- Брендирование раздела рубрики «17 мгновений Победы» на сайте kp.ru

Период проекта: апрель - май
Охват анонсирования: 8 185 500
Охват проекта: 4 215 500
Стоимость: 6 200 000 руб.

БУДЕМ РАДЫ СОТРУДНИЧЕСТВУ!

Команда Медиагруппы «Комсомольская правда»

www.advert.kp.ru

