



ЛИЦЕНЗИОННОЕ АГЕНТСТВО

ЮЛИИ ВЫСОЦКОЙ



ЮЛИЯ ВЫСОЦКАЯ

Телеведущая

Заслуженная артистка России

Актриса театра и кино

Автор кулинарных книг

Сыграла 8 главных ролей в театре и 11 главных ролей в кино.

Спектакли с участием Юлии идут на сцене Московского государственного академического театра им. Моссювета.

С 2003 года на телеканале НТВ ведет кулинарное шоу «Едим Дома!».

Автор более 4000 кулинарных рецептов.

Является идейным вдохновителем и создателем пула проектов, связанных с гастрономией — как онлайн, так и оффлайн.

За свою деятельность Юлия Высоцкая удостоена различных наград.



ТЭФИ

лучшая развлекательная программа: образ жизни
2007



ТЭФИ

лучшая ведущая утренней программы
2014 / 2016 / 2017



ТЭФИ

лучшая утренняя программа
2014



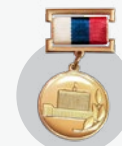
ЗОЛОТОЙ ОРЕЛ

за лучшую женскую роль, фильм «Рай»
2017



НИКА

за лучшую женскую роль, фильм «Рай»
2017



ПРЕМИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ

в области культуры
2017



ЗВАНИЕ «ЗАСЛУЖЕННЫЙ АРТИСТ РФ»

2018



НИКА

за лучшую женскую роль, фильм «Дорогие товарищи»
2021

ЛИЦЕНЗИОННОЕ АГЕНТСТВО

Едим Дома

**Целевая аудитория —
женщины и мужчины
в возрасте 18+**

Ценовой сегмент продукции —
средний, средний плюс.

женщины — 62 %
мужчины — 38 %

Julia
VYSOTSKAYA

**Целевая аудитория —
женщины в возрасте 30+**

Ценовой сегмент продукции —
средний плюс, премиум.

Доверяют Юлии Высоцкой
как лидеру мнений.

Лицензионное агентство Юлии Высоцкой создано в рамках Продюсерского центра Андрея Кончаловского в 2011 году с целью развития лицензионного бизнеса.

«Едим Дома» стал первым брендом агентства. В силу увеличения интереса к персоне Юлии Высоцкой бренд получил успешное развитие в сегменте lifestyle.

Для этого направления был создан бренд Julia Vysotskaya.



ЦЕННОСТИ БРЕНДА

**ЗАБОТА
О СЕМЬЕ**

УЮТ

**ДОСТУПНОСТЬ
И ДЕМОКРАТИЧНОСТЬ**

**КАЧЕСТВО
И НАТУРАЛЬНОСТЬ**

ПРАКТИЧНОСТЬ

Едим Дома



ЦЕННОСТИ БРЕНДА

Julia
VYSOTSKAYA

**ВКУС
И СТИЛЬ**

ПЕРФЕКЦИОНИЗМ

ЭНЕРГИЯ

**КАЧЕСТВО
ЖИЗНИ**

УВЕРЕННОСТЬ

КОСМОПОЛИТИЗМ



ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

— это приобретение права на использование бренда (товарного знака, визуального элемента).

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- 1.** увеличение узнаваемости — известный бренд привлекает внимание и вызывает доверие потребителей;
- 2.** повышение лояльности к продукту / торговой марке: ценности, которые транслирует лицензионный бренд, становятся ценностями товара производителя;
- 3.** расширение целевой аудитории: использование лицензии позволяет охватить большее число потребителей или выйти на новую целевую аудиторию, что повышает конверсию в продажи;
- 4.** сокращение расходов на вывод нового продукта или на рестарт существующего, снижение расходов на продвижение со стороны производителя;
- 5.** открытие новых возможностей для продвижения, создание актуальных информационных поводов;
- 6.** минимизация рисков — за счет поддержки бренда с наличием сформированной целевой аудитории.

БРЕНД-ПЛАТФОРМА

10 МЛН
УНИКАЛЬНЫХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
В МЕСЯЦ
edimdoma.ru

2009

программа
« СЛАДКОЕ
СОЛЕННОЕ »
на YOUTUBE

2018

программа
« МНЕ ЭТО
НРАВИТСЯ! »
на YOUTUBE

2018

4
КУЛИНАРНЫЕ
СТУДИИ
более 1 000 000
участников

2011

Едим Дома

МАТЕРИНСКИЙ БРЕНД

2003

40 МЛН
ЗРИТЕЛЕЙ
ПРОГРАММА
«ЕДИМ ДОМА»
на НТВ
756 выпусков

2003

ресторан
**FOOD
EMBASSY**
в Москве

2014

БОЛЕЕ **6** МЛН
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
ПОДПИСЧИКОВ
во всех соцсетях

46
КУЛИНАРНЫХ
КНИГ
общим тиражом
более 2 500 000

2006

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ О ЮЛИИ ВЫСОЦКОЙ

Результаты исследования демонстрируют, что знание непосредственно Юлии Высоцкой и деятельности, которой она занимается, показывают не менее 83 % совокупной выборки, при этом большинство указывает на то, что Юлия Высоцкая — телеведущая кулинарной программы и актриса.

КТО ТАКАЯ ЮЛИЯ ВЫСОЦКАЯ

РЕГИОНЫ (Краснодар, Ростов-на-Дону)



МОСКВА



Исследование Magram market research, география – Москва, Краснодар, Ростов-на-Дону
q: Знаете ли Вы, кто такая Юлия Высоцкая?

ДОВЕРИЕ ВЫБОРУ ЮЛИИ ВЫСОЦКОЙ

Крайне высокая степень заинтересованности аудитории наблюдается в вопросе тестирования блюд, приготовленных при участии Юлии Высоцкой, — 71 % в Москве и 77 % в Ростове-на-Дону и Краснодаре, что обуславливается высоким уровнем доверия целевой аудитории к выбору Юлии Высоцкой — 72 % и 71 % соответственно.

ИНТЕРЕС К БЛЮДАМ ЮЛИИ ВЫСОЦКОЙ

Хочу попробовать 71 %
Сомневаюсь 19 %
Не хочу пробовать 10 %



Хочу попробовать 77 %
Сомневаюсь 16 %
Не хочу пробовать 7 %



ДОВЕРИЕ ВЫБОРУ ЮЛИИ ВЫСОЦКОЙ

Доверяю 72 %
Сомневаюсь 20 %
Не доверяю 8 %



Доверяю 71 %
Сомневаюсь 22 %
Не доверяю 7 %



Исследование Magram market research, география – Москва, Краснодар, Ростов-на-Дону

q1: Хотели бы Вы попробовать блюда от Юлии Высоцкой? q2: Доверяете ли Вы выбору Юлии Высоцкой?

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Уникальность брендов Юлии Высоцкой — в их высокой степени индивидуализации: клиенты доверяют не просто торговой марке, каких на рынке много, они доверяют персоне — Юлии Высоцкой.

Присутствие
на рынке, более

14 ЛЕТ

Опыт в создании и брендировании продуктов во всех основных потребительских категориях, в сегментах food и non-food

Лицензионные
товары, более

550 SKU

Дистрибуция лицензионных продуктов в основных федеральных и региональных сетях, география распространения — Россия и СНГ, Европа, страны Азии

Лицензионные
контракты, свыше

50

Лицензионные контракты в категориях food и non-food, авторские коллекции обуви и аксессуаров, а так же кухонная мебель.

Оборот
за 2022 год

3 миллиарда
рублей

Розничный оборот по всем лицензионным продуктам

ПОДДЕРЖКА

Команда Лицензионного агентства Юлии Высоцкой совместно с партнерами проводит комплекс мероприятий:

- разработка продуктов, подбор ассортимента в лицензионную линейку;
- создание дизайна упаковки продукта, предпечатная подготовка, контроль цветопроб;
- медийная поддержка на этапе запуска и на протяжении всего цикла жизни лицензионного товара.

Интеграция бренда и образа Юлии Высоцкой в существующую упаковку партнера на примере продуктов здорового питания под брендом «ОГО»



БЫЛО

СТАЛО



ДИЗАЙН – РЕСТАЙЛИНГ

Работа над продуктом не заканчивается запуском его в производство. Ведется непрерывная работа по анализу точек роста или возможности улучшения потребительских свойств продукта. При устаревании дизайна или при выявлении недостатков производится рестайлинг дизайн-макета.

Рестайлинг существующего дизайна на примере упаковки специй под брендом «Едим Дома» в сотрудничестве с компанией «Домашняя кухня»



БЫЛО



СТАЛО

РЕСУРСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

EDIMDOMA.RU



www.edimdoma.ru

Кулинарный сайт №1 в России. Посетителей сайта объединяют любовь к программе «Едим Дома!», которая выходит на телеканале НТВ, а также уважение и интерес к лидеру сообщества и ведущей программы — Юлии Высоцкой.

35 млн

просмотров (страниц в месяц)

10 млн

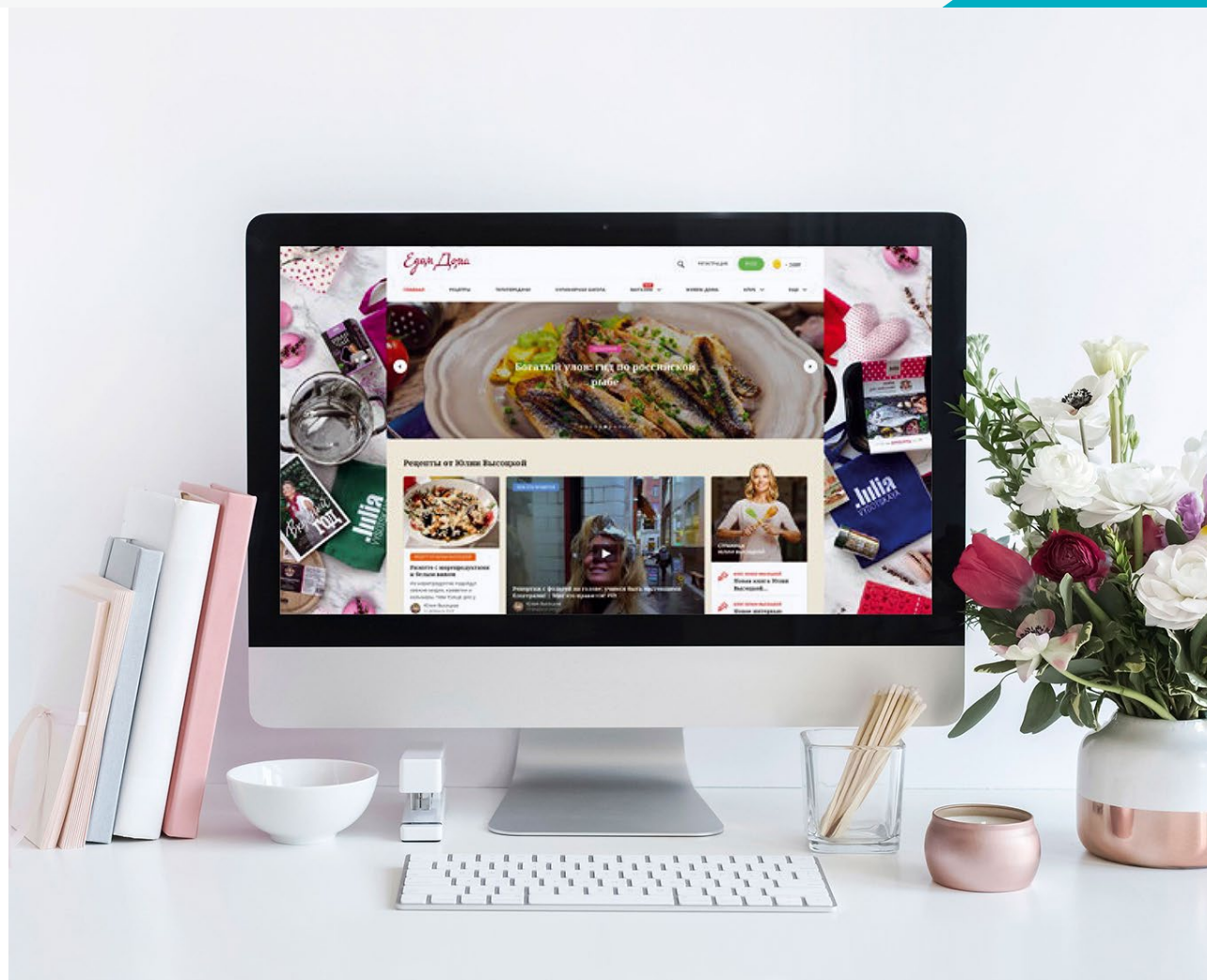
уникальных пользователей в месяц

345 000

среднесуточная посещаемость

4 867 848

суммарное количество подписчиков
во всех соцсетях



YOUTUBE



www.youtube.com/c/VysotskayaJulia

- Проект #сладкоесолёное — это легкая лаконичная программа Юлии Высоцкой на YouTube-канале, которая каждые выходные заряжает зрителей энергией и настраивает на кулинарные подвиги.
- «Мне это нравится!» Авторский проект Юлии Высоцкой о жизни во всех ее проявлениях: о театре, кино, книгах, путешествиях, вкусной еде, спорте, стартапах и людях.

более

881 000

ПОДПИСЧИКОВ

+50%

за последний год

СВЫШЕ

149 млн

просмотров



INSTAGRAM



www.instagram.com/juliavysotskayaofficial

Официальный личный инстаграм аккаунт Юлии Высоцкой

1,2 млн

ПОДПИСЧИКОВ

2050

публикаций

4 млн

показов

52 000

действий в аккаунте



juliavysotskayaof • Подписаться ...

Europe/Moscow



iva_n555 [?][?][?][?][?][?][?][?][?][?]

1 нед. Ответить



boroda.lekha Потрясающая актриса даже точнее женщина, человек.. «Рай» 50% даже не игры а жизни на экране это ваше, это Вы... спасибо

1 нед. Ответить



irenchik92132111 [?][?][?][?][?][?]

6 дн. Ответить



rezjul85 Очень красивая

20 ч. Ответить



31 227 отметок "Нравится"

26 ЯНВАРЯ

Войдите, чтобы поставить «Нравится» или прокомментировать.

TELEGRAM



www.t.me/s/vysotskayaofficial

Официальный личный телеграм-канал Юлии Высоцкой.

Это канал без политики, на котором нет горячих, актуальных новостей. Юлия Высоцкая и её редакция занимаются тем, что умеют. Пишут о вкусах. Кулинарном, эстетическом, культурном. О вкусе к жизни!



более

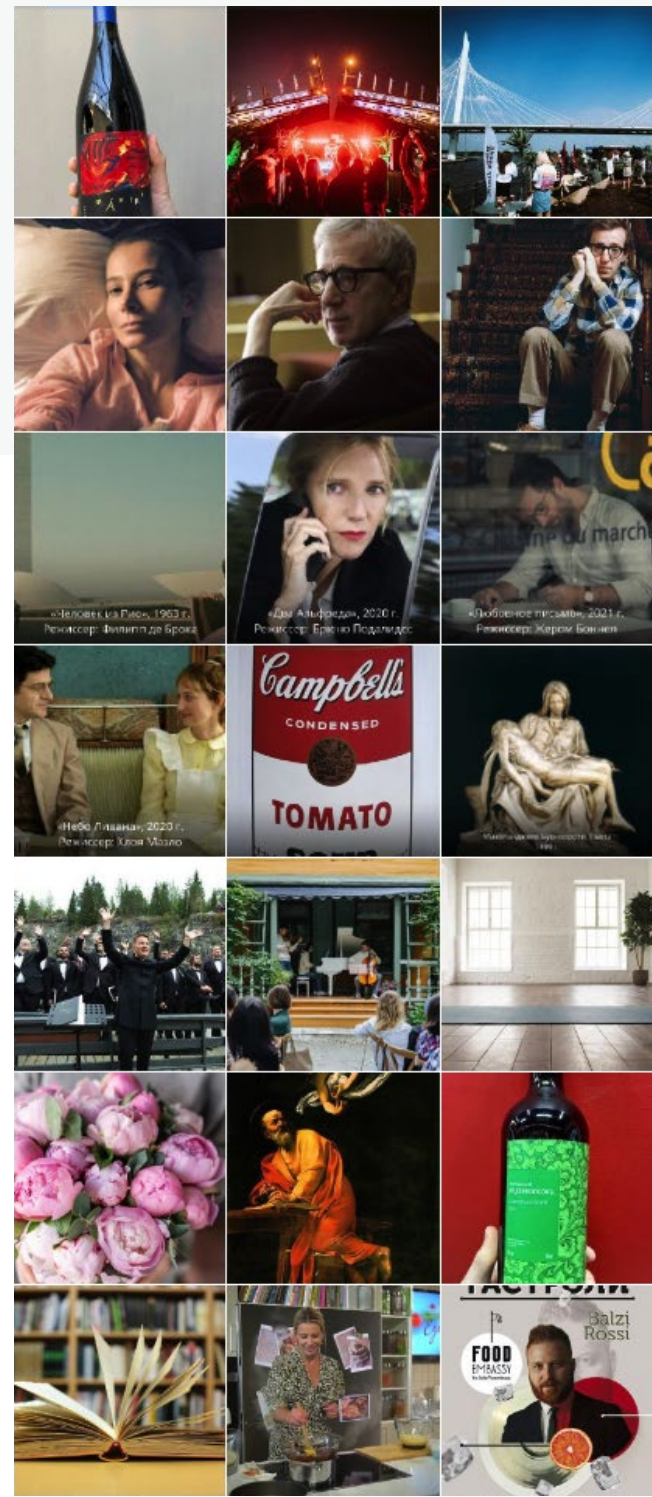
65 000

ПОДПИСЧИКОВ

более

1000

ПУБЛИКАЦИЙ



КУЛИНАРНАЯ СТУДИЯ

www.studio.jvcompany.ru

Кулинарные студии Юлии Высоцкой — это самая большая сеть интерактивных кулинарных школ в России. Здесь каждый гость может открыть для себя удивительный мир гастрономии и кулинарного мастерства, встретить единомышленников, обменяться опытом, найти новых друзей, отлично провести время, а главное — научиться вкусно готовить, не хуже самой Юлии Высоцкой!

10 лет

на рынке

4 кулинарных
студии

в Москве

120 000

гостей в год

**ежедневные
мастер-классы**

3 раза в день / 7 дней в неделю

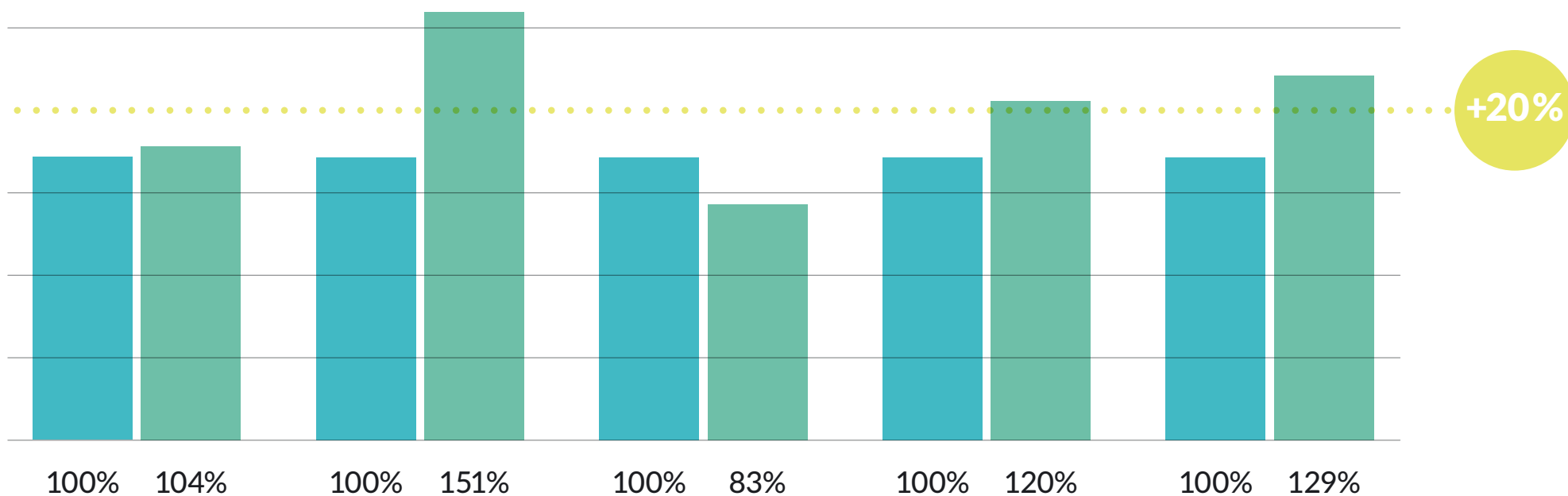


ВЛИЯНИЕ ЛИЦЕНЗИИ НА РОСТ ПРОДАЖ

Партнер, приобретающий лицензию, получает мощный инструмент продвижения своей продукции.

Правильно использованный, этот инструмент создает эффект синергии, увеличивает узнаваемость и создает дополнительную ценность продукта в глазах потребителя.

Использование лицензии Юлии Высоцкой позволяет добиться увеличения объема продаж в среднем на 15–20 % в год*. А также положительно влияет на имидж бренда партнера в целом.



* Графики носят иллюстративный характер. Среднее значение роста объемов продаж рассчитано на основе среднегодовой динамики показателей компаний-партнеров за последние 5 лет.

МАСТЕРСКАЯ КУХОННОЙ МЕБЕЛИ «ЕДИМ ДОМА»

Мария

Мастерские кухонной мебели «Едим Дома!» – авторский проект Юлии Высоцкой, который был запущен в сотрудничестве с крупнейшим производителем мебели «Мария».

В 2019 году эксперты авторитетного делового журнала Forbes включили проект Юлии Высоцкой в топ-10 самых выгодных российских франшиз стоимостью до 1 миллиона рублей. В престижный рейтинг Мастерская кухонной мебели «Едим Дома!» попадает уже во второй раз. И снова, как и в 2017 году, остается в этом списке единственной представительницей мебельной отрасли.



КОЛЛЕКЦИЯ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

весна-лето 2019/20 и осень-зима 2020/21

Авторские капсульные коллекции Ekonika by Julia Vysotskaya — это коллекции обуви и аксессуаров Юлии Высоцкой совместно с брендом «Эконика». Весна-лето 2019/20 и осень-зима 2020/21.

В коллекциях Юлии Высоцкой представлен ее взгляд на безусловный must have в гардеробе каждой современной женщины, которая хочет всегда выглядеть актуально.

Креативной идеей коллекций Ekonika by Julia Vysotskaya стали рисунок Петра, сына Юлии.



Эконика



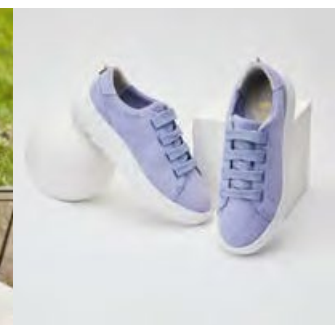
КОЛЛЕКЦИЯ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

весна-лето 2023

Итальянский бренд Geox совместно с Юлией выпустил капсульную коллекцию обуви и аксессуаров сезона весна-лето 2023. Капсула Geox & Julia Vysotskaya получилась по-итальянски солнечной и яркой, благородной и женственной, стильной и практичной.

Первая линия включает три нарядных пары обуви в благородном коньячном и ультрамодном лавандовом оттенках. Вторая линия капсулы — функциональная и женственная обувь, которую так приятно носить летом.

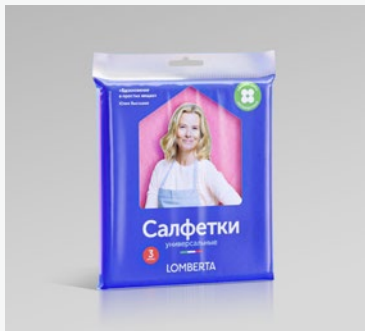
Для капсулы был специально разработан логотип, который отражает стиль и настроение коллаборации и используется в качестве брендинга на предметах коллекции.



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ FOOD



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ NON FOOD



НАШИ ПАРТНЕРЫ





ЛИЦЕНЗИОННОЕ АГЕНТСТВО
ЮЛИИ ВЫСОЦКОЙ

**МАРИЯ
КОЗЕЕВА**

генеральный директор

+7 903 720 78 25
kozeeva@konchalovsky.ru

**ФАТИМА
ГИЗАТОВА**

менеджер по развитию
лицензионных проектов

+7 964 583 74 95
gizatova@konchalovsky.ru

**ЕКАТЕРИНА
РАДАЕВА**

менеджер по развитию
лицензионных проектов

+7 926 784 01 34
radaeva@konchalovsky.ru