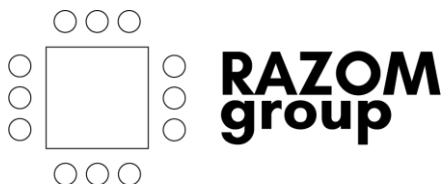




# Digital кейси 2022: Україна у військовий час

Видано у березні 2023



## ● Зміст

**03** Вступне слово

**06** Квітень  
Приклади розміщень, які  
були першими помічені  
після паузи

**12** Червень  
Активізація проектів різних  
напрямків, спецпроекти,  
ситуаційний маркетинг від  
брендів в стилі ЄС, ЦУМ  
Київ, Cannes Lions Awards  
2022

**23** Серпень  
Партнерство, спецпроекти,  
ситуаційні рекламні кампанії

**33** Жовтень  
Партнерство, спецпроекти,  
ситуаційні рекламні кампанії

**49** Грудень  
Партнерство, спецпроекти,  
благодійні кампанії, новорічні  
рекламні кампанії, ситуаційні  
рекламні кампанії

**04** Команда проєкту

**08** Травень  
Beauty напрямки кампаній,  
трендові, ситуаційний кейс  
UAnimals

**18** Липень  
Партнерство,  
спецпроекти, ситуаційні  
рекламні кампанії

**28** Вересень  
Партнерство, спецпроекти,  
ситуаційні рекламні кампанії

**41** Листопад  
Партнерство, спецпроекти,  
ситуаційні рекламні кампанії

**65** Загальні висновки



## Аліна Котенко

CEO Havas Media Ukraine

У 2022 році ринок інтернет-реклами України пройшов складний шлях до відновлення. Ми, як і більшість українців, з початком війни перебували в шоківому стані. Всі рекламні кампанії були зупинені, і ніхто не розумів, що буде далі.

Десь з середини березня прийшло усвідомлення, що майже всі інструменти аналізу клієнтських активностей, які були доступні до війни, перестали бути такими. Тому, щоб зрозуміти ситуацію на ринку, було прийнято рішення самостійно провести збір кейсів digital-реклами. У квітні були зібрані тестові результати, які показали, що ринок оживає. А відгуки наших клієнтів дали нам мотивацію продовжити збір даних до кінця року.

Починаючи з осені обсяги та періоди розміщення реклами досягли таких обертів, що ручний збір даних по стандартним медійним кампаніям перестав бути показовим, через неможливість безперервного моніторингу. Тому з вересня і до кінця року ми зосередилися на зборі тільки нестандартних кейсів, рекламних постів в Instagram, Telegram та digital новин.

В цьому дайджесті ділимося найцікавішими прикладами, які зустрічалися нам протягом 2022 року, та загальними висновками щодо рекламної активності брендів, які підтримали економіку країни.

І зараз можна точно сказати, що діджитал ринок, та і рекламний ринок в цілому, впевнено відновлюється і як небайдужість брендів, та насамперед людей, що за ними стоять, надають прискорення цьому відновленню.

## ● Команда проєкту:



**Ольга Соловйова**

Head of Strategic Havas Media Ukraine



**Марина Захарова**

Digital Head Havas Media Ukraine



**Валерія Поліщук**

Digital Media Planner Havas Media Ukraine



**Марина Малишева**

Digital Media Planner Havas Media Ukraine

# Загальна хронологія проєкту

Період відновлення діджитального ринку України умовно можна поділити на 4 етапи:

Квітень -  
Травень 2022

Період перших спроб пристосуватися до нових умов існування після оголошення про війну. Ринок поступово оживав та набував окреслень.

Поступово кількість рекламодавців зростала, дивлячись на досвід інших вже реалізованих проєктів все більше Клієнтів приймали рішення виходити на ринок зі своїми повідомленнями.

Червень -  
Липень 2022

Період коли все більше проявляється сміливість Клієнтів у креативі ситуаційному, та все більше спостерігається тренд до нормалізації креативу до звичайного. Саме у серпні обсяги та періоди розміщення реклами досягають таких обертів, що ручний збір даних перестає бути показовим, через неможливість безперервного моніторингу.

Серпень 2022

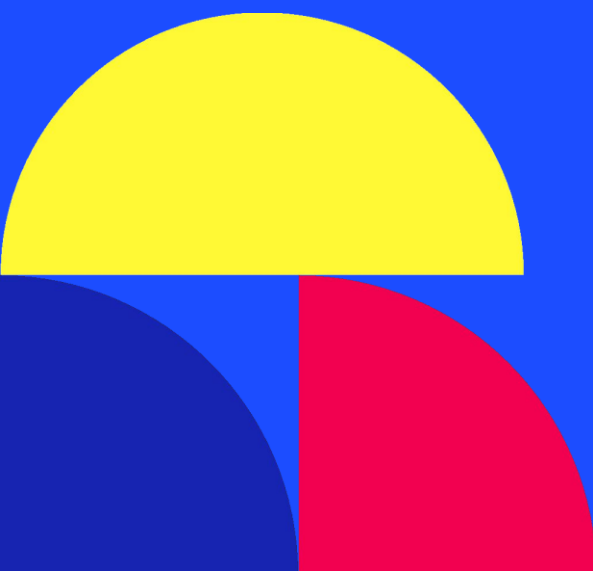
Цей період характеризується такими процесами як поступова стабілізація підходів та використаних форматів та часткова експансія у розмірах і масштабах кампаній і Клієнтів. Аналіз потребує зосередження тільки на спеціальних проєктах та нестандартних кейсах.

Вересень -  
Грудень 2022

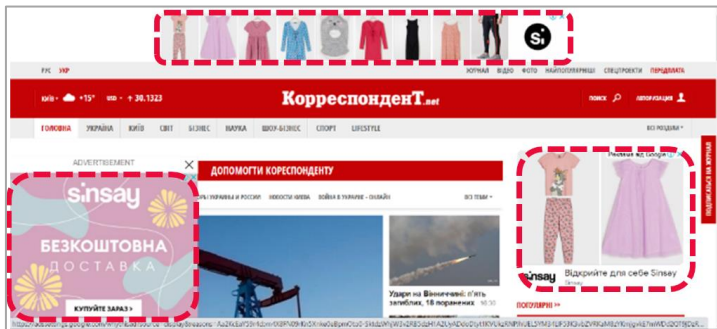


# КВІТЕНЬ

РИНОК ОЖИВАЄ



# Приклади розміщень у квітні 2022

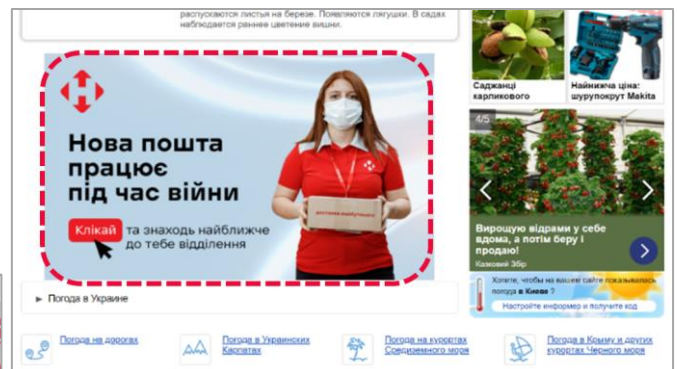


**SINSAY: GOOGLE, BANNER&SEARCH&SHOPPING**

**SKODA/BMW/DAF/JAC: AUTOCONSULTING.UA, BANNER**



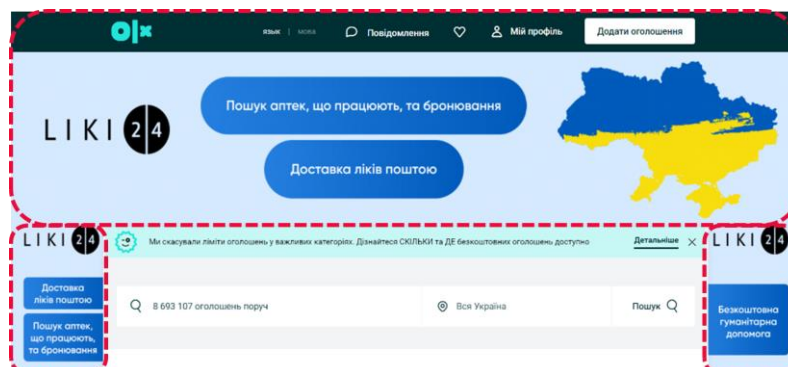
**НОВА ПОШТА: ADPARTNER (SINOPTIK.UA), BANNER**



**УКРПОШТА: INFOCAR.UA, BRANDING**



**ЛІКІ24: OLX.UA, BRANDING**





# ТРАВЕНЬ

період розгойдування

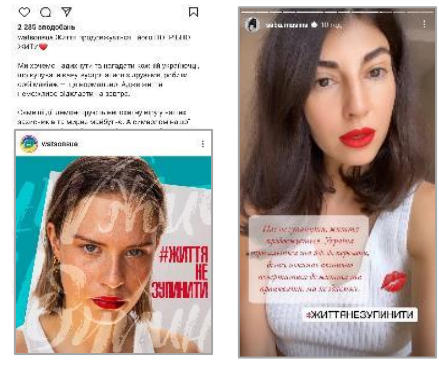




# Beaty напрямки кампаній

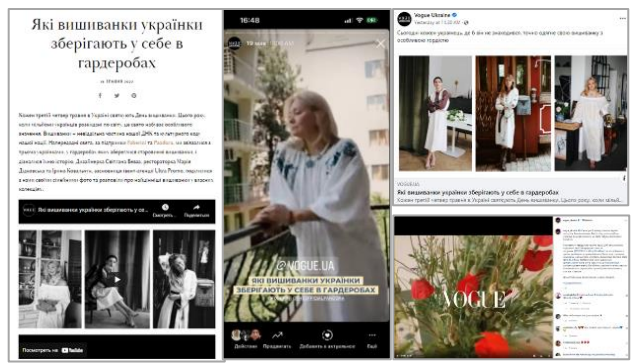
## КЕЙС WATSONSUA #ЖИТТЯНЕЗУПИНИТИ: СОЦМЕРЕЖІ

- Watsons Ukraine 12.05 запустили флешмоб у Facebook та Instagram з закликком демонструвати свій супротив – викладаючи світлини з червоними устами, хештегом #ЖиттяНеЗупинити та розповідями про свою силу та сміливість. Сам проєкт – це історії відважних українок, які не зважаючи на обставини, не втрачають жагу до життя
- Аудиторія позитивно відреагувала на ідею проєкта і його висвітлення в соціальних мережах. А деякі навіть прийняли активну участь у флешмобі



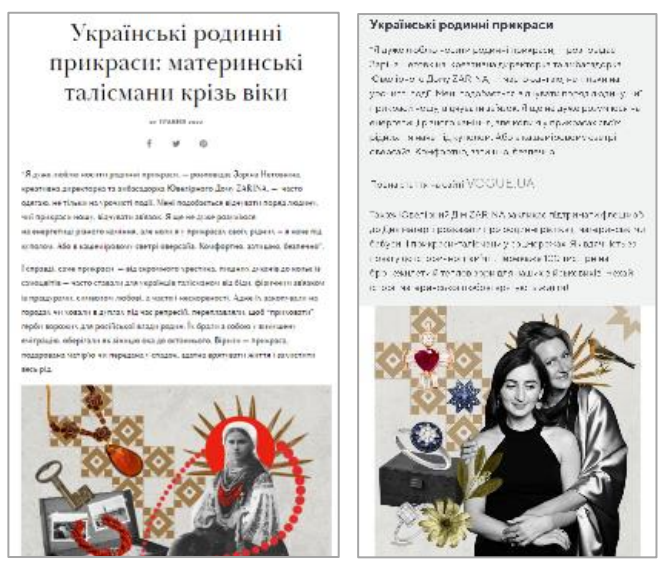
## PANDORA&FOBERINI: VOGUE, SPECIAL PROJECT (WEBSITE + YOUTUBE + IG + FB)

- Матеріал "Які вишиванки українки зберігають у себе в гардеробах" був розроблений VOGUE за підтримки Foberini та Pandora
- Крім цього, в рамках проєкту було створено зворушливе відео про історії старовинних вишиванок трьох українок
- Додатково в матеріал буди включені посилання на колекції клієнтів, а сам проєкт анонсувався в соцмережах VOGUE



## ZARINA: VOGUE, SPECIAL PROJECT (WEBSITE + IG + FB)

- Матеріал "Українські родинні прикраси: материнські талісмани крізь віки" був розроблений VOGUE за підтримки Ювелірного Дому ZARINA з анонсуванням у соцмережах сайту та клієнта
- Також в рамках даного проєкту [бренд закликав](#) підтримати флешмоб до Дня матері #мамин\_талісман\_zarina і розказати про родинні реліквії, материнські чи бабусині прикраси-талісмани у соцмережах



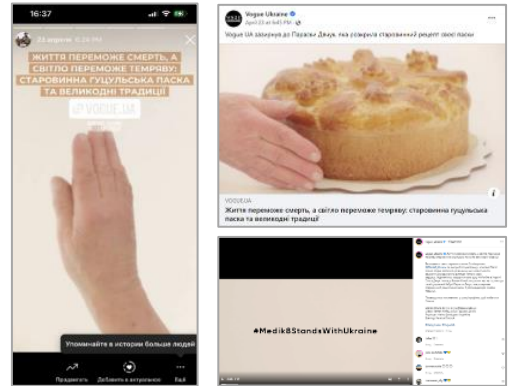
# Трендові

## MEDIK8:

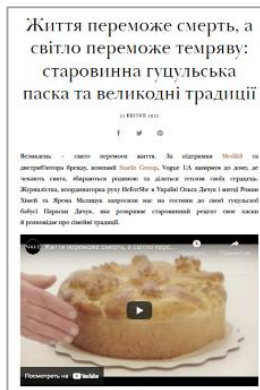
VOGUE, SPECIAL PROJECT (WEBSITE + YOUTUBE + IG + FB)

- Матеріал "Життя переможе смерть, а світло переможе темряву: старовинна гуцульська паска та великодні традиції" був розроблений Vogue за підтримки Medik8 та дистриб'ютора бренду, компанії Starlit Group у квітні
- Крім цього, в рамках проекту було створено атмосферне відео процесу приготування паски за старовинним рецептом
- Додатково проєкт анонсувався в соцмережах Vogue

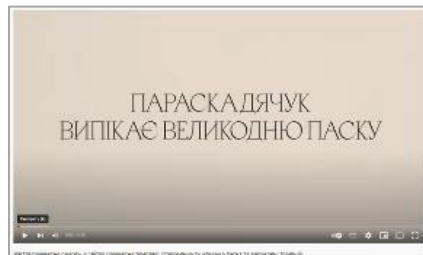
## ПРИКЛАДИ ПРОМО



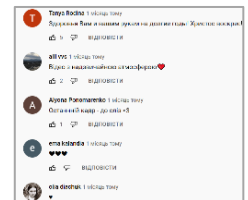
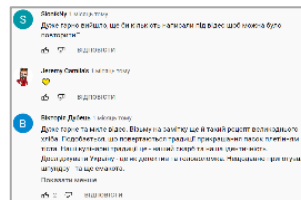
[VOGUE FB](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ TWITTER](#)



## КРЕАТИВ + РЕАКЦІЯ ЦА



[ВІДЕО YOUTUBE](#)



[МАТЕРІАЛ VOGUE](#)

## ДАРНИЦЯ, МОНОВАНК, МОКО І НЕ ТІЛЬКИ: TELEGRAM, СТІКЕРПАКИ

### DARNITSAUA



### ДІЛИМО НА ЧАСТИНИ. МОНО



### СТІКЕРИ ВІЙНИ



### UA LIVE



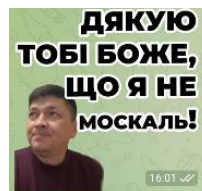
### АРЕСТОВИЧ



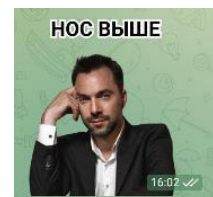
### Слава Україні! МОКО



### ВСЕ БУДЕ УКРАЇНА



### КИМ



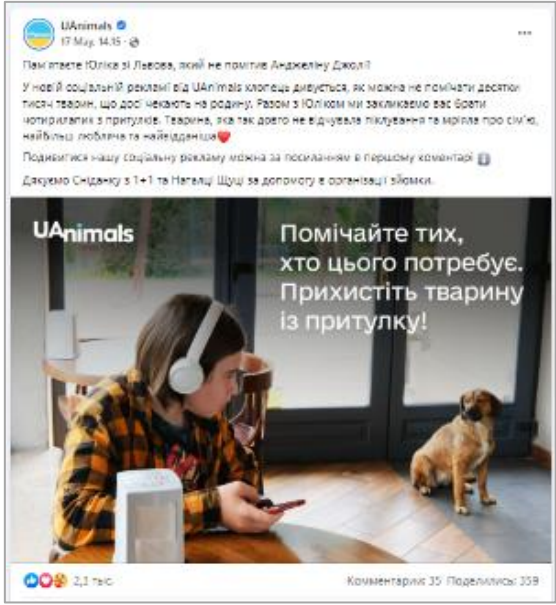
### УСПОКОИТЕЛЬНЫЙ АРЕСТОВИЧ

# Ситуаційний Кейс UAnimals

## Анджеліна Джолі в Україні

Під час візиту Анджеліни Джолі в Україну було знято [ситуаційне відео](#), в яке потрапив хлопець, що не помітив зірку. Команда UAnimals швидко зреагувала і змогла вдало обіграти ситуацію в своєму соціальному ролик

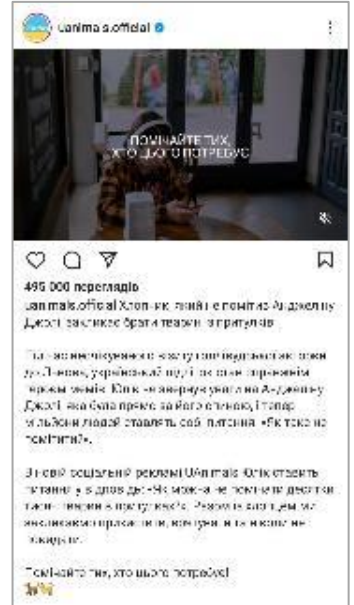
### КРЕАТИВ



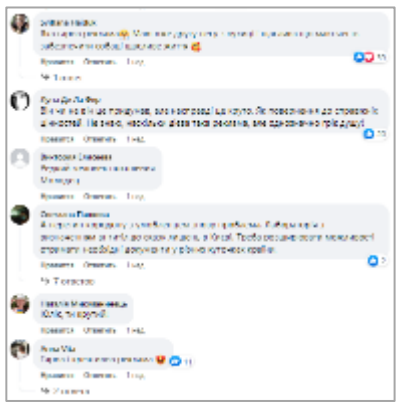
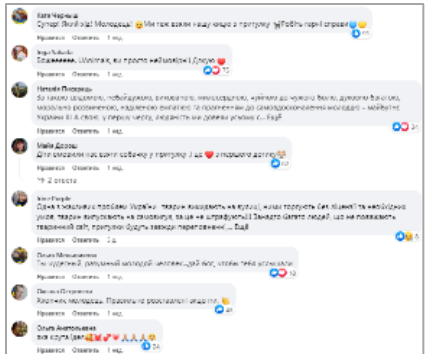
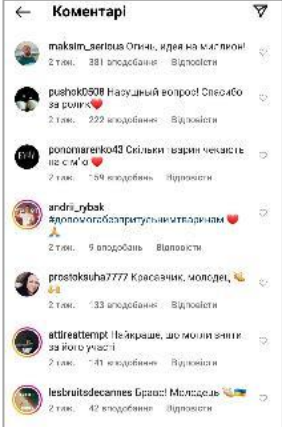
**ВІДЕО FACEBOOK**



**ВІДЕО INSTAGRAM**



### РЕАКЦІЯ ЦА FB+IG



**ПОСТ FACEBOOK**



# ЧЕРВЕНЬ

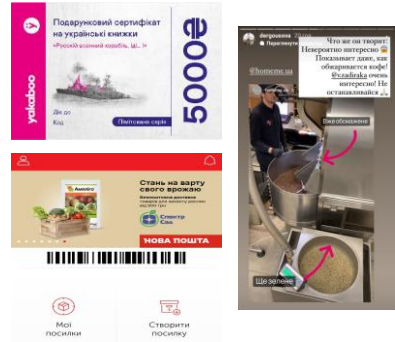
зміцнення трендів



# Активізація проєктів різних напрямків

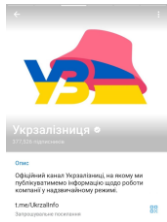
У червні було реалізовано декілька проєктів **партнерства**, серед яких:

1. Партнерство **Укрпошта та Yakaboo** - була організована акція з 09.06 до 18.06, в рамках якої можна було отримати першу легендарну марку з кораблем у подарунок
2. Всередині додатку від **Нова Пошта** в галереї слайдерів було виявлено партнерство з такими клієнтами як: Спектр Сад, INTERTOP, GoodToys.com.ua, FOZZY, MOYO, ATHLETICS
3. Бренд постільної білизни **Home Me**, в рамках своєї **п'ятничної рубрики "Люблю ЖИТТЯ"**, запросив до себе в Stories Instagram засновника компанії **ONE LOVE coffee** Володимира Задіраку. Протягом п'ятниці Володимир показував з чого складається його день, при цьому органічно згадував обидва бренди та їх продукти

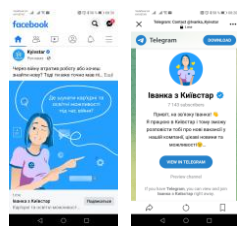


Другим напрямком стала **реклама на FB з переходом в Telegram**. Деякі з кейсів:

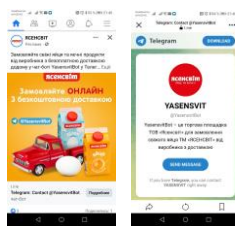
## УКРЗАЛІЗНИЦЯ



## KYIVSTAR



## ЯСЕНСВІТ



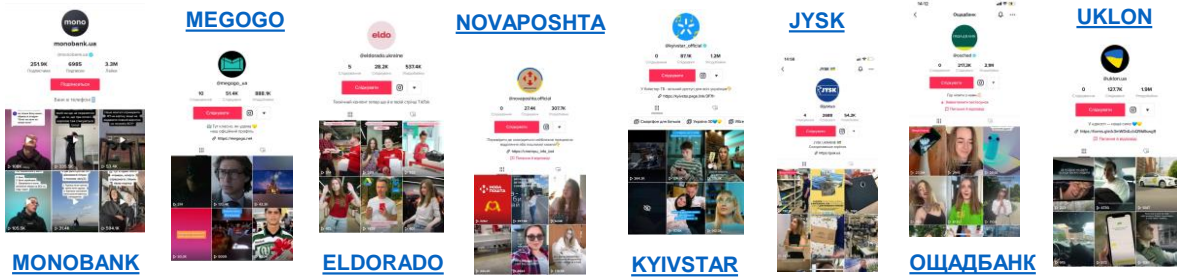
## VODAFONE УКРАЇНА



## СІЛЬПО

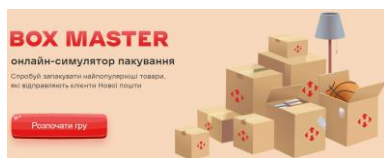


Та запуск **каналів на TikTok**, де була комунікація після 24 лютого:



Були реалізовані кейси **гейміфікації від Нова пошта та Monobank**.

Щоб навчити людей пакувати правильно та не зламати собі голову, **Нова Пошта розробила спеціальний сайт із онлайн-грою**.



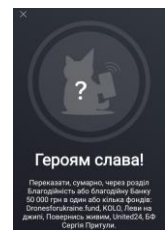
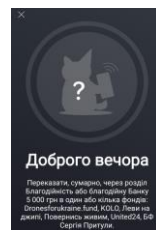
Роби що хочеш, а пакуй як треба. Нова пошта розробила сайт-гру, яка вчить пакувати правильно.

Нова пошта шукає нових клієнтів і потрібно ставитися до кожного відповідально. Так не тільки збільшує продажі, а ще позитивно впливає на імідж підприємства.

Щоб навчити людей пакувати правильно та не зламати собі голову, нова пошта розробила спеціальний сайт із онлайн-грою. У грі є кілька рівнів, які допомагають зрозуміти, чому важливо правильно пакувати предмети. У грі є кілька рівнів, які допомагають зрозуміти, чому важливо правильно пакувати предмети. У грі є кілька рівнів, які допомагають зрозуміти, чому важливо правильно пакувати предмети.

Спеціальна атмосфера гри допомагає вибору предметів для пакування та пакувати правильно, уникати помилок. Крім цього, у грі є на кожного гравця чеків рейтинг! Або вправність як показується.

Також на сторінці нової пошти ви можете побачити чеків рейтинг пакування, який дозволяє зрозуміти, як правильно пакувати предмети. Так, допомагає це грі - пакувати про сам відповідально.



# Special projects

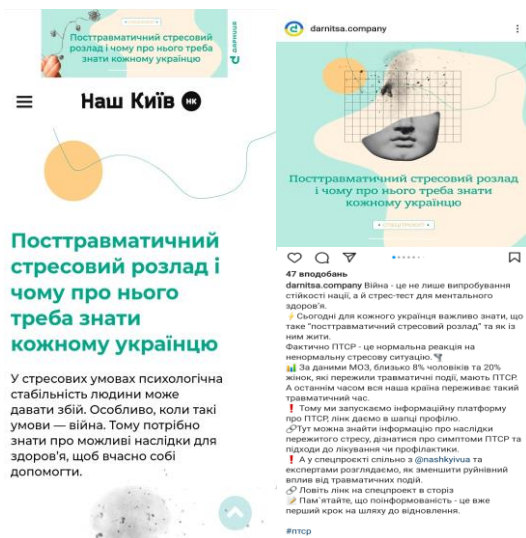
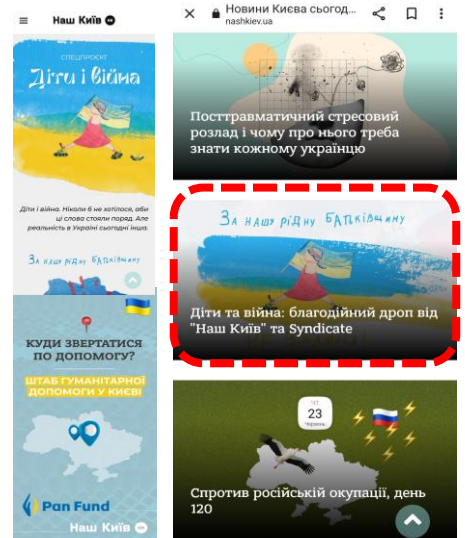


## WATSONSUA #ЖИТТЯНЕЗУПИНИТИ: ELLE.UA

- У рамках проекту #ЖиттяНеЗупинити, який запустила компанія Watsons Ukraine ще 12.05, ELLE.UA поспілкувався з трьома жінками (Аня Завертайло, Меліса Садик Та Дар'я Коломієць), внутрішня сила яких вражає та надихає
- Розмова про війну, бізнес та сили рухатися далі була оформлена в окремий лендінг. Крім цього на watsons.elle.ua було розміщено посилання на деталі про флешмоб та результати підтримки економічного фронту Watsons Ukraine
- Додатково проєкт анонсувався в соцмережах і на сайті ELLE.UA

## SYNDICATE & PAN FUND & TABLETOCHKI: NASHKIEV.UA

- Медіа "Наш Київ" створили [SPECIAL PROJECT "Діти і війна"](#) у партнерстві з українським брендом одягу Syndicate та благодійним фондом Pan Fund. В рамках цього проєкту було зібрано малюнки дітей про війну та перетворено їх у принти для футболок. Весь прибуток від продажу піде на допомогу благодійному фонду "Таблеточки"
- Додатково проєкт анонсувався в соцмережах і на сайті NASHKIEV.UA



## ДАРНИЦЯ: NASHKIEV.UA

- Дарниця запустила [інформаційну платформу](#) про ПТСР. Тут можна знайти інформацію про наслідки пережитого стресу, дізнатися про симптоми ПТСР та підходи до лікування чи профілактики
- Крім того [у спецпроєкті](#) спільно з Наш Київ та експертами було розглянуто, як зменшити руйнівний вплив від травматичних подій
- Додатково платформу та проєкт анонсувався в соцмережах Наш Київ, лікаря, Дарниці та на сайті NASHKIEV.UA

## Ситуаційний маркетинг від брендів в стилі ЄС

Українські бренди провели флешмоб на честь надання Україні статусу кандидата в членство Євросоюзу і змінили свої логотипи, відзначаючи цю історичну подію

У рамках цієї ініціативи зустрічалися банки, магазини, сервіси тощо

### ВЧАСНО



### I3I



### КАБАНЧИК



### SHAFA



### ZAKUPKI.PROM



### PROM.UA



### ПРИВАТБАНК



### RAIFFEISEN BANK



# ЦУМ Київ

**#VOICESOFNATION** – проєкт за участю українських артистів і зірок спорту, спрямований на промоцію української пісні й поезії та підтримку нашої країни у світі. ЦУМ Київ став партнером проєкту, про що йдеться в матеріалі з Джамалою (21.06), Ніною та Тонею Матвієнко (24.06), Іваном Дорном (28.06)

Додатково проєкт анонсувався в соцмережах Vogue, Jamala, Матвієнко, Дорна, ЦУМ Київ. Проєкт мав продовження ще в липні 2023 року

## КРЕАТИВ



**МАТЕРІАЛ З ДЖАМАЛОЮ**



**МАТЕРІАЛ З МАТВІЄНКО**



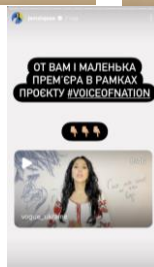
**МАТЕРІАЛ З ДОРНОМ**

## ПРИКЛАДИ ПРОМО

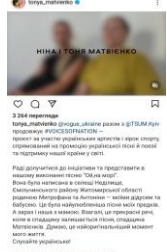
VOGUE STORIES IG



**JAMALA STORIES IG**



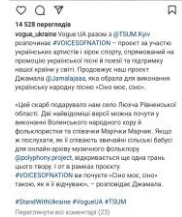
**JAMALA ПОСТ FB**



**МАТВІЄНКО ПОСТ IG**



**ДОРН ПОСТ IG**



**ПОСТ IG**



# Cannes Lions Awards 2022

Три українські проекти (Чорнобиль, Хортиця та Батьківщина-Мати) отримали призи на міжнародному фестивалі творчості Cannes Lions в категорії дизайну, а Дія отримала бронзову нагороду в категорії Creative Business Transformation



**ЛОГОТИП ЧОРНОБИЛЯ**  
Banda (срібний лев)

**БРЕНДИНГ НАЦІОНАЛЬНОГО  
ЗАПОВІДНИКА "ХОРТИЦЯ"**  
Bickerstaff.734 (бронзовий лев)



**ВІЗУАЛІЗАЦІЯ КИЇВСЬКОЇ  
БАТЬКІВЩИНИ-МАТИ З ЛГБТ-  
ПРАПОРОМ**  
Saatchi & Saatchi Ukraine  
(бронзовий лев)

**ДІЯ**  
Fedoriv Agency  
(бронзовий лев)





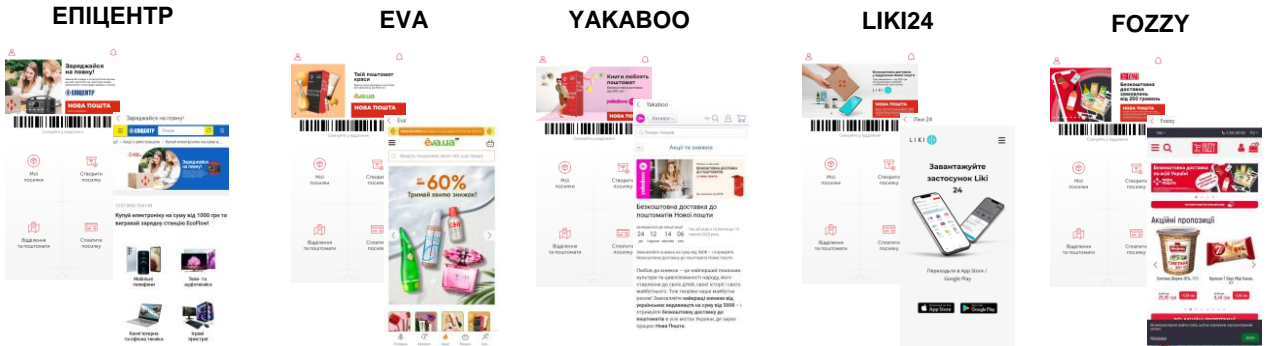
# ЛИПЕНЬ

період стабілізації



# Партнерство

В липні продовжується партнерство в додатку від Нова Пошта:



## Партнерство АТБ та Animal ID

- АТБ у партнерстві з ANIMAL ID запустили проект для домашніх тварин, власники яких можуть зробити паспорт для свого улюбленця за допомогою жетонів, які можна безкоштовно отримати у магазинах АТБ
- Більш детальна інформація за посиланням: <https://povidok.com/>
- Додатково проект анонсувався в соцмережах та на сайті АТБ

**СЛАЙДЕР НА САЙТІ АТБ**

Отримайте QR паспорт для вашого улюбленця в магазинах АТБ

- 1 Зареєструйтесь в додатку Animal ID
- 2 Покажіть профіль в додатку касиру
- 3 Отримайте безкоштовний жетон

[Деталі тут.](#)

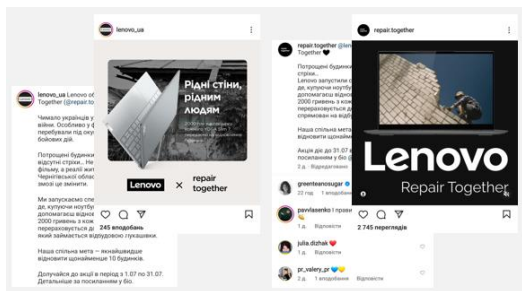
Мапа партнерів

**МЕРЕЖА ПАРТНЕРІВ ANIMAL ID НА POVIDOK.COM**

**Lenovo** × **repair together**

**Рідні стіни, рідним людям**

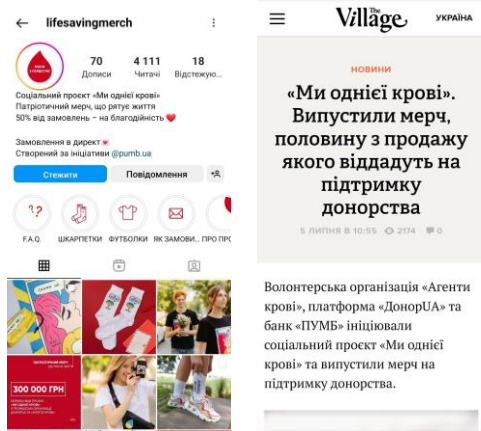
2000 грн від продажу кожного YOGA Slim 7 передаємо на відновлення будинків.



## Партнерство Lenovo та Repair Together

- LENOVO разом з волонтерською ініціативою REPAIR TOGETHER провели з 01.07 по 31.07 спеціальну активність з метою збору коштів на відновлення щонайменше 10 зруйнованих будинків для жителів одного зі звільнених сіл. З кожного проданого ноутбука Lenovo YOGA Slim 7 планувалось перераховувати дві тисячі гривень у фонд REPAIR TOGETHER. Більш детальна інформація за посиланням: <https://lenovo.ua/lp/repairukraine>
- Додатково проект анонсувався на сайті LENOVO та в соцмережах обох партнерів

# Special projects

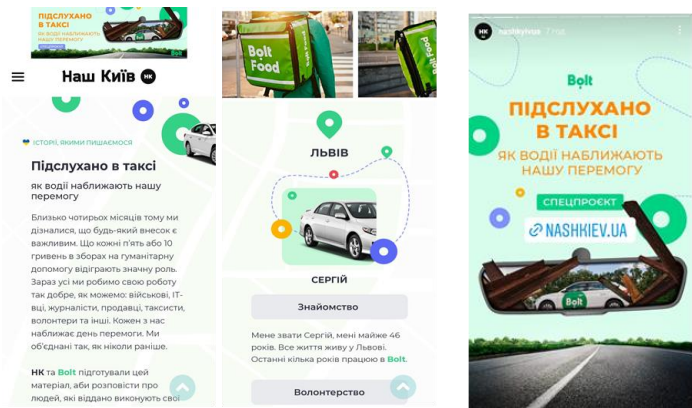


## ПУМБ: "МИ ОДНІЄЇ КРОВІ"

- Проект "Ми однієї крові" – це масштабна співпраця банку ПУМБ, громадських організацій "ДонорUA" та "Агенти крові", 6 українських брендів (Harvest, Twins Store, Seven mountains, OHUENO, Griffon Socks та "Авіація Галичини") та 4 ілюстраторів (Sandra Ruth, Anastreela, Maliunok та Kaskia Art)
- Цілі ініціативи – зібрати кошти на покупку засобів тактичної медицини для ЗСУ та доставку компонентів крові в гарячі точки. Крім цього, допомогти знекровленому українському бізнесу та просунути патріотичний український арт
- На підтримку проекту було розміщено серію PR публікацій з подальшим їх анонсуванням на відповідних сайтах та їх соцмережах

## BOLT UKRAINE: NASHKIEV.UA

- Медіа "Наш Київ" та BOLT UKRAINE підготували SPECIAL PROJECT "Підслухано в таксі", аби розповісти про людей, які віддано виконують свої обов'язки. Творці матеріалу поспілкувалися зі звичайними таксистами, котрі роблять те, що від них залежить та допомагають людям і країні
- Додатково проект анонсувався в соцмережах та на сайті NASHKIEV.UA



## ФАРМАК (ЛАМІКОН) & BINANCE & PARIMATCH: MEGOGO.NET



Також були активні декілька спеціальних проектів брендів, що підтримували населення та ЗСУ, розповідали як жити у новій реальності, та як деякі бізнеси продовжують існувати:

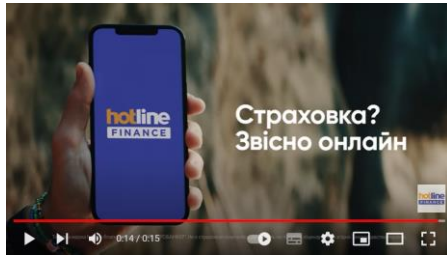
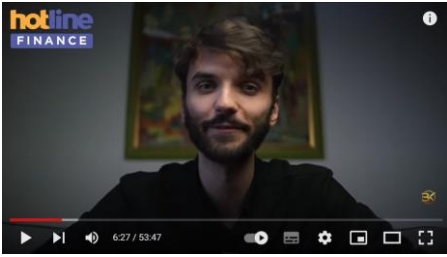
WIREX / UKRPATCHER & AMD: LIGA.NET



GLO: BIT.UA

# Ситуаційні рекламні кампанії

## ЗАГІН КІНОМАНІВ



## HOTLINE.FINANCE: YOUTUBE, BLOGGERS & СИТУАЦІЙНІ РОЛИКИ

- HOTLINE.FINANCE вийшов з інтеграцією в відео контентні YOUTUBE BLOGGERS (наприклад, на каналах Загін Кіноманів та Aleksey Durnev)
- Окремо звертаємо увагу на ситуаційні рекламні ролики з використанням трендів та мемів сьогодення з наступними слоганами: "Деякі істоти не здатні обирати щось інше. А ми в Україні любимо вибирати все, навіть якщо це страховка на hotline.finance." (№1) "Деякі істоти дивуються туалету в домі. А ми з України. І можемо страхувати авто будь-де, хоч у туалеті." (№2), "Деякі істоти полюють на пральні машинки. А ми з України. І страхуємо свої машинки онлайн на hotline.finance." (№3)

## СИТУАЦІЙНІ INSTAGRAM AR-МАСКИ ВІД ROUSSIN UKRAINE

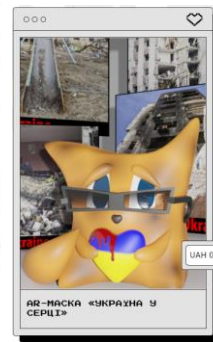
Бренд ROUSSIN створив маски доповненої реальності, щоб ще більше привернути увагу до війни в Україні. Окремо слід виділити AR-маску "Україна у серці" з фотографіями зруйнованих Міст-Героїв України, щоб всі бачили справжнє обличчя ворога і знали, що ми продовжуємо обороняти Свободу всього Світу. Приміряти безкоштовні digital-маски можна у Instagram перейшовши за відповідними посиланнями



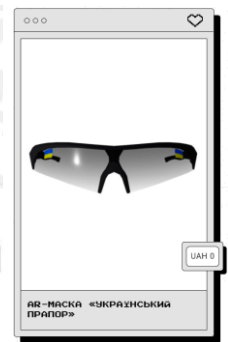
[ЛІНК НА МАСКУ](#)



[ЛІНК НА МАСКУ](#)



[ЛІНК НА МАСКУ](#)



[ЛІНК НА МАСКУ](#)

## РЕФЕРЕНС



[ПОСТ INSTAGRAM](#)



[СІЛЬПО ПОСТ ІГ](#)



[УКРПОШТА ПОСТ ІГ](#)



[НАША РЯБА АПЕТИТНА ПОСТ ІГ](#)

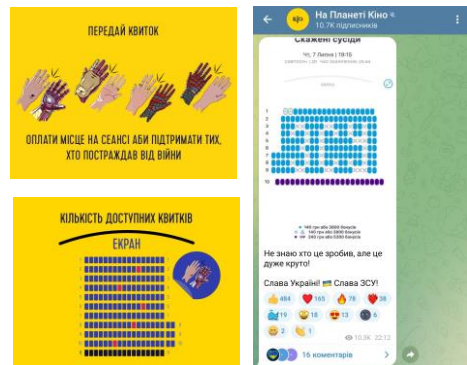
## СИТУАЦІЙНІ ПОСТИ #SITLIKEAGIRL В INSTAGRAM

Після фотосесії Олени Зеленської у VOGUE деякі бренди підтримали в соцмережах флешмоб під хештегом #SITLIKEAGIRL, який запустила українська журналістка Зоя Звinyацьківська

# Ситуаційні рекламні кампанії

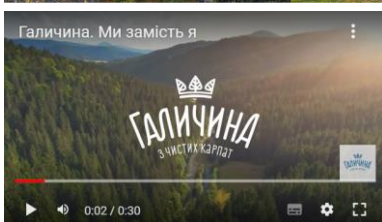
## ІНІЦІАТИВА "ПЕРЕДАЙ КВИТОК" ВІД ПЛАНЕТА КІНО

- "Передай квиток" – ініціатива, яка працює за принципом "віддай, якщо можеш, візьми, якщо потребуєш". Можна купити скільки завгодно квитків та оплатити їх онлайн – для цього треба знайти сеанс зі спеціальною відміткою. Далі квиток трансформують у промокод, що стане перепусткою на будь-який сеанс
- Людина, яка покинула дім через війну, може прийти до кінотеатру та обрати фільм. Касир використовує промокод для видачі квитка та глядач відвідає сеанс безкоштовно. При цьому, щоб підтвердити свій статус внутрішньо переміщеної особи, на касі необхідно пред'явити довідку ВПО або паспорт з пропискою
- Слідкувати за кількістю наявних "підвішених" квитків можна в телеграм-каналі ["На Планеті кіно"](#)



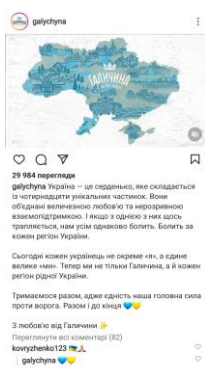
[ПОСТ TG ЗСУ](#)

### КРЕАТИВ



[РОЛИК НА YOUTUBE](#)

## КАМПАНІЯ "МИ ЗАМІСТЬ Я" ВІД БРЕНДУ ГАЛИЧИНА



[ПОСТ INSTAGRAM](#)

- Молочна компанія "Галичина" випустила оновлений дизайн продукції. Тепер, крім регіону Галичина, можна побачити ще 13 назв українських регіонів, які були обрані за історичним поділом – Київщина, Галичина, Сіверщина, Волинь, Полтавщина, Поділля, Буковина, Запоріжжя, Слобожанщина, Закарпаття, Причорномор'я, Донбас, Північна Таврія та Крим
- Кампанія, креативну ідею для якої розробили [Bickerstaff.284.](#), триватиме близько трьох місяців

## 3 СУПЕРМАРКЕТИ "СІЛЬПО" В ПЕРЕЛІКУ НАЙКРАЩИХ В ЄВРОПІ

- Профільний журнал про роздрібну торгівлю [European Supermarket Magazine](#) (ESM) щороку складає список Europe's Finest Store. Видання обирає найбільш вражаючі інноваційні дизайнерські концепції магазинів, які були відкриті або оновлені на європейському ринку ритейлу
- У 2022 році редакція ESM усього обрала 32 найкращих магазини з 15 країн Європи, а "Сільпо" знову став єдиним українським ритейлером, магазини якого потрапили до списку найінноваційніших
- До Europe's Finest Store 2022 потрапили такі 3 супермаркети: "Сільпо" присвячений Бразилії, відкритий у листопаді 2021 року в Києві (1), "Сільпо" за мотивами театру Кабукі, відкритий у серпні 2021 року в Умані (2), "Сільпо" у стилі Дизельпанк, відкритий у травні 2021 року у Харкові (3)



[БРАЗИЛІЯ  
\(КИЇВ\)](#)



[ТЕАТР КАБУКІ  
\(УМАНЬ\)](#)

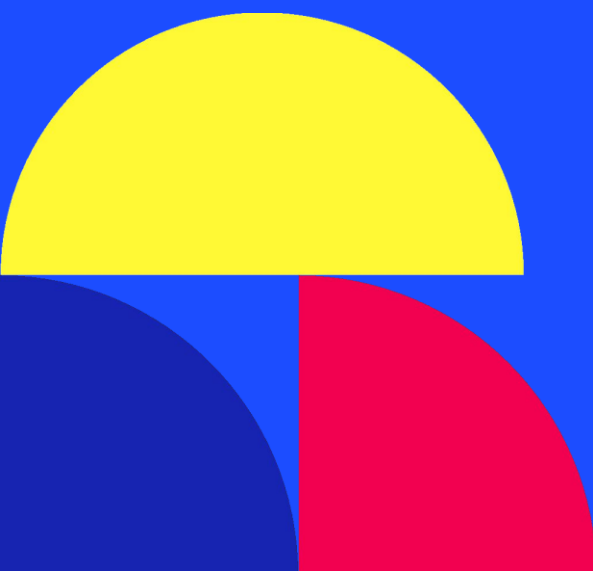


[ДИЗЕЛЬПАНК  
\(ХАРКІВ\)](#)



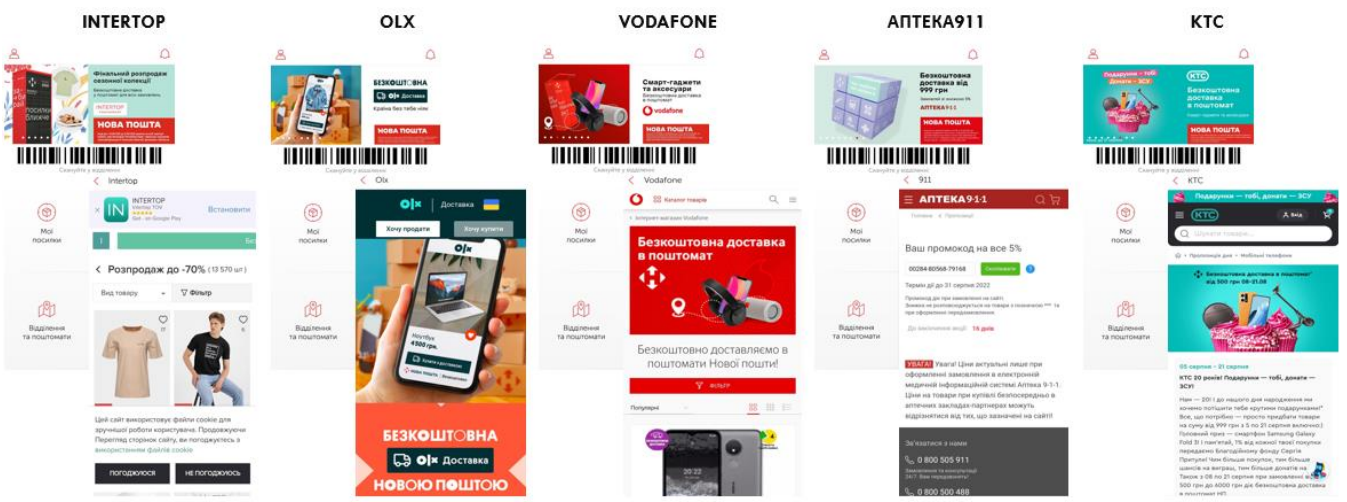
# СЕРПЕНЬ

нароццування потужностей



# Партнерство

В серпні також продовжується партнерство в додатку від Нова Пошта:



Також продовжує свою активність і ФАРМАК & BINANCE НА MEGOGO.NET, але вже без PARIMATCH:

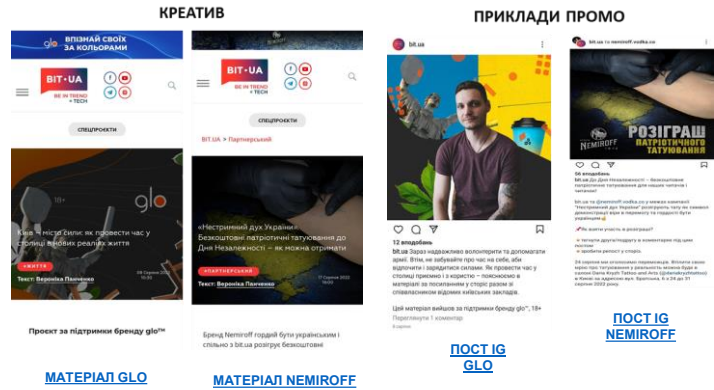




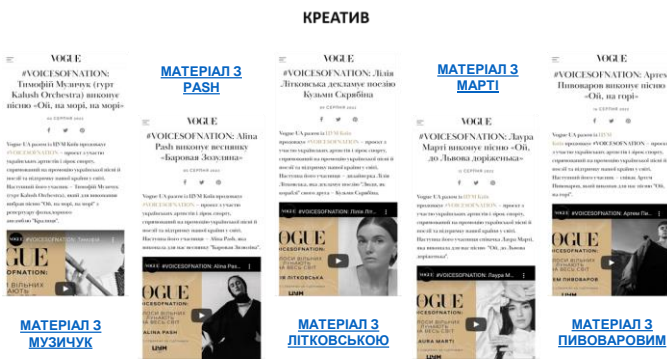
# Special projects

## Продовжує свій спецпроект GLO / NEMIROFF НА BIT.UA

- На bit.ua 08.08 вийшла 5та завершальна публікація (попередні 4 були опубліковані в липні) [зі спецпроект](#) за підтримки бренду glo™: "Київ – місто сили: як провести час у столиці в нових реаліях життя"
- Також – 17.08 був розміщений партнерський матеріал від Nemiroff: ""Нестримний дух України". Безкоштовні патріотичні татування до Дня Незалежності – як можна отримати"
- Додатково матеріали анонсувалися на сайті bit.ua та в соцмережах усіх партнерів



## Нові українські зірки приєдналися у серпні до проекту ЦУМ КИЇВ: VOGUE.UA



- [#VOICESOFNATION](#) – проект за участю українських артистів і зірок спорту, спрямований на промоцію української пісні й поезії та підтримку нашої країни у світі [завершився 24.08](#). ЦУМ Київ у серпні (3й місяць поспіль) залишався партнером проекту, про що йдеться в матеріалі з Тимофієм Музичук (02.08), Alina Pash (05.08), Лілією Літківською (09.08), Лаурою Марті (12.08), Артемом Пивоваровим (16.08), Ніною Матвієнко (19.08), Тіною Кароль (23.08)
- Додатково проект анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах Vogue, ЦУМ Київ

## FAVBET / NESTLÉ / UNIVERSUM CLINIC & AMD: LIGA.NET

- Liga.net [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям



- В серпні вийшли наступні партнерські проекти: 1) "З окопів, під обстрілами та з окупації. 15 перемог українського спорту, які вражають" ([FAVBET, 24.08](#)); 2) "Допомога на "медичному фронті": обладнання у найважливіші лікарні країни та на передову" ([БФ "ЗДОРОВЕ МАЙБУТНЄ", 23.08](#)); 3) "120 мільйонів порцій їжі або 390 мільйонів гривень. Як Nestlé допомагає під час війни" ([NESTLÉ, 19.08](#)); 4) "Попит на телемедицину зріс вдвічі. Як сьогодні працює медцентр Universum Clinic" ([UNIVERSUM CLINIC&AMD, 11.08](#)). Додатково матеріали анонсувалися на liga.net

# Special projects

## BRITISH COUNCIL: NASHKIEV.UA, SPECIAL PROJECT

- Медіа "Наш Київ" та BRITISH COUNCIL підготували SPECIAL PROJECT "Не про запас: чому англійська потрібна дитині вже тут і зараз", аби розповісти про те, чому батькам саме зараз варто замислитися про курси англійської для своїх дітей, у чому переваги онлайн-навчання в групі з однолітками і які міфи про вивчення іноземної мови існують
- Додатково проєкт анонсувався в соцмережах та на сайті NASHKIEV.UA

**КРЕАТИВ**

**МАТЕРІАЛ NASHKIEV**

**ПРИКЛАДИ ПРОМО NASHKIEV**

**ПОСТ TG**

**БАНЕР**

## HYDROPEPTIDE: VOGUE.UA, SPECIAL PROJECT

**КРЕАТИВ**

**МАТЕРІАЛ**

**ПРИКЛАДИ ПРОМО**

**ПОСТ IG HYDROPEPTIDE**

**ПОСТ IG VOGUE**

**КРЕАТИВ**

**МАТЕРІАЛ**

- До Дня Незалежності Vogue, за підтримки HydroPeptide, зустрівся з відомими українськими культурними діячками (ОНУКА, Христина Соловій та Оксана Левченко ) та поспілкувався про те, що для кожної з них означає українська незалежність
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах Vogue, бренду та лідерів думок

## ESTRO: VOGUE.UA, SPECIAL PROJECT

- До Дня Незалежності Vogue, за підтримки українського бренду взуття та аксесуарів ESTRO, випустив 22 серпня матеріал "Столиця свободи: Lida Lee про свої улюблені місця в Києві"
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах Vogue, ESTRO та lida lee

**КРЕАТИВ**

**МАТЕРІАЛ**

**ПРИКЛАДИ ПРОМО**

**ПОСТ IG**

# Ситуаційні рекламні кампанії

## #ТРИЗУБНЕЗАЛЕЖНОСТІ ВІД BANDA AGENCY

**BANDA**

**ПОСТ ІГ**

**МКІР**

**ЩО ВІДБУЛОСЬ?**

До Дня Незалежності BANDA Agency разом з ММІП мали на меті презентувати флешмоб. В його контексті був обраний історичний жест, який був урочисто оголошено лише за однієї доби до 24 серпня. Символ, який було запропоновано, жорстко мовало спонсорів Бранда М — Незалежність.

**ЩО ПІШЛО НЕ ТАК?**

Мова жеста досить сентиментальна і має багато нюансів. Висловити, що ми недостатньо довіряємо це погане та цілком логічно зрозуміти в складі спільноти.

**ЩО ЗАРАЗ?**

Ми проаналізували наші дії вибачившись за те, що «неперезаписали». Наголошуємо, що у ході такої виступу не ставили за ціль зневажити або образити наших спонсорів.

**ЩО ІЗ ФЛЕШМОБОМ?**

Ми не виключимо його доручити до цього флешмобу та використовувати даний жест. Попри це, що трибу\*формою — єдиний правильний жест цього свята.

**ПОСТ ІГ**

## СИТУАЦІЙНА МАСКА ДО 24.08 ВІД ПУМБ В INSTAGRAM

- До Дня Незалежності ПУМБ створив святковий фільтр з добрими передбаченнями про мирне та щасливе майбутнє
- Патріотична маска відразу з'явилася в сторіз, як лідерів думок, так і звичайних користувачів Instagram

**РЕФЕРЕНС**

**ОЛЕЙНИКОВА INSTAGRAM**

**ЛЕСИК INSTAGRAM**

**КОВТУНЕНКО INSTAGRAM**

**BO LUBOV INSTAGRAM**

**СОЗАНОВСЬКИЙ INSTAGRAM**

## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА ПОДІЇ В КРИМУ

**ROZETKA**

**УКРПОШТА**

**АТБ**

**ІВОХ**

**НОВА ПОШТА**

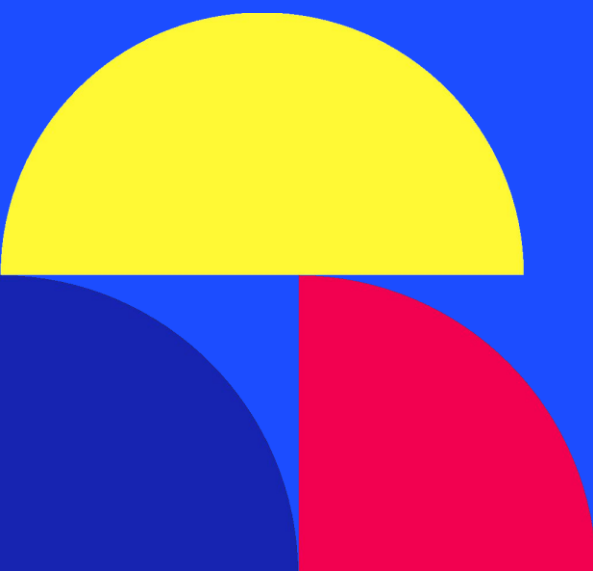
**MEGOGO**

**KYIVSTAR**



# ВЕРЕСЕНЬ

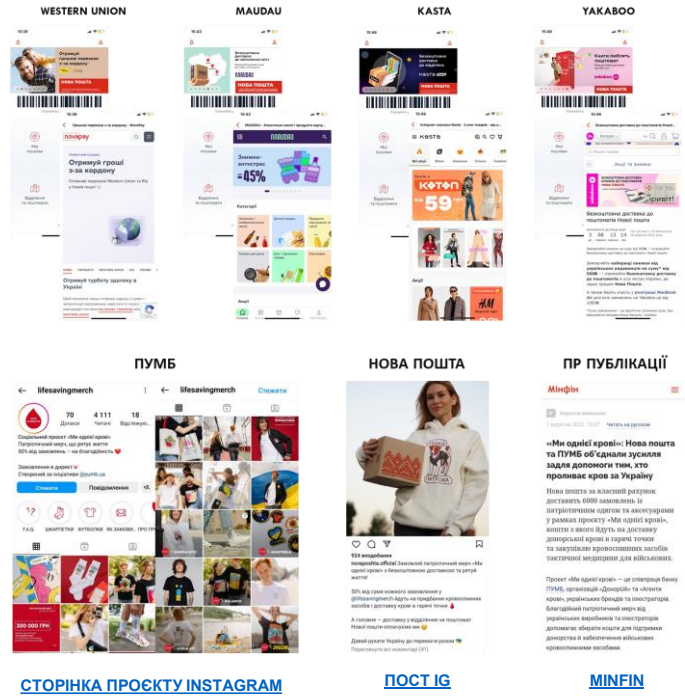
## ЗМІЦНЕННЯ ПОЗИЦІЙ



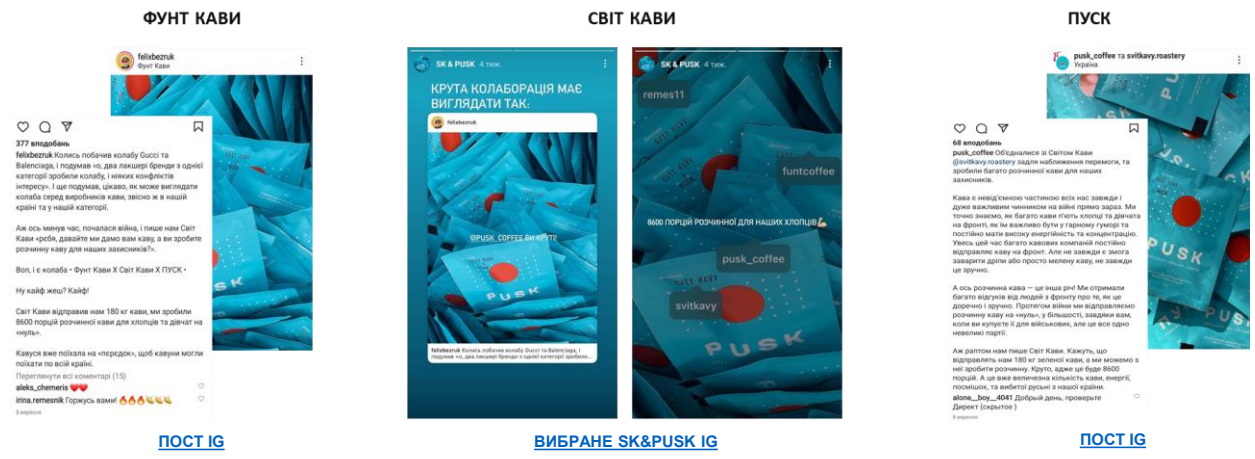
# Партнерство

## У вересні продовжується партнерство в додатку від Нова Пошта

- Проект "Ми однієї крові", про який ми інформували ще в липні – це масштабна співпраця банку ПУМБ, громадських організацій "ДонорUA" та "Агенти крові", 6 українських брендів (Harvest, Twins Store, Seven mountains, OHUENO, Griffon Socks та "Авіація Галичини") та 4 ілюстраторів (Sandra Ruth, Anastreela, Maliunok і Kaskia Art)
- У вересні Нова пошта та ПУМБ об'єднали зусилля задля допомоги тим, хто проливає кров за Україну. Нова пошта за власний рахунок доставить 6000 замовлень із патріотичним одягом та аксесуарами у рамках проекту
- В підтримку партнерства було розміщено серію PR публікацій



## ПАРТНЕРСТВО ФУНТ КАВИ & СВІТ КАВИ & ПУСК

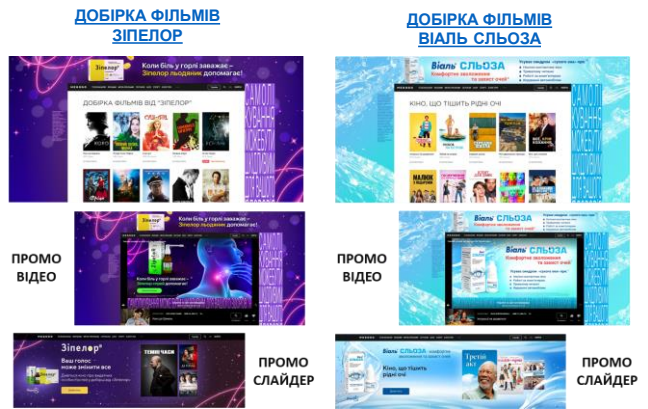


- Виробники кави "Фунт Кави", "Світ Кави" та "Пуск" створили колаборацію, щоб створити розчинну каву для захисників на передовій
- "Світ Кави" відправив "Фунту Кави" 180 кг кави, з якої останні зробили 8600 порцій розчинної для наших воїнів
- Про це було повідомлено на офіційних сторінках усіх партнерів в Instagram

# Special projects

У вересні продовжується два спонсорські проєкти – ФАРМАК на MEGOGO.NET

та AMD / ASUS: LIGA.NET, які [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям



**AMD**

**МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ:**  
Где используются процессоры и на что они способны.

**UKR / RUS**

**AMD**

**ЛИГА.NET**

Процессор – понятие, которое чаще всего ассоциируется с компьютером. Микропроцессоры, чипы, микросхемы, центральные процессоры – с момента создания первых процессоров и до сегодня эти маленькие блоки сменили и названия, и назначение, и технологии, расшире возможности человечества. Кто-то еще помнит, как в 1990-е микрокомпьютер называли **домашний компьютер**, выполненный на основе **микроспроцессора**? А кому-то до сих пор слова "чип" или "микросхема" ассоциируются либо с

Отсутствие микросхем в технике привело бы к откату на полвека – к механическим стиральным машинкам, простейшим кордодинамкам и радиоласам, и к отсутствию всей современной потребительской электроники – смартфонов, ноутбуков, Bluetooth-гаджетов.

Важность процессора сложно преувеличить. Можно точно сказать, что любая история про важность чипов в современном мире – это реальность, и здесь нет мифов.

**AMD**

**МАТЕРІАЛ LIGA.NET**

**ASUS**

**Яскравий трансформер із сенсорним екраном**

Огляд компактного ноутбука Zenbook 14 Flip OLED

**ASUS**

**ЛИГА.NET**

Ми взяли протестувати ноутбук ASUS Zenbook 14 Flip OLED, компактний пристрій, що вирізняється формфактором та інтерфейсами. А саме сенсорним екраном, який робить з ноутбука планшет, стилусом та великим числом портів.

Ця модель стане цікавою для людей, які часто кудись вирушають – безсменачи, журналістів, людей з дистанційною роботою. Наприклад завдяки своїм невеликим габаритам та зручним рішенням.

Передаємо до огляду.

**МАТЕРІАЛ LIGA.NET**

**Висновки**

Плюси: жорсткий 90 Гц OLED екран, точне зображення чорного кольору, швидко працює, компактні габарити.

Мінуси: на кришці та екрані замасковані следи пальців у формфакторі планшета – трохи важкий (хоча можна використати клавіатуру як підставку).

У порівнянні з конкурентами – компактними ноутбуками свого цінового сегмента – Zenbook 14 Flip OLED виграв параметрами екрана та наявністю великого числа портів.

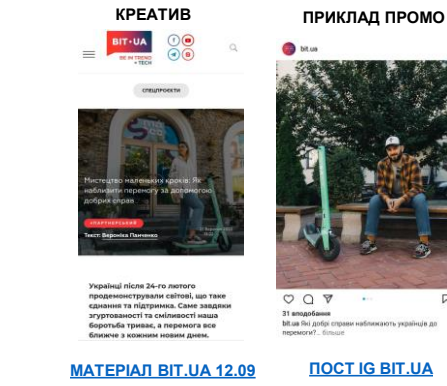
**МАТЕРІАЛ LIGA.NET**

## OLX / JOKER / NEMIROFF / KFC / БРСМ: BIT.UA

У вересні вийшли наступні партнерські проєкти на bit.ua:

- 1) "Вперше доводиться орендувати житло: де шукати варіанти і на що звертати увагу? Великий гайд" ([OLX, 02.09](#));
- 2) "Можна з тваринами: це 6 pet-friendly закладів Києва" ([JOKER, 07.09](#));
- 3) "Нестримний дух: історії українців, які зробили патріотичні татуювання" ([NEMIROFF, 09.09](#));
- 4) "Тест. Голлівудська розкіш чи оселя відлюдника – яка ти квартира?" ([OLX, 12.09](#));
- 5) "KFC долучається до програми «Незламна мама» та передаватиме кошти на допомогу жінкам і дітям" ([KFC, 21.09](#));
- 6) "Благодійний фонд «БРСМ-Нафта» збирає кошти на допомогу ЗСУ: як долучитися?" ([БРСМ, 27.09](#))

Додатково матеріали анонсувалися на сайті bit.ua та в соцмережах



Також BIT.UA у партнерстві з Bolt&Visa та Raiffeisen Bank поговорили з трьома київськими волонтерами про важливість точкової допомоги, нові реалії життя у місті та маленькі добрі справи, які наближають нас до омріяного дня.

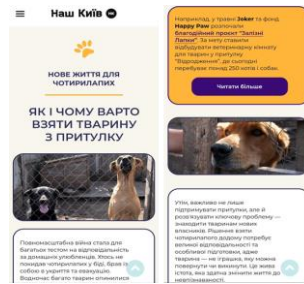
Додатково матеріал анонсувався на сайті bit.ua та в соцмережах

# Special projects

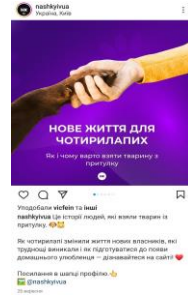
## JOKER: NASHKIEV.UA

Медіа "Наш Київ" та JOKER підготували SPECIAL PROJECT "Нове життя для чотирилапих: як і чому варто взяти тварину з притулку", щоб розповісти про амбітну ціль – зібрати мільйон гривень, які потрібні аби першочергово побудувати стаціонарний ветеринарний кабінет у притулку "Відродження", що в Обухівському районі на Київщині

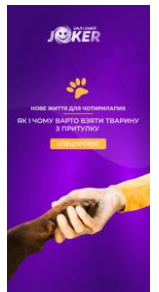
Додатково проєкт анонсувався в соцмережах та на сайті nashkiev.ua



[МАТЕРІАЛ NASHKIEV](#)



[ПОСТ IG](#)



[БАНЕРИ](#)

**КРЕАТИВ**



[МАТЕРІАЛ 27.09](#)



[ПОСТ IG](#)

**ПРИКЛАДИ ПРОМО**



[БРЕНДУВАННЯ ТА БАНЕРА](#)

## IQOS & SOLO FOR DIAMONDS: VOGUE.UA

Vogue UA 28 вересня, у колаборації з IQOS та SOLO for Diamonds, у межах Тижня моди в Парижі представили найкращих українських дизайнерів інсайдером модного світу. До цього дня Vogue UA випустив 27 вересня матеріал "Що треба знати про Vogue UA Ukrainian Designers Showcase в Парижі"

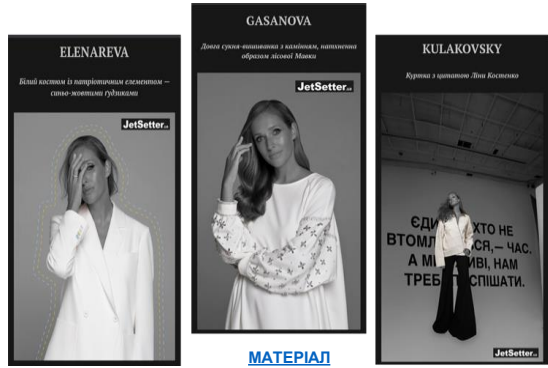
Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах

## ІНІЦІАТИВА "ДІМ ДЛЯ ДІТЕЙ": JETSETTER.UA

У свій день народження Катерина Осадча із благодійним фондом «Твоя опора» за медіапідтримки JS започатковує важливу ініціативу «Дім для дітей». Сім українських дизайнерів узяли участь у проєкті та створили речі в єдиному екземплярі: Іван Фролов ([FROLOV](#)), Лілія Пустовіт ([POUSTOVIT](#)), Олена Рева ([ELENAREVA](#)), Ельвіра Гасанова ([GASANOVA](#)), Руслан Багінський ([RUSLAN BAGINSKIY](#)), Юлія Магдич ([YULIYA MAGDYCH](#)), Артур Кулаковський ([KULAKOVSKY](#))

Додатково проєкт анонсувався на сайті jetsetter.ua та в соцмережах

**КРЕАТИВ**



[МАТЕРІАЛ](#)

**ПРИКЛАДИ ПРОМО**

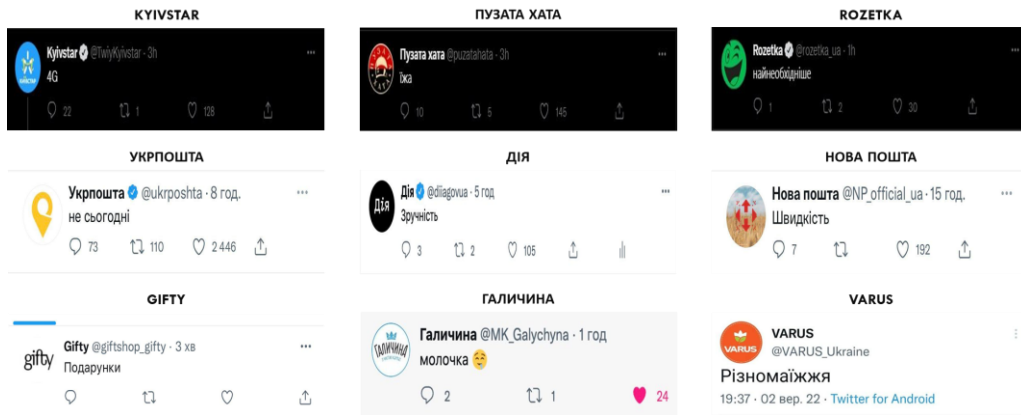


[ПОСТ IG JETSETTER](#)

[ПОСТ IG ОСАДЧА](#)

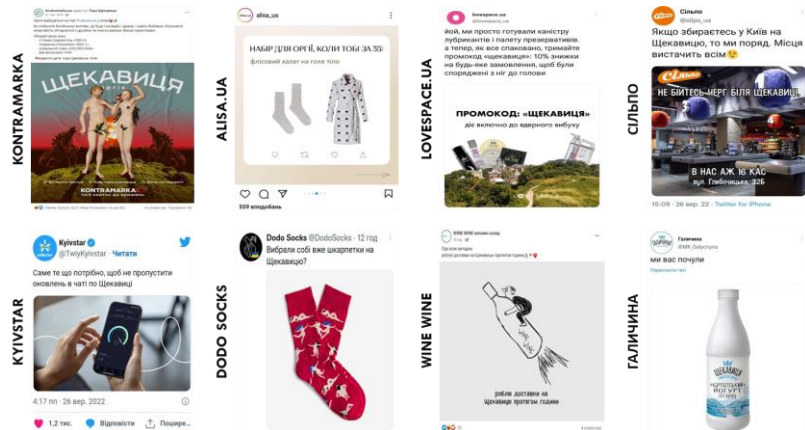
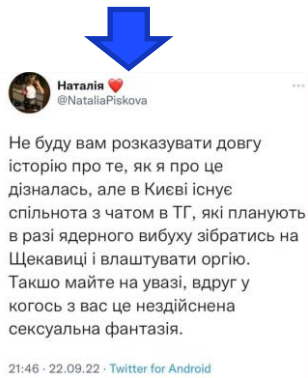
# Ситуаційні рекламні кампанії

## ФЛЕШМОБ "ВАЖЛИВЕ СЛОВО" У TWITTER ПІДХОПИЛИ БРЕНДИ



## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА ТВІТ ПРО ШЕКАВИЦЮ

З ЧОГО ВСЕ ПОЧАЛОСЯ



## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА ВІДКРИТТЯ MCDONALD'S

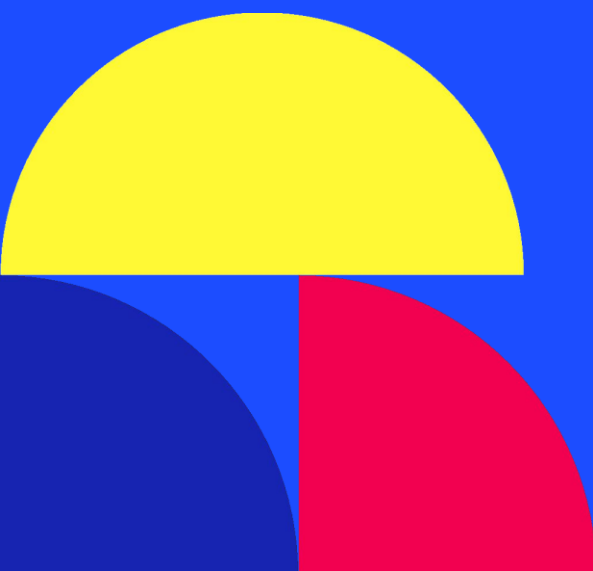






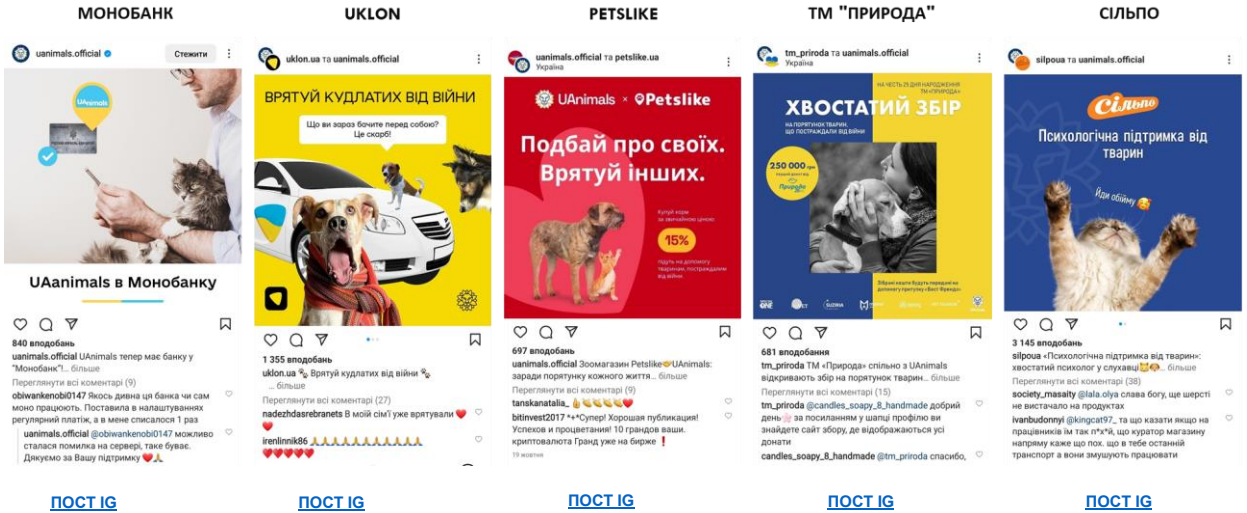
# ЖОВТЕНЬ

стабілізація



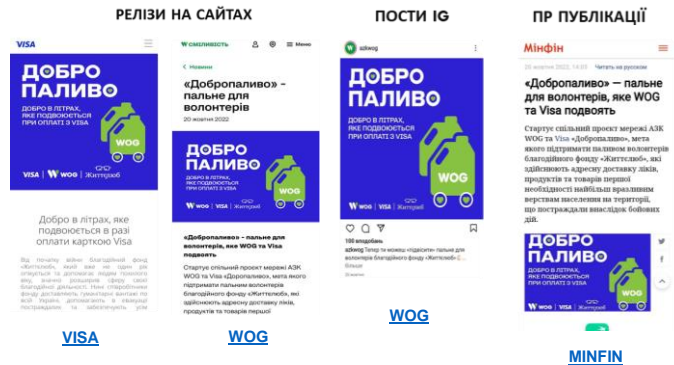
# Партнерство

## ПАРТНЕРСТВО З UANIMALS



## БФ "ЖИТТЄЛЮБ" & VISA & АЗК WOG: ПРОЄКТ "ДОБРОПАЛИВО"

- Мережа АЗК "WOG" та Visa запустили Благодійний проєкт «Добропаливо», мета якого підтримати палим волонтерів благодійного фонду "Життєлюб". Пропозиція діє з 20 жовтня по 30 листопада 2022 р. для всіх карток Visa. Щоб долучитися до проєкту "Добропаливо", потрібно повідомити про своє бажання оператора на касі. У рамках проєкту можна підвісити "добропаливо": бензин А95Євро, ДП А5Євро або газ
- Проєкт анонсувався в соцмережах та на сайтах партнерів, а також в серії ПР публікацій



## IKEA ПІДТРИМАЛИ ПРОЄКТ RE: UKRAINE HOUSING

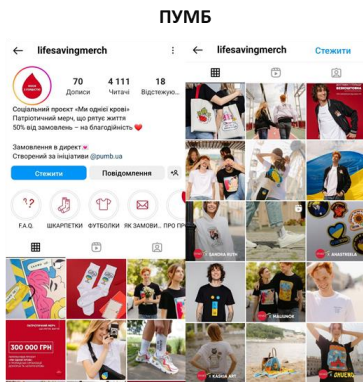


- RE:Ukraine Housing – це система тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб, над якою команда архітектурного бюро Balbek Bureau працює з 10 березня. Презентація проєкту на державному рівні відбулася у квітні ([пост в Instagram Президента України від 16.04](#)). Компанія IKEA долучилася до підтримки проєкту модульного житла RE:Ukraine та безкоштовно облаштує меблями та домашнім декором будинки пілотного містечка в Бучанському районі
- Підтримка проєкта анонсувалася на сайті та в соцмережах Balbek Bureau, а також в серії ПР публікацій

# Партнерство

## ПУМБ: ПРОЄКТ "МИ ОДНІЄЇ КРОВІ", 1Й ЗІБРАНИЙ МІЛЬЙОН

- Проект "Ми однієї крові", про який ми інформували ще в липні – це масштабна співпраця банку ПУМБ, громадських організацій "ДонорUA" та "Агенти крові", 6 українських брендів (Harvest, Twins Store, Seven mountains, OHUENO, Griffon Socks та "Авіація Галичини") та 4 ілюстраторів (Sandra Ruth, Anastreela, Maliunok та Kaskia Art)
- У жовтні на своєму сайті ПУМБ інформує, що проєкт набирає обертів і вже зібрано 1 млн. грн. Додатково в підтримку проєкту було розміщено ще серію PR публікацій



СТОРІНКА ПРОЄКТУ INSTAGRAM

Проект «Ми однієї крові» за ініціативи ПУМБ набирає обертів: зібрано перший мільйон для порятунку життя

«Ми однієї крові» — соціальна ініціатива, яка ретрує життя наших військових та поранених цивільних, підтримує визначений бізнес, просуває патріотичний арт, розвиває культуру донорства в Україні. Благодійний мерч створений у партнерстві з банком ПУМБ, двома громадськими організаціями, 6 українськими виробниками та 5 ілюстраторами. Повноцінну вартість кожного замовлення ПУМБ переказує. ДонорUA та «Агенти крові» для доставки компонентів крові в гарячі точки й акупуляції кровосвітних засобів українським військам.

Завданням патріотичного мерчу, крім того, також є невелика презентація до спонсорської угоди, яку ми можемо виставити, та допомогти унікальним мерчам, які допомагають зібрати гроші на війну.

На початку жовтня надруковано збірку вже 1 мільйон гривень. Завдяки усьому українцям, які замовили мерч. «Ми однієї крові» триває вже більше ніж рік і допоміг повернути тисячі життів.

Що ж стоїть за цією цифрою?

140 кровосвітних донорів турбота, 250 акційних замовлень на 100 кровосвітних банків, вже переказано на фонди або приватно ГО «Агенти крові». Мільйон гривень — це можливість зібрати гроші на війну та зберегти життя в зоні

РЕЛІЗ НА САЙТІ

Проект «Ми однієї крові» за ініціативи ПУМБ набирає обертів: зібрано перший мільйон для порятунку життя

«Ми однієї крові» — соціальна ініціатива, яка ретрує життя наших військових та поранених цивільних, підтримує визначений бізнес, просуває патріотичний арт, розвиває культуру донорства в Україні. Благодійний мерч створений у партнерстві з банком ПУМБ, двома громадськими організаціями, 6 українськими виробниками та 5 ілюстраторами. Повноцінну вартість кожного замовлення ПУМБ переказує. ДонорUA та «Агенти крові» для доставки компонентів крові в гарячі точки й акупуляції кровосвітних засобів українським військам.

MINFIN



ELLE

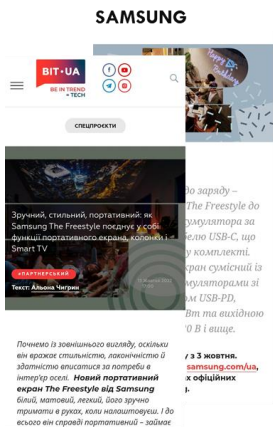
До останньої краплі крові: як виграти мерч із підписом генерала Залужного

Соціальний проєкт "Ми однієї крові" запустив зафроду записи. Дев'ять — це замовлення мерчу "Ми однієї крові". Призначення коштів — акупуляція кровосвітних засобів та допомога донорській крові в гарячі точки. Разом це понад 3000 врятованих життів.

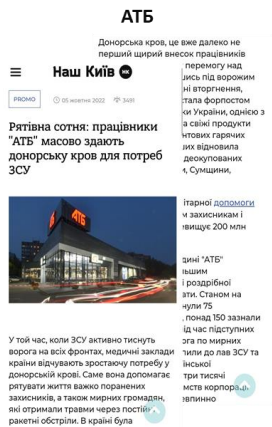
VOGUE

## SAMSUNG & АТБ & NOVUS: BIT.UA&NASHKIEV.UA, ПАРТНЕРСЬКІ МАТЕРІАЛИ

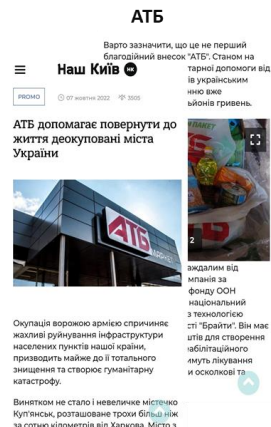
- У жовтні вийшли наступні партнерські матеріали на [bit.ua](http://bit.ua) та [nashkiev.ua](http://nashkiev.ua): 1) "Зручний, стильний, портативний: як Samsung The Freestyle поєднує у собі функції портативного екрана, колонки і Smart TV" ([SAMSUNG\\_13.10](http://bit.ua)); 2) "Рятівна сотня: працівники "АТБ" масово здають донорську кров для потреб ЗСУ" ([АТБ\\_05.10](http://nashkiev.ua)); 3) "АТБ допомагає повернути до життя деокуповані міста України" ([АТБ\\_07.10](http://nashkiev.ua)); 4) "60 мільйонів гривень для допомоги українцям від NOVUS" ([NOVUS\\_25.10](http://nashkiev.ua))
- Додатково матеріали анонсувалися на сайтах та в соцмережах



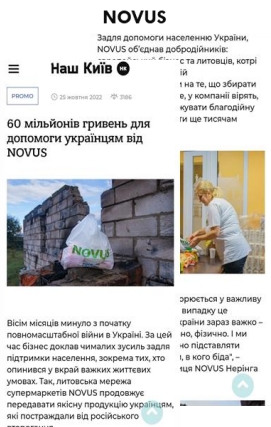
BIT.UA 13.10



NASHKIEV 05.10



NASHKIEV 07.10



NASHKIEV 25.10

# Special projects

## PIN-UP & ФАРМАК: MEGOGO.NET

[ДОБІРКА ФІЛЬМІВ PIN-UP](#)

[ЕВКАЗОЛІН АКВА](#)

[ЛАКТАЛЕ](#)

[ВІАЛЬ СЛЬОЗА](#)



КРЕАТИВ

ПРИКЛАД ПРОМО

## MILLA NOVA: ELLE.UA



- ELLE та MILLA NOVA підготували SPECIAL PROJECT "Три неймовірні історії: українські військові, які одружилися під час війни", щоб підтримати військових, які одружуються. Вийшла не просто красива весільна фотосесія трьох пар у Львові – це був справді магічний день, сповнений сліз щастя, обміну обітницями та найміцніших обіймів
- Додатково проєкт анонсувався в соцмережах та на сайті elle.ua

[СТОРІНКА SP](#)

STORIES IG

АНОНС

## LITKOVSKA & SOLO FOR DIAMONDS: VOGUE.UA

- Vogue UA у колаборації з Litkovska та SOLO for Diamonds у межах заходу Vogue UA Ukrainian Designers Showcase, спрямованого на популяризацію українських брендів на світовій арені, представили ювелірний NFT-об'єкт, що відкриває нову сторінку у світі прикрас. Всі деталі Vogue UA висвітлив 7 жовтня в матеріалі "Vogue UA Ukrainian Designers Showcase: колаборація Litkovska та SOLO for Diamonds"
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах

КРЕАТИВ

ПРИКЛАДИ ПРОМО



[МАТЕРІАЛ 07.10](#)

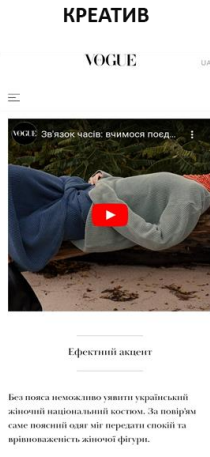


[ПОСТ IG SOLO](#)

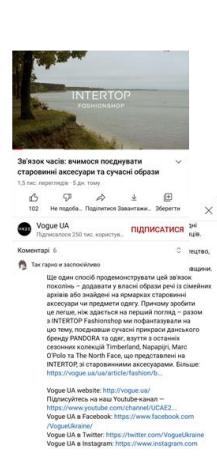
# Special projects

## INTERTOP FASHIONSHOP: VOGUE.UA

- Vogue UA у колаборації з INTERTOP Fashionshop поєднали сучасні прикраси данського бренду PANDORA та одяг і взуття з останніх сезонних колекцій Timberland, Нараріжі, Marc O'Polо й The North Face, що представлені на INTERTOP, зі старовинними аксесуарами. Всі деталі Vogue UA висвітлив 13 жовтня в матеріалі "Зв'язок часів: вчимося вписувати автентичні аксесуари в сучасні образи"
- Додатково проєкт анонсувався на сайті [vogue.ua](http://vogue.ua) та в соцмережах

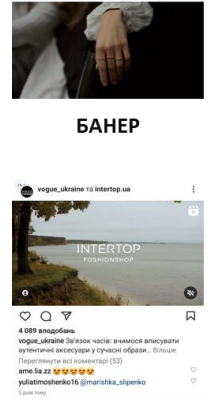


[МАТЕРІАЛ 13.10](#)



[ВІДЕО YOUTUBE](#)

### ПРИКЛАДИ ПРОМО



[ПОСТ IG](#)

## HYDROPEPTIDE: VOGUE.UA, "ЛИСТИ З ФРОНТУ"

### КРЕАТИВ



### ПРИКЛАДИ ПРОМО



- У межах проєкту "Листи з фронту", з нагоди свята та за підтримки космецевтичної компанії HydroPeptide, Vogue UA публікує кілька зворушливих і водночас сильних історій захисниць, що виборюють нашу свободу щодня й щохвилини
- HydroPeptide – провідний преміальний бренд професійної космецевтики в США, який використовує науку епігенетику у створенні продуктів
- Додатково проєкт анонсувався на сайті [vogue.ua](http://vogue.ua) та в соцмережах

## SAMSUNG: VOGUE.UA

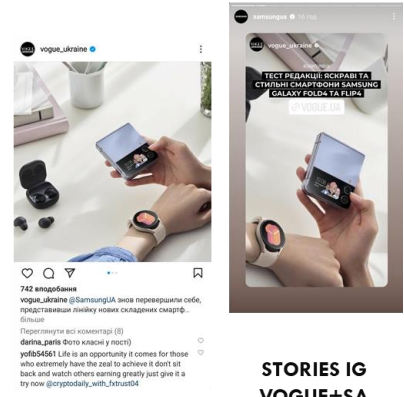
- Samsung представили лінійку нових складених смартфонів Samsung Galaxy Fold4 і Flip4. Редакторка Vogue UA Дар'я Слободяник потестила новинки та поділилася своїми враженнями в матеріалі "Тест редакції: яскраві та стильні смартфони Samsung Galaxy Fold4 та Flip4" від 25 жовтня
- Додатково проєкт анонсувався на сайті [vogue.ua](http://vogue.ua) та в соцмережах

### КРЕАТИВ



[МАТЕРІАЛ 25.10](#)

### ПРИКЛАДИ ПРОМО



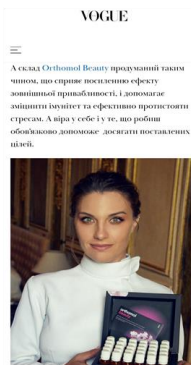
[STORIES IG VOGUE+SA MSUNG](#)

# Special projects

## ORTHOMOL: VOGUE.UA

- Vogue UA розповів про шестикратну чемпіонку світу з фехтування українку Ольгу Харлан у матеріалі "Зірка фехтування Ольга Харлан – про кар'єру, життєву мотивацію та красу" від 29 жовтня. Крім цього в цьому тексті органічно згадується вітамінний комплекс Orthomol Beauty
- Додатково проєкт анонсувався на сайті [vogue.ua](http://vogue.ua) та в соцмережах

### КРЕАТИВ



[МАТЕРІАЛ 29.10](#)

### ПРИКЛАДИ ПРОМО



[ПОСТ IG VOGUE](#)

## BOBKOVA & VALERY KOVALSKA & LITKOVSKA & RYBALKO & OMELIA: JETSETTER.UA

### КРЕАТИВ



[МАТЕРІАЛ](#)

### ПРИКЛАДИ ПРОМО



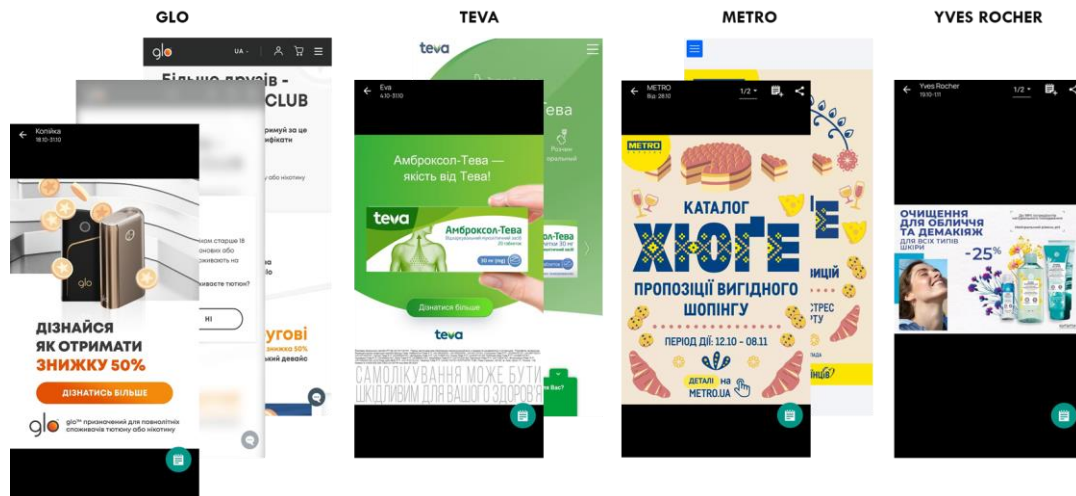
[ПОСТ IG JETSETTER](#)

[ПОСТ IG САНИНА](#)

Під час візиту до Нью-Йорка фронтвумен гурту The HARDKISS Юлія Саніна зустрілася із JS, щоб підтримати українських дизайнерів та поговорити про майбутній тур Північною Америкою. Загартованість, бойовий дух і сталевий характер – такі настрої українців якнайкраще передають образи знаних брендів [Bobkova](#), [Valery Kovalska](#), [Litkovska](#), [Rybalko](#), [Omelia](#). Саме їх і приміряла співачка, а JS опублікував відповідний матеріал "Український стрітстайл Юлії Саніної в серці Нью-Йорка в об'єктиві JS" на сайті

Додатково проєкт анонсувався на сайті [jetsetter.ua](http://jetsetter.ua) та в соцмережах

## АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



# Ситуаційні рекламні кампанії

## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА ВІДКЛЮЧЕННЯ СВІТЛА

<p><b>КОМФІ</b></p>	<p><b>VARUS</b></p>	<p><b>АТБ</b></p>	<p><b>СІЛЬПО</b></p>	<p><b>СІНЕВО</b></p>
<p><b>WOG</b></p>	<p><b>ОККО</b></p>	<p><b>НОВА ПОШТА</b></p>	<p><b>ПУМБ</b></p>	<p><b>КІВІСТАР</b></p>

## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА КРИМСЬКИЙ МІСТ

<p><b>КОМФІ</b></p>	<p><b>АЛЛО</b></p>	<p><b>ЦИТРУС</b></p>	<p><b>ROZETKA</b></p>	<p><b>MEGOGO</b></p>
<p><b>WOG</b></p>	<p><b>УКРПОШТА</b></p>	<p><b>НОВА ПОШТА</b></p>	<p><b>МОНОБАНК</b></p>	<p><b>АТЛЕТІКО</b></p>

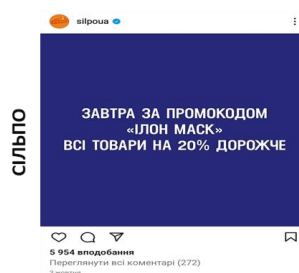
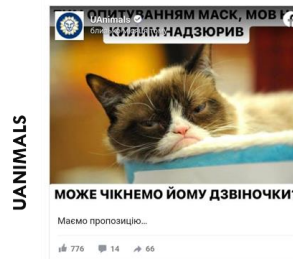
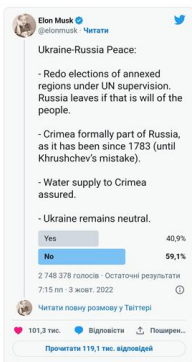
# Ситуаційні рекламні кампанії

## ПРИВІТАННЯ БРЕНДІВ З ДНЕМ ЗАХИСНИКІВ ТА ЗАХИСНИЦЬ

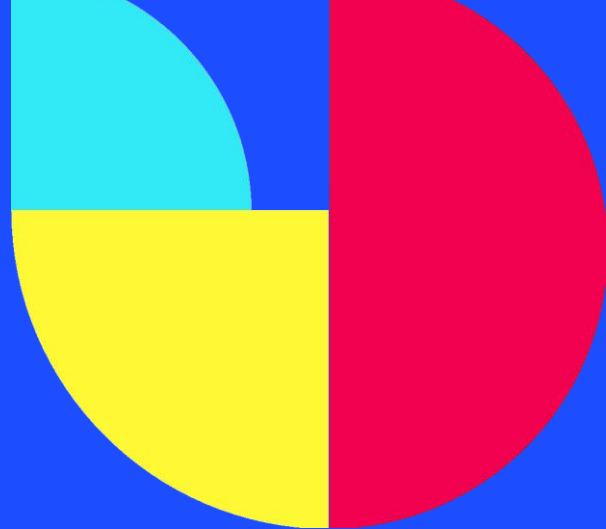


## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА ТВИТИ ІЛОНА МАСКА

З ЧОГО ВСЕ ПОЧАЛОСЯ

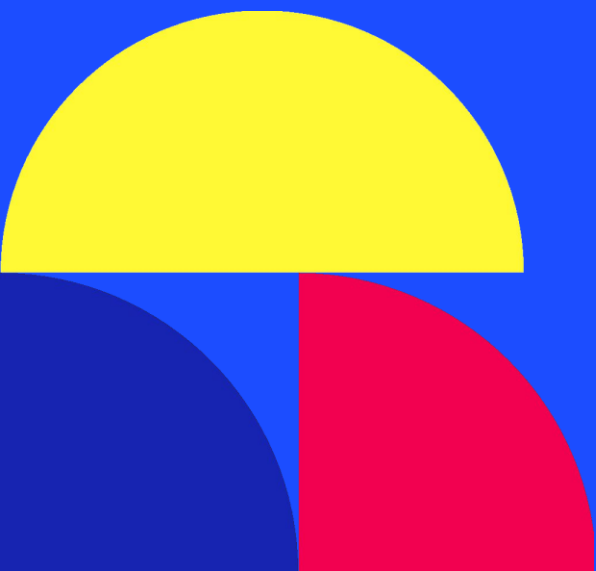






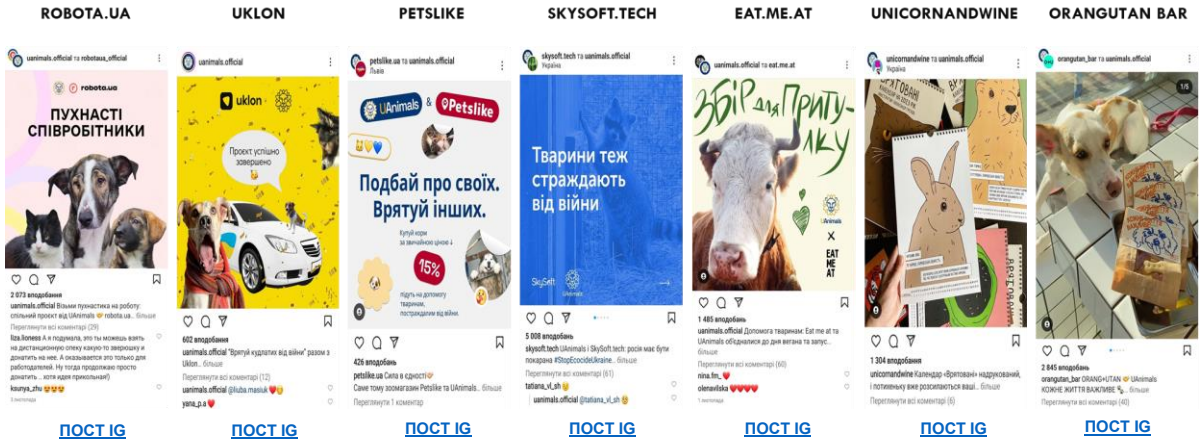
# ЛИСТОПАД

експансія



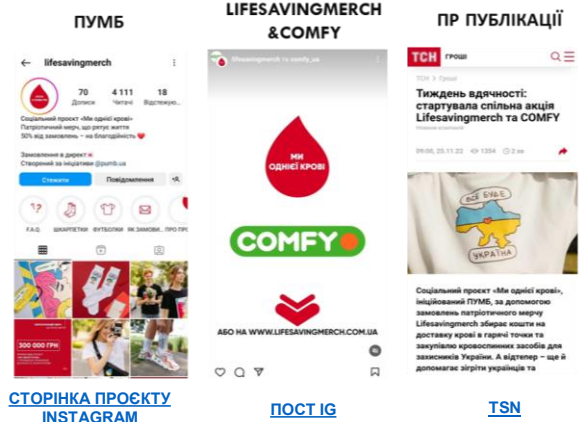
# Партнерство

## ПАРТНЕРСТВО З UANIMALS

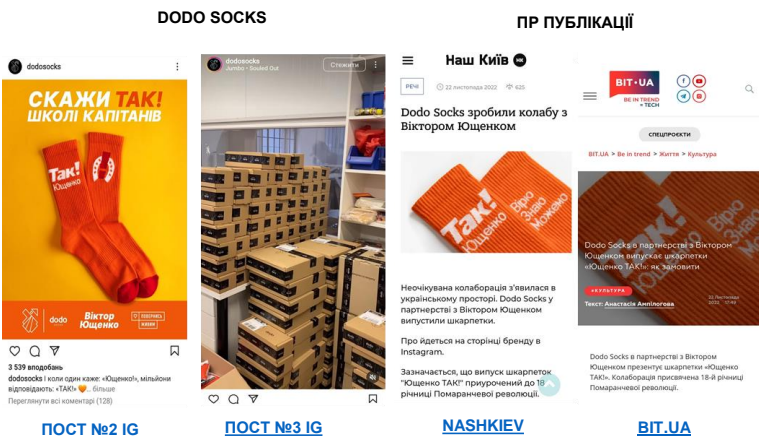


## ПАРТНЕРСТВО ПУМБ ТА COMFY: "МИ ОДНІЄЇ КРОВІ"

- Проект "Ми однієї крові", який розпочався ще в липні – це масштабна співпраця банку ПУМБ, громадських організацій "ДонорUA" та "Агенти крові", 6 українських брендів (Harvest, Twins Store, Seven mountains, OHUENO, Griffon Socks та "Авіація Галичини") та 4 ілюстраторів (Sandra Ruth, Anastreela, Maliunok та Kaskia Art)
- У листопаді Lifesavingmerch та ритейлер COMFY об'єдналися до Black Friday. Організатори акції запропонували замовникам мерчу не знижки, а подарунко-подяки, що стануть корисними для життя і роботи в наш непростий час
- В підтримку партнерства було розміщено серію PR публікацій



## DODO SOCKS У ПАРТНЕРСТВІ З ВІКТОРОМ ЮЩЕНКОМ



- Dodo Socks у партнерстві з Віктором Ющенком випустили шкарпетки "Ющенко ТАК!". Колаборація присвячена 18-й річниці Помаранчевої революції.
- 100 гривень з кожної пари будуть передані у фонд компетентної допомоги армії "Повернись живим" для розвитку проекту "Вишкіл Капітанів", що готуватиме військових ТрО, які планують стати командирами роти та офіцерами бойового управління штабу батальйону. Мета – зібрати 500 000€ на підтримку проекту.
- Dodo Socks запостили новину в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR публікації на своїх сайтах

# Партнерство

## ПАРТНЕРСТВО УКРЗАЛІЗНИЦЯ, VISA ТА VOLT



- Укрзалізниця поновлює співпрацю з Bolt та Visa, щоб зробити першу та останню милю подорожі більш зручною для своїх пасажирів на одразу 10 вокзалах. З 1 листопада і до 31 березня 2023 року пасажир з картками Visa Platinum, Visa Signature, Visa Infinite або Visa Platinum Business матимуть знижку -50% на виклик таксі Bolt до залізничних вокзалів та зворотно. Пропозиція доступна у Києві, Дніпрі, Львові, Одесі, Івано-Франківську, Ужгороді, Полтаві та Кривому Розі
- Додатково партнерство анонсувалося на сайті VISA та в соцмережах усіх партнерів

[ДЕТАЛІ НА САЙТІ VISA](#)    [VISA ПОСТ IG](#)    [УКРЗАЛІЗНИЦЯ ПОСТ TG](#)

## 5 РОКІВ МОНОБАНК: ПАРТНЕРСТВО З 2085BREWERY & УКРПОШТА

- Монобанк 22 листопада святкував свій п'ятий день народження. Замість подарунків банк відкрив збір для ЗСУ з призами для донаторів. Усі, хто задонатив 1000 грн, гарантовано отримає дві банки топбеєг (рецепт пива створений 2085brewery спеціально для Монобанк), а за кожні 10 грн донату – можливість отримати набір марок ([від Укрпошта з персональним дизайном для Монобанк](#)) з котом від Монобанк. Наголошується, що тираж лімітований (лише 1000 штук)
- Додатково партнерство анонсувалося в соцмережах усіх партнерів



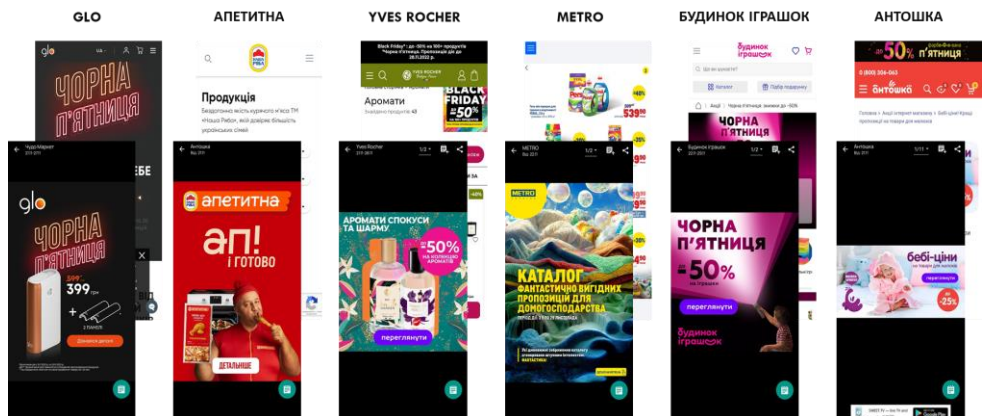
[МОНОБАНК ПОСТ IG](#)

[2085BREWERY ПОСТ IG](#)

[УКРПОШТА ПОСТ TG](#)



## АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VIX UKRAINE



# Партнерство

## SAMSUNG / АТБ / DÖNER MARKET / NOVUS / JOKER: BIT.UA&NASHKIEV.UA

- У листопаді вийшли наступні партнерські матеріали на [bit.ua](http://bit.ua) та [nashkiev.ua](http://nashkiev.ua): 1) "Сучасний дизайн і ще більше функцій: розповідаємо про оновлені гаджети Samsung Galaxy" ([SAMSUNG\\_18.11](#)); 2) "Українці разом з АТБ зібрали 4 тисячі тонн продуктів для військових" ([АТБ\\_02.11](#)); 3) "У Києві відкрився ювілейний 100-й Döner Market" ([Döner Market\\_02.11](#)); 4) "Протягом року "АТБ" відправила на утилізацію 80 тонн батарейок" ([АТБ\\_07.11](#)); 5) "Як бізнес може допомагати українцям і державі: на прикладі благодійних проектів NOVUS" ([NOVUS\\_11.11](#)); 6) ""АТБ" передала українським захисникам ще 24 автомобілі спецпризначення" ([АТБ\\_15.11](#)); 7) "NOVUS опублікував онлайн-графік роботи супермаркетів" ([NOVUS\\_25.11](#)); 8) "На Обухівщині побудували перший Ветеринарний центр: де і як приймає" ([Joker\\_28.11](#))
- Додатково матеріали анонсувалися на сайтах та в соцмережах



[BIT.UA 18.11](#)

[NASHKIEV 02.11](#)

[NASHKIEV 02.11](#)

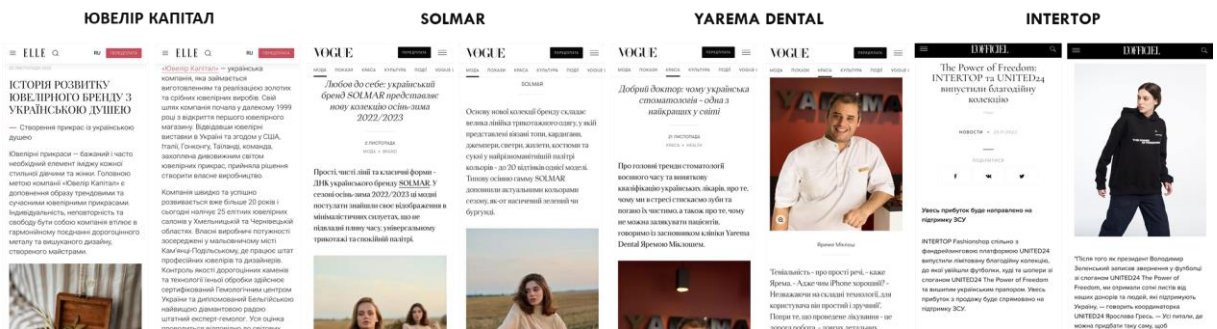
[NASHKIEV 07.11](#)

[NASHKIEV 11.11](#)

[NASHKIEV 15.11](#)

## ЮВЕЛІР КАПІТАЛ / SOLMAR / YAREMA DENTAL / INTERTOP: ELLE.UA&VOGUE.UA&OFFICIEL-ONLINE.COM

- В листопаді вийшли наступні партнерські проекти на [elle.ua](http://elle.ua), [vogue.ua](http://vogue.ua) та [officiel-online.com](http://officiel-online.com): 1) "Історія розвитку ювелірного бренду з українською душею" ([Ювелір Капітал\\_02.11](#)); 2) "Любов до себе: український бренд SOLMAR представляє нову колекцію осінь-зима 2022/2023" ([Solmar\\_02.11](#)); 3) "Добрий доктор: чому українська стоматологія – одна з найкращих у світі" ([Yarema Dental\\_21.11](#)); 4) "The Power of Freedom: INTERTOP та UNITED24 випустили благодійну колекцію" ([Intertop\\_29.11](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на сайтах та в соцмережах



[ELLE 02.11](#)

[VOGUE 02.11](#)

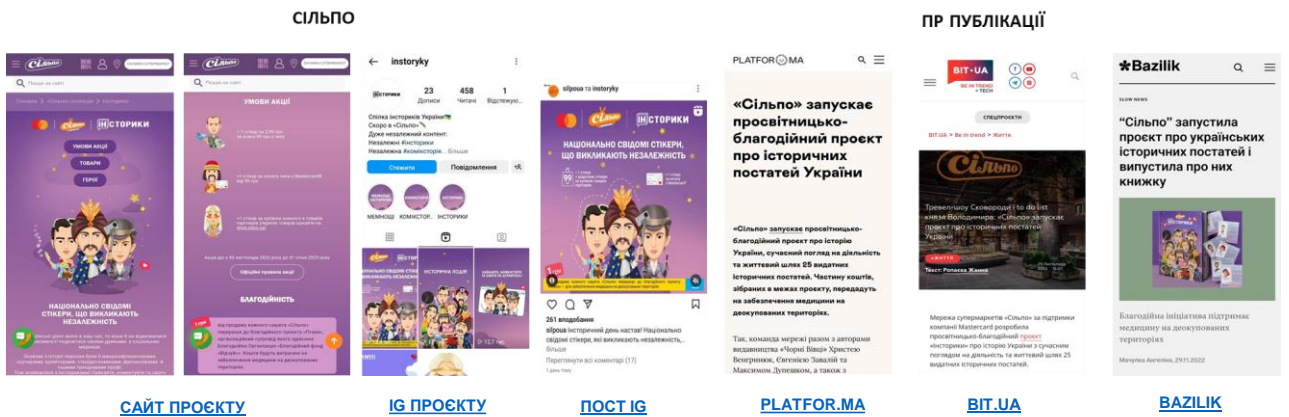
[VOGUE 21.11](#)

[OFFICIEL-ONLINE 29.11](#)

# Special projects

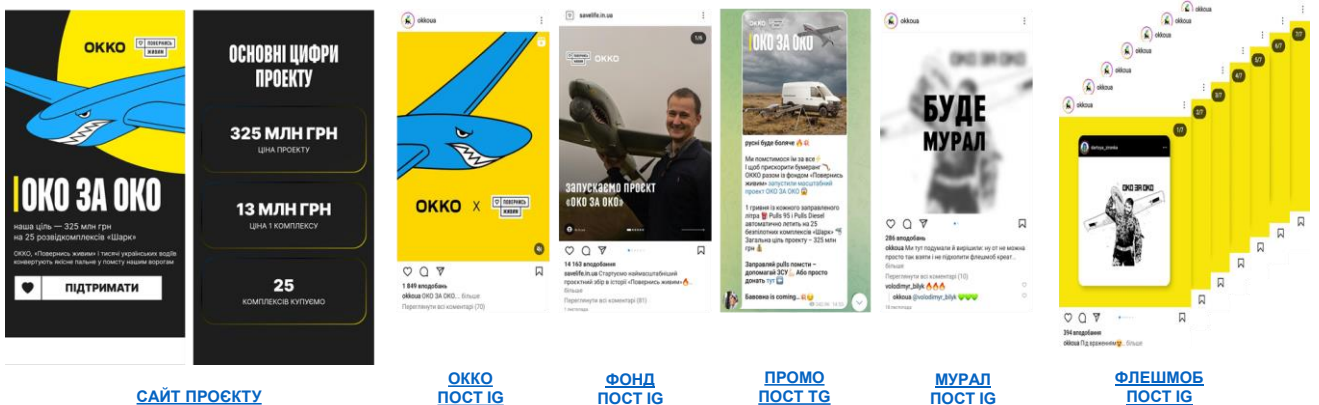
## ПРОЄКТ “ІНСТОРИКИ” ВІД СІЛЬПО ЗА ПІДТРИМКИ MASTERCARD

- Мережа супермаркетів “Сільпо” за підтримки компанії Mastercard розробила просвітницько-благодійний проєкт “Інсторики” про історію України з сучасним поглядом на діяльність та життєвий шлях 25 видатних історичних постатей. Також виготовили сашети зі стікерами про всіх видатних українців із книжки. Одну гривню з продажу кожного сашета перерахують на благодійний проєкт “Птахи”, організаційний супровід якого здійснює благодійний фонд “Відчуй”. Гроші витратять на забезпечення медицини на деокупованих територіях.
- Сільпо запостили новину на сайті та в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх сайтах



## “ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ” ТА ОККО: ПРОЄКТ "ОКО ЗА ОКО"

- Фонд компетентної допомоги армії “Повернись живим” та мережа АЗК ОККО запустили спільну ініціативу “ОКО ЗА ОКО”, метою якої є придбання 25 розвідувальних безпілотних авіаційних комплексів ШАРК. Загальна вартість проєкту – 325 млн гривень. З кожного літра пального PULLS 95 або PULLS Diesel, яким українські водії заправлятимуться на ОККО, 1 гривня автоматично буде передаватися на безпілотні авіаційні комплекси ШАРК
- Додатково проєкт анонсувалася на сайті, в соцмережах усіх партнерів, блогерів та був підхоплений флешмобом креативної спільноти. Також в планах створити мурал в Києві на основі зображення української ілюстраторки Дарці Зірочки, яке було опубліковане в рамках флешмобу



# Special projects

## PIN-UP & STLTH & ФАРМАК: MEGOGO.NET



## PHILIP MORRIS / УКРАЇНЬСЬКА АКАДЕМІЯ ЛІДЕРСТВА / БРСМ: LIGA.NET

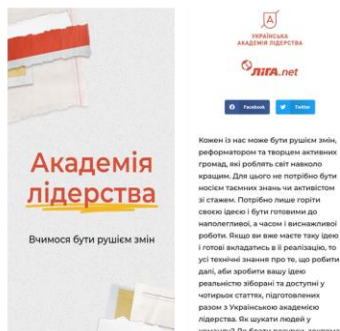
- Liga.net [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям
- В листопаді вийшли наступні партнерські проєкти: 1) "Не тільки конкуренти, а партнери. Як компанії знаходять нестандартні бізнес-рішення під час війни" ([Philip Morris, 07.11](#)); 2) "Академія лідерства. Вчимося бути рушієм змін" ([Українська Академія Лідерства, 08.11](#)); 3) "Заправка під обстрілами та пальне для транспорту критичної інфраструктури. Як допомагає БРСМ-Нафта" ([БРСМ-НАФТА, 18.11](#)). Додатково матеріали анонсувалися на liga.net

### PHILIP MORRIS



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

### УКРАЇНЬСЬКА АКАДЕМІЯ ЛІДЕРСТВА



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

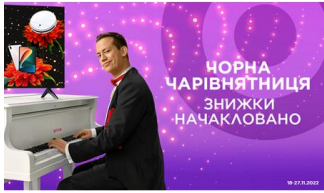
### БРСМ-НАФТА



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

# Ситуаційні рекламні кампанії

## АЛЛО: РОЛИКИ ДО ЧОРНОЇ П'ЯТНИЦІ



АЛЛО створила рекламну кампанію з неймережею та Олексієм Дурневим до Чорної п'ятниці. Ролики бти та 15ти секунд придумали Tabasco, а зняли IDY Production. Саме, щоб створити чарівну квітку-знижку для key visual команда задіяла нейронну мережу



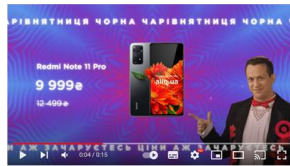
РОЛИК 15" №1



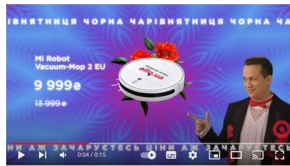
РОЛИК 15" №2



РОЛИК 15" №3



РОЛИК 15" №4



РОЛИК 15" №5



РОЛИК 15" №6



РОЛИК 6" №1



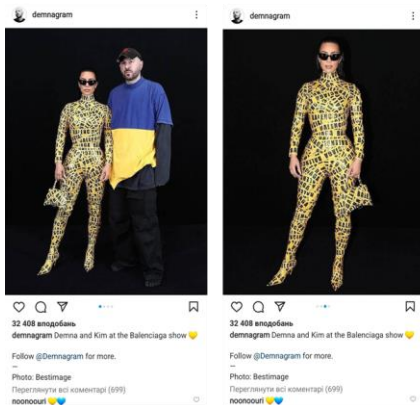
РОЛИК 6" №2



РОЛИК 6" №3

## BLACK FRIDAY В ЕПІЦЕНТРИ ЧИ ЧОРНА П'ЯТНИЦЯ В ROZETKA?

РЕФЕРЕНС



[BALENCIAGA ПОСТ IG](#)

ГОЛОСУВАННЯ ВІД ММР [ЗА ПОСИЛАННЯМ](#)



[ROZETKA ПОСТ IG](#)

[ЕПІЦЕНТР ПОСТ IG](#)

# Ситуаційні рекламні кампанії

## СИТУАЦІЙНИЙ КРЕАТИВ В ПІДТРИМКУ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ФРОНТУ ВІД BBDO UKRAINE

ПОСТ НА FACEBOOK



**BBDO Ukraine**  
1 листопада о 09:58

Любов до близьких та усієї країни виказують не словами. Інфраструктура майже кожної української області, району, селища чи міста переживає скрутні часи через російську агресію. І найменше, що може сьогодні... Більше

34 вподобання · 1 коментар

Підтримувати енергетичний фронт — це...

...їсти конфети і сосиски  
пряч з холодильника.

Підтримувати енергетичний фронт — це...

...купатися разом  
з улюбленим в тазу.

Підтримувати енергетичний фронт — це...

...читати книжки  
замість дивитись серіали.

Підтримувати енергетичний фронт — це...

...спати під однією  
ковдрою влягтись.

Підтримувати енергетичний фронт — це...

...куп'ятися воду на  
1 чайник, а не цистерну.

Підтримувати енергетичний фронт — це...

...дивитися на зорі разом.

## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ: ХЕРСОН (11.11.22)

**КОМФІ**

ТОВАР ДНЯ  
ВАГИ КУХОННІ  
529 грн

ХЕРСОНСЬКИЙ КАВУН  
БЕЗЦІННО

3 328 вподобань  
comfy.ua Сьогодні тільки так!  
Херсон, ми сумуємо!

**АТБ**

ХЕРСОН -  
ЦЕ УКРАЇНА!

7 098 вподобань  
atb.market official Сьогодні збувся давній епідей сон:  
зайшов у АТБ в місті Херсон... більше

**ЦИТРУС**

154 вподобання  
citrus.ua Херсонщина - це Україна

**ROZETKA**

Дякуємо, наші герої! Слава ЗСУ

1 868 вподобань  
rozetka.ua

**КІЇВСТАР**

Вдячні ЗСУ  
за повернення Херсона  
під український стяг!

1 868 вподобань  
kyivstar official Кухня офісу! Над Херсоном знову майорить  
український стяг. Щиро вдячні за це ЗСУ!... більше

**ДАРНИЦЯ**

ПЕРЕДАННЯ КАВУНІВ  
НЕ МОЖЕ БУТИ ШКІДЛИВИМ  
ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я

Дарниця  
Передача херсонських кавунів НЕ може бути  
шкідливою для вашого здоров'я!

**УКРПОШТА**

ПОШТОВИЙ ВИПУСК  
«ХЕРСОН — ЦЕ УКРАЇНА!»

4 889 вподобань  
ukrposhta Несла терпіти! Анонімно поштовий  
випуск «Херсон — це Україна»... більше

**НОВА ПОШТА**

Це не мариво, не сон - повертаємось в ...

**ПРИВАТБАНК**

Херсон  
вдома

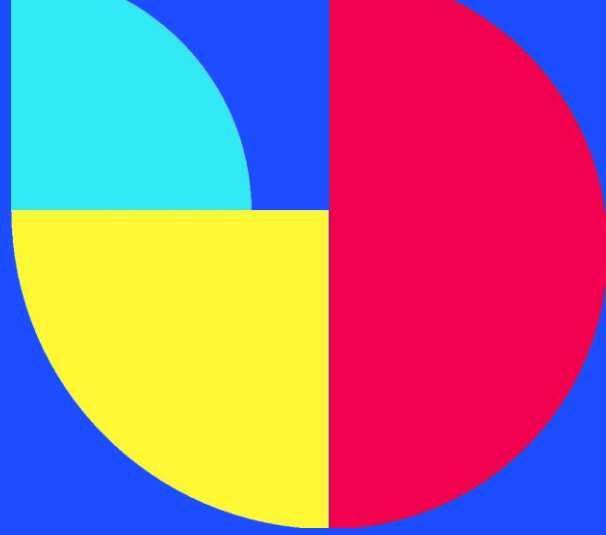
3 473 вподобання  
privatbank\_original Вітаємо Херсон вдома... більше

**MEEST UKRAINE**

Антонієвського немає,  
але буде Meest  
Слава ЗСУ!

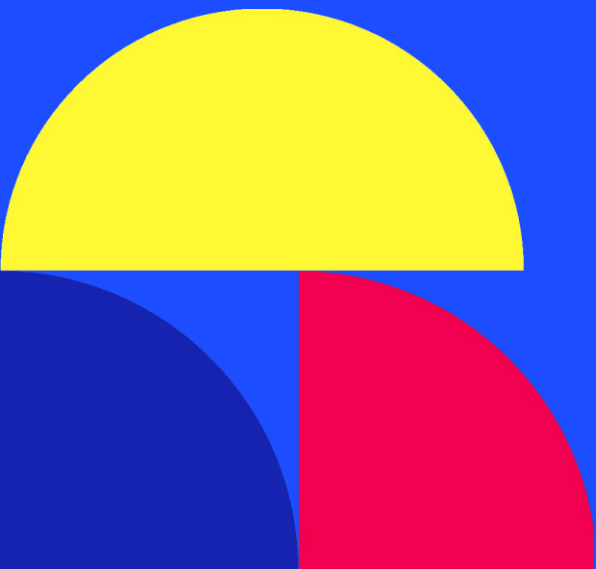
Meest Україна  
Друж, у нас файні новини!  
Зовсім скоро зможемо зустрітись в Херсоні!  
Підшоємо нашим зазнаючим та в захваті від  
вдалого миття Херсоні!



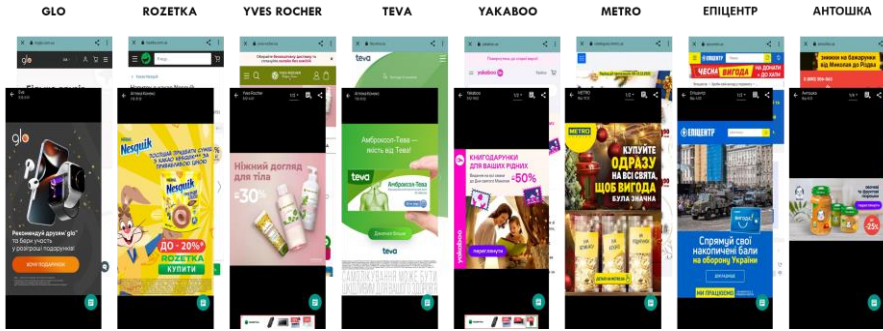


# ГРУДЕНЬ

передноворічна активізація



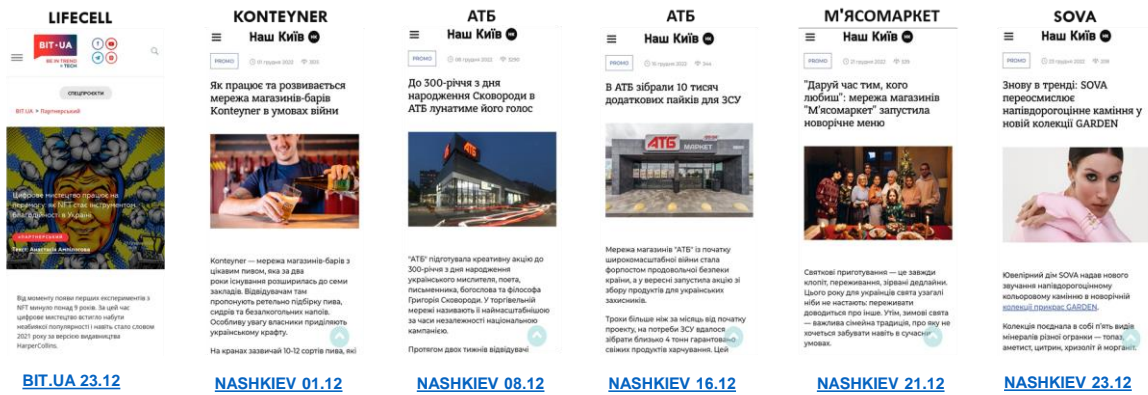
# Партнерство



**АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ ВЛІХ UKRAINE**

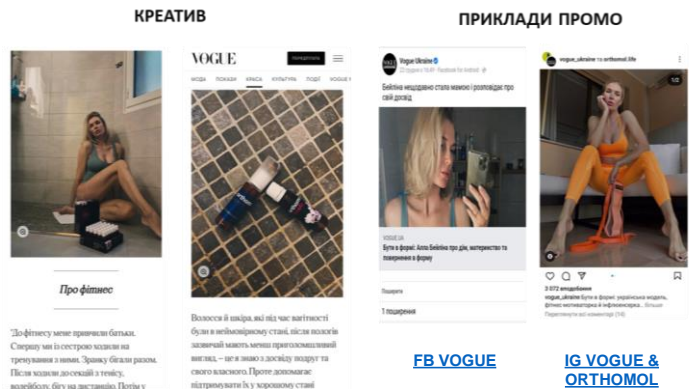
## LIFECCELL / KONTEYNER / АТБ / М'ЯСОМАРКЕТ / SOVA / NOVUS: BIT.UA&NASHKIEV.UA

- У грудні вийшли наступні партнерські матеріали на [bit.ua](http://bit.ua) та [nashkiev.ua](http://nashkiev.ua) : 1) "Цифрове мистецтво працює на перемогу: як NFT стає інструментом благодійності в Україні" ([LIFECCELL\\_23.12](http://LIFECCELL_23.12)); 2) "Як працює та розвивається мережа магазинів-барів Konteyner в умовах війни" ([KONTEYNER\\_01.12](http://KONTEYNER_01.12)); 3) "До 300-річчя з дня народження Сковороди в АТБ лунатиме його голос" ([АТБ\\_08.12](http://АТБ_08.12)); 4) "В АТБ зібрали 10 тисяч додаткових пайків для ЗСУ" ([АТБ\\_16.12](http://АТБ_16.12)); 5) "Даруй час тим, кого любиш": мережа магазинів "М'ясомакет" запустила новорічне меню" ([М'ЯСОМАРКЕТ\\_21.12](http://М'ЯСОМАРКЕТ_21.12)); 6) "Знову в тренді: SOVA переосмислює напівдорогоцінне каміння у новій колекції GARDEN" ([SOVA\\_23.12](http://SOVA_23.12)); 7) "У Дніпрі бійці "Азова" вручили нагороду "АТБ"" ([АТБ\\_23.12](http://АТБ_23.12)); 8) "Допомога транспортом: "АТБ" передала на потреби ЗСУ близько 1000 авто" ([АТБ\\_27.12](http://АТБ_27.12)); "NOVUS спільно із Visa організував зимове свято для дітей: як це було" ([NOVUS\\_29.12](http://NOVUS_29.12)).
- Додатково матеріали анонсувалися на сайтах та в соцмережах.



## ORTHOMOL: VOGUE.UA

- На сайті [vogue.ua](http://vogue.ua) 22 грудня вийшов матеріал "Бути у формі: Алла Бейліна про дім, материнство та повернення у форму" від Orthomol. В цьому тексті українська модель, фітнес-мотиваторка й інфлюенсерка Алла Бейліна, яка нещодавно стала мамою, розповідає про своє відчуття дому, про стосунки з тілом, пошук формули стрункості та здоровий підхід до їжі. І, звісно ж, тут йдеться про продукти Orthomol.
- Додатково проект анонсувався на сайті [vogue.ua](http://vogue.ua) та в соцмережах усіх партнерів.



**МАТЕРІАЛ 22.12**

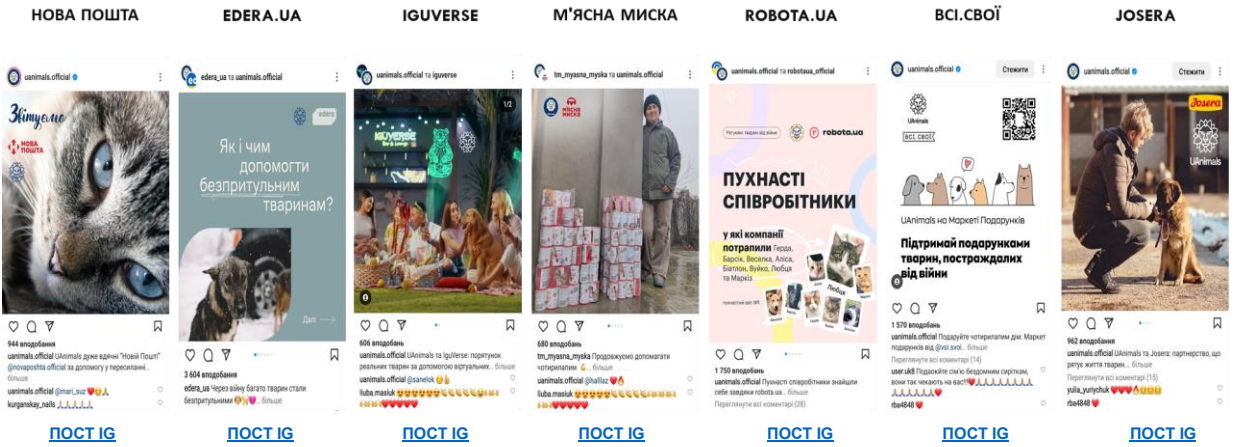
# Партнерство

## VIVAT/ SOLMAR / YAKABOO / ЦУМ / STRATEG / КИЇВСТАР: ELLE.UA&VOGUE.UA&THE-VILLAGE.COM.UA

- В листопаді вийшли наступні партнерські проекти на elle.ua, vogue.ua та the-village.com.ua: 1) "5 книжок, які допоможуть досягти успіху і стати справжньою лідеркою" ([VIVAT, 14.12](#)); 2) "Як розпочати свій бізнес в Україні та створити якісний бренд під лейблом MADE IN UKRAINE? Інтерв'ю із засновниками бренду Solmar Ольгою Та Сергієм Костецьким." ([SOLMAR, 12.12](#)); 3) "7 книжок про те, як працювати із задоволенням та зростати професійно" ([YAKABOO, 15.12](#)); 4) "Перша колекція мерчу Vogue UA з українськими дизайнерами" ([ЦУМ, 02.12](#)); 5) "Найкращі подарунки для дітей до дня Святого Миколая в ЦУМі" ([ЦУМ, 16.12](#)); 6) "Українська монополія, меми та картини: 14 ігор від Strateg, щоб пережити зиму" ([STRATEG 28.12](#)); 7) "Поплакати й пореготати: зібрати з "Київстар ТВ" 14 українських фільмів на будь-який смак" ([КИЇВСТАР, 30.12](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на сайтах та в соцмережах.



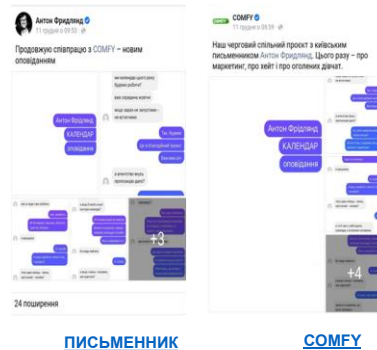
## ПАРТНЕРСТВО З UANIMALS



## ПАРТНЕРСТВО COMFY ТА ПИСЬМЕННИКА АНТОНА ФРІДЛЯНДА

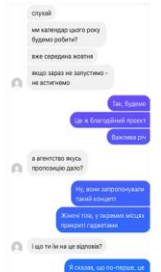
### ПОСТИ FACEBOOK

- Письменник Антон Фрідлянд написав оповідання для COMFY. Цього разу – про маркетинг, про хейт і про оголені дівчат. В тексті фігурують ситуативні відсилки до двох скандальних тем грудня – [календар 5го каналу](#) і [Дорж Бату](#).
- Співпраця анонсувалася постами в соцмережах партнерів.



1ша сторінка

2га сторінка

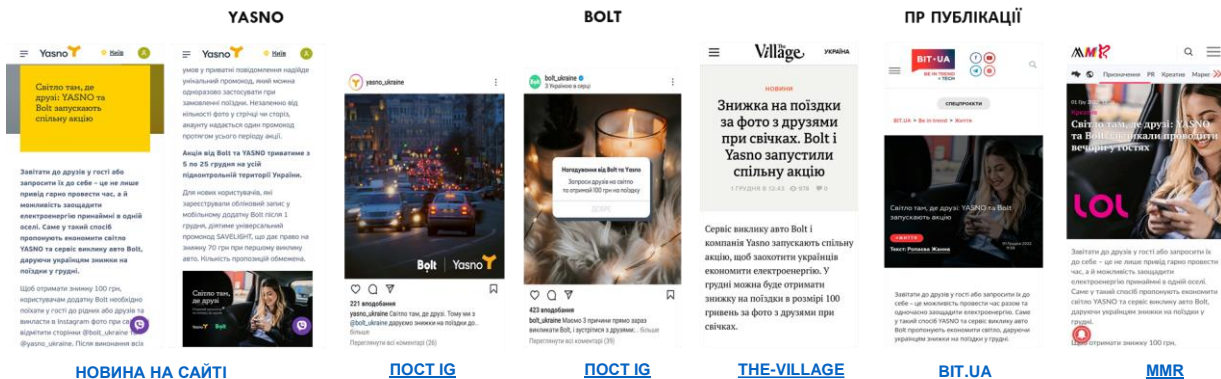


СТОРІНКИ ОПОВІДАННЯ

# Партнерство

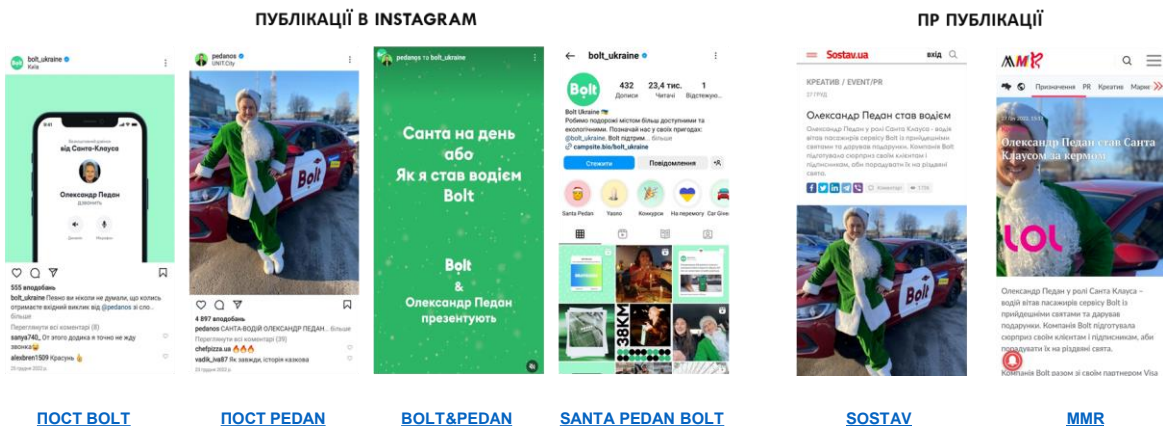
## ПАРТНЕРСТВО YASNO TA BOLT

- YASNO та Bolt пропонують економити світло, даруючи українцям знижки на поїздки у грудні. Щоб отримати знижку 100 грн, користувачам додатку Bolt необхідно поїхати у гості до рідних або друзів та викласти в Instagram фото при свічках і відмітити сторінки @bolt\_ukraine та @yasno\_ukraine. Після виконання всіх умов у приватні повідомлення надійде унікальний промокод, який можна одноразово застосувати при замовленні поїздки. Незалежно від кількості фото у стрічці чи сторіз, акаунту надається один промокод протягом усього періоду акції (з 5 по 25 грудня на усій підконтрольній території України).
- Партнери запостили новину на сайті та в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.



## ПАРТНЕРСТВО BOLT, VISA TA PEDAN: "САНТА НА ДЕНЬ"

- Олександр Педан у ролі Санта Клауса-водія вітав пасажирів сервісу Bolt із прийдешніми святами та дарував подарунки. Компанія Bolt разом зі своїм партнером Visa підготували сюрпризи своїм клієнтам і підписникам, аби порадувати їх на різдвяні свята.
- Усього 19 та 25 грудня Києвом курсували 10 таких водіїв-Сант, виконуючи замовлення на поїздки та даруючи приємні сюрпризи і святкові емоції. Саме в такий спосіб компанія Bolt подякувала своїм клієнтам.
- Партнери запостили новину в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.



# Special projects

[ДОБІРКА PIN-UP](#)   [ДОБІРКА STLTH](#)   [ДОБІРКА IQOS](#)   [ДОБІРКА MATTEL](#)   [ДОБІРКА KIDDISVIT](#)



**PIN-UP & STLTH & IQOS & MATTEL & KIDDISVIT & ФАРМАК (ФАРМАДОЛ): MEGOGO.NET**

## АПТЕКА ДОБРО ДНЯ / SAP / МХП: LIGA.NET

- Liga.net [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям.
- У грудні вийшли наступні партнерські проекти: 1) "Ліки, такмед для бійців та робота під обстрілами. Як Аптека Доброго Дня допомагає ЗСУ" ([Аптека Доброго Дня, 07.12](#)); 2) "Доступ до ІТ рішень і гумдопомога приватними літаками. Що SAP робив для допомоги Україні" ([SAP, 14.12](#)); 3) "Як куряче м'ясо стало популярним і чому гомілка має бути на вашій тарілці" ([МХП, 19.12](#)). Додатково матеріали анонсувалися на [liga.net](#).

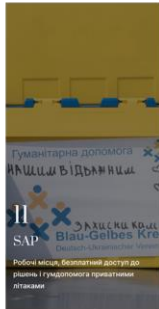
АПТЕКА ДОБРО ДНЯ



**ТІСЯЧА БАТЬКІВ ПЕРЕМОГИ**  
Як бізнес став надійним тилом захисників України  
Одна з динамічних властивостей українців – обслуговувати перед лицем загрози. 24-го листопада життя обстоюють кожного громадянина країни – від бізнесмена до фермера й сардита стало зрозуміло, що ІТ-лики об'єдналися, не покладаючись на перемогу. До нас вітчизняні стали брати не лише зі зброєю в руках. Бізнес, громадські організації та волонтери розгорнули підтримку захисникам України та населенню в тилу.  
Liga.net розповідає свою історію про бізнес, що не тільки продовжує працювати і підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям.

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

SAP



**ДОСТУП ДО СЕРВІСІВ ТА МЕРЕЖІ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ**  
Витлумачити ІТ-геант SAP наші доступ до власних бізнес-сервісів і 252-тисяч **IQOS**, у мій представили мільйони компаній зі 190 країн. Це допомогло допомогти українцям допомогти для України.  
На сторінці поставлено у SAP Business Network, у власних словах "Підприємств України" – у такий спосіб вони можуть посприяти про себе розповідати надалі транзитну допомогу. А будь-яка організація з України, що її потреби, має змогу отримувати свої потреби та знати необхідний товар.  
За перші 10 годин після запуску цього інструмента самі допомогу запропонувало понад 300 компаній. Зараз їх уже понад 800, а грошовий еквівалент гуманітарної допомоги.

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

МХП



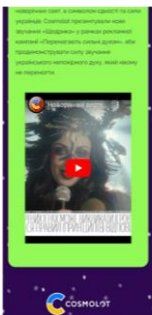
**ВІА ДАВНЬОГО РИМУ ДО СЬОГОДЕННЯ**  
Як куряче м'ясо стало популярним і чому гомілка має бути на вашій тарілці  
Підприємчий проєкт За підтримки "МХП"  
Що 300 років тому куряче м'ясо було в дельфіній кавказі на м'ясолюбів і українці чинили споживати. Зараз важко уявити, що це в одні дні, коли біли приправлені з курячим м'ясом були лідаром.  
Головним про курю, часів в період часу унікальний символ української політики, об'єднаною до злагоди скарбниці. Що сприяє до злагоди в українській їжі сприяє вона корисна та як її полюбляють історію у спеціальній "проєкті" розробки з брендом "Чайна Ріва" (власником МХП) ми розширюємо уст окремим курячий полюбля.

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

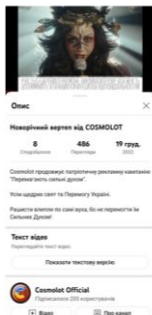
## COSMOLOT: BIT.UA, "СИМВОЛ НОВОРІЧНИХ СВЯТ"

КРЕАТИВ

ПРИКЛАДИ ПРОМО



[МАТЕРІАЛ 19.12](#)



[ВІДЕО УТ COSMOLOT](#)



[TG BIT.UA](#)

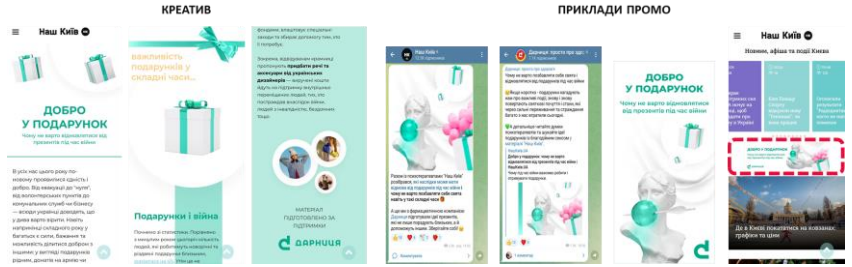
Bit.ua разом із Cosmolot у спільному спецпроекті запрошують зануритися в історію створення щедрівки, її мандри різними куточками планети та почути різні варіації звучання. Цьогорічний кавер "Щедрика" став не просто доповненням новорічних свят, а символом єдності та сили українців. Cosmolot презентували нове звучання "Щедрика" у рамках рекламної кампанії "Перемагають сильні духом", аби продемонструвати силу звучання українського непокірного духу, який нікому не перемогти.

Додатково проєкт анонсувався на сайті [bit.ua](#) та в соцмережах клієнта.

# Special projects

## ДАРНИЦЯ: NASHKIEV.UA

- "Наш Київ" у матеріалі "ДОБРО У ПОДАРУНОК" разом із психотерапевтами розібрався, які наслідки може мати відмова від подарунків під час війни і чому не варто позбавляти себе свята навіть у такі складні часи. А ще – з фармацевтичною компанією Дарниця підготували ідеї презентів, які не лише порадують близьких, а й допоможуть іншим.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті nashkiev.ua та в соцмережах партнерів.



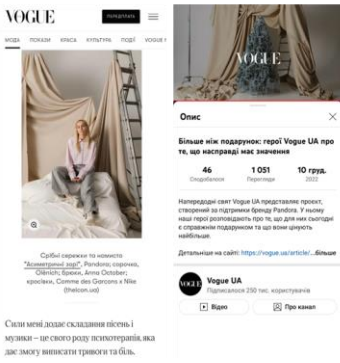
МАТЕРІАЛ NASHKIEV & ДАРНИЦЯ

TG NASHKIEV

TG ДАРНИЦЯ

БАНЕР + АНОНС NASHKIEV

### КРЕАТИВ



МАТЕРІАЛ 10.12

### ПРИКЛАДИ ПРОМО



TG PANDORA

## PANDORA: VOGUE.UA

- Напередодні свят Vogue UA представляє проєкт, створений за підтримки бренду Pandora. У ньому герої (ROXOLANA, Аліна Френдія і Петро Заставний, Анастасія Замула, Анастасія Заставна, Костянтин і Влада Ліберови) розповідають про те, що для них сьогодні є справжнім подарунком та що вони цінують найбільше.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах.

## GLO: ELLE.UA

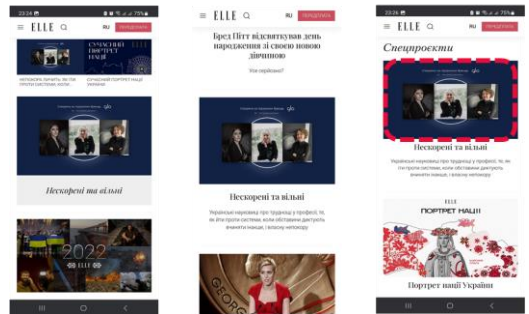
- За підтримки бренду glo™ науковиці Інна Гоч, Ольга Захожай та Олена Компанієць ексклюзивно для ELLE.UA розповіли свої історії в проєкті "Нескорені та вільні". Героїні своїм прикладом надихають звільнитися від обмежень, адже кожна з них пройшла нелегкий шлях до мети та віднайшла внутрішню силу не зраджувати себе справжню.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua.

### КРЕАТИВ



СТОРІНКА SP

### ПРИКЛАДИ ПРОМО

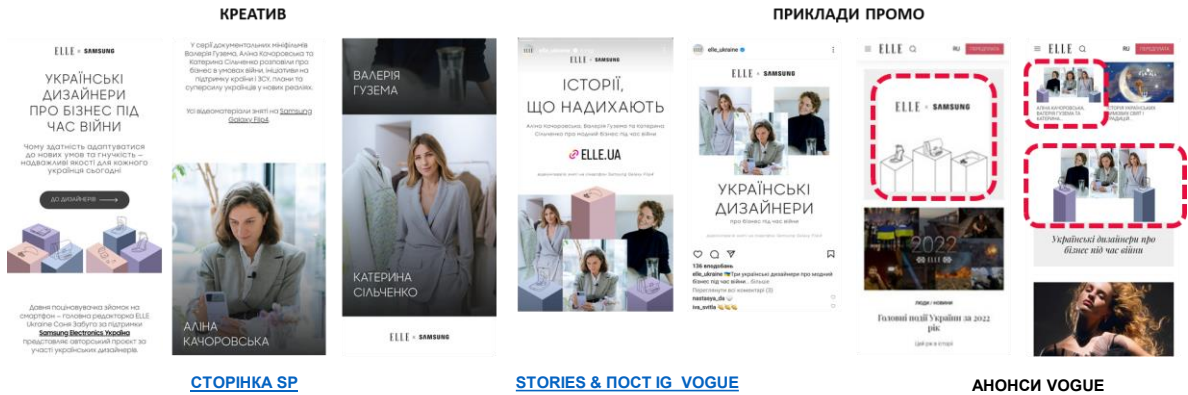


АНОНСИ VOGUE

# Special projects

## SAMSUNG: ELLE.UA

- Головна редакторка ELLE Ukraine Сося Забуга за підтримки Samsung Electronics Україна представили авторський проєкт “Українські дизайнери про бізнес під час війни”. У серії документальних мініфільмів Валерія Гузема, Аліна Качоровська та Катерина Сільченко розповіли про бізнес в умовах війни, ініціативи на підтримку країни і ЗСУ, плани та суперсилу українців у нових реаліях. Усі відеоматеріали зняті на Samsung Galaxy Flip4.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах.

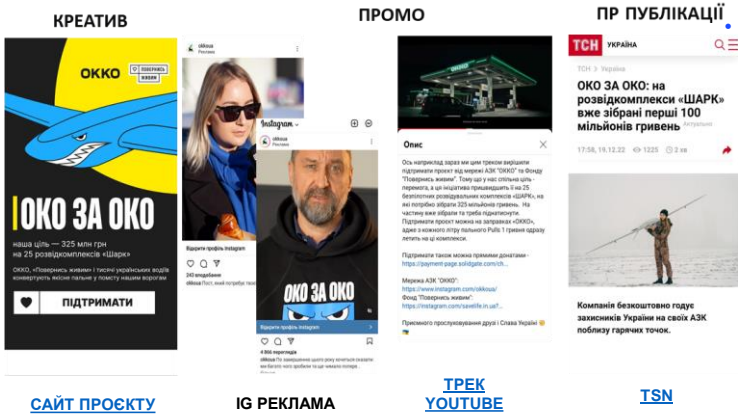


[СТОРІНКА SP](#)

[STORIES & ПОСТ IG VOGUE](#)

[АНОНСИ VOGUE](#)

## “ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ” ТА ОККО: ПРОЄКТ "ОКО ЗА ОКО"



[САЙТ ПРОЄКТУ](#)

[IG РЕКЛАМА](#)

[ТРЕК YOUTUBE](#)

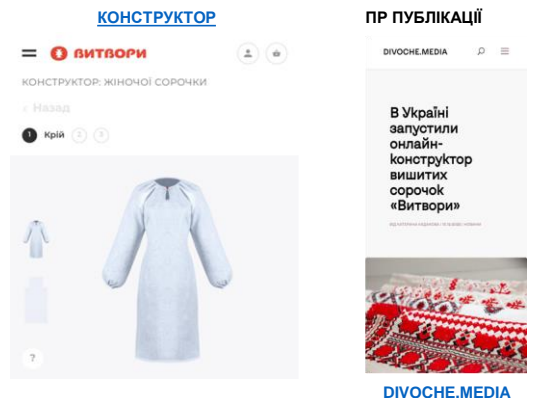
[TSN](#)

Проєкт “ОКО ЗА ОКО”, про який ми інформували в листопаді – це спільна ініціатива Фонду компетентної допомоги армії “Повернись живим” та мережа АЗК ОККО, метою якої є придбання 25 розвідувальних безпілотних авіаційних комплексів ШАРК. Загальна вартість проєкту – 325 млн гривень. З кожного літра пального PULLS 95 або PULLS Diesel, яким українські водії заправлятимуться на ОККО, 1 гривня автоматично буде передаватися на безпілотні авіаційні комплекси ШАРК.

У грудні в підтримку проєкту було розміщено серію ПР публікацій, рекламних постів в соцмережах тощо. Крім цього Kalush і Skofka своїм новим треком “Батьківщина” вирішили також підтримати ініціативу та збір на розвідкомплекси ШАРК для ЗСУ.

## БРЕНД “ВИТВОРИ” СТВОРИВ ОНЛАЙН-КОНСТРУКТОР ВИШИВАНОК

- Бренд “Витвори” створив онлайн-конструктор вишиванок. На платформі бренду можна самостійно в режимі онлайн змодельювати собі вишиванку. Можна обрати фасон, довжину, вишивку з бібліотеки автентичних орнаментів зі старовинних зразків, а також кольори тканини та вишивки. Орнаменти можна обирати за регіонами, які представлені на мапі. Усі сорочки шитимуть з натурального льону або конопель, використовуватимуть лише вироблену в Україні фурнітуру. Зараз сконструювати можна лише жіночі вишиванки, але згодом додадуть чоловічі сорочки та інші види одягу.
- Додатково кампанія анонсувалася постами в соцмережах, а деякі медіа в підтримку – розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.



[DIVOCHE.MEDIA](#)

# Special projects

## КАМПАНІЯ "ПРОМ ОПЛАТА" ВІД PROM.UA ТА ТАКТИКА.AGENCY

- ПромОплата – це безпечна оплата карткою на Prom. Треба було прокачати знання цього формату оплати та впізнаваність логотипу. Тому агенція Тактіка побудували всю кампанію на логотипі. У роликах і візуалах він став головним дієвим персонажем, який простою людською мовою просить платити через ПромОплату. При цьому самі ролики з гумором і про теперішні часи.
- Додатково кампанія анонсувалася постами в соцмережах партнерів. А також була запущена окрема рекламна відео-кампанія в інтернеті.

**РОЛИК 1**

**РОЛИК 2**

**РОЛИК 3**

**РОЛИК 4**

**РОЛИК 5**

**РЕКЛАМА НА YOUTUBE**

**ПОСТ IG ТАКТИКА**

**ПОСТ IG PROM**

## NESCAFÉ ДОЛУЧИВСЯ ДО ПІДТРИМКИ ПРОЄКТУ "UNBROKEN"

- Бренд Nescafé® компанії Nestlé передав 3,5 млн грн для реновації будівлі протезної лабораторії **"UNBROKEN"**. Одномоментно працювати там зможуть десять протезистів, а відтак з'явиться змога забезпечити протезами значно більшу кількість пацієнтів. Завдяки цій допомозі пацієнти зможуть отримувати якісні медичні послуги з протезування вдома, в Україні. Крім цього компанія Nestlé передала 1,32 млн грн для організації матеріально-технічної бази Центру, а саме – закупівлі обладнання для фізичної реабілітації.
- Додатково підтримка анонсувалася постами в соцмережах та на сайті Nescafé, а також PR публікаціями в інтернеті.

**POST INSTAGRAM**

**POST FACEBOOK**

**FORBES.UA**

**DELO.UA**

**ZAXID.NET**



# Special projects

## КАМПАНІЯ "KEEP UKRAINE MOVING" ВІД UBER ТА BANDA AGENCY

РОЛИК (ПАША)



РОЛИК (ДИМИТРО)



РОЛИК (ОКСАНА)

У рамках ініціативи United 24, Banda Agency разом з американським головним офісом Uber зробили глобальну кампанію Keep Ukraine Moving, щоб люди з різних країн і континентів продовжували пам'ятати і підтримувати Україну.

В рамках проекту було знято серію рекламних роликів-історій таксистів Оксани, Паші та Діми, які допомагали людям дістатись безпечних місць. Тепер історії наших сміливих водіїв, які роблять героїчні вчинки на своєму фронті, побачать мільйони людей по всьому світу.

Це перший спільний кейс української креативної агенції та глобального офісу міжнародного бренду. І він про сміливих українців.

Анонси про кампанію були опубліковані в соцмережах партнерів, а більше подробиць проекту можна глянути [за посиланням](#).

## КОМУНІКАЦІЯ ВІД ДАРНИЦІ НА ПІДТРИМКУ БІЗНЕСУ

ТЕКСТ TG ПОСТА

Вже 9 місяців вони роблять все можливе і неможливе, щоб попри війну в Україні не зникло нормальне життя.

Щоб Оксана Сергієна відправила онуку зв'язаний шалик, а Богданчик з'їв на вечерю улюблений гречаний багет. Щоб в домітки повернулося світло. А Оля почула "кохаю" від свого рідного захисника.

Вони дуже втомилися, хоча ніколи не жаліються. І заслуговують на нашу увагу.

Як ви, українські бізнеси та компанії? Дарниця серцем з вами.

Дякуємо за вашу невтомну працю – ви справжні титани. Але, будь ласочка, бережіть себе!

@ukrposhta\_news @rrozetka @ivanka\_Kyivstar @Ukrzainfo @dtek\_ua @silpostipo



## КОМУНІКАЦІЯ "БЕЗ СВІТЛА" ВІД BRAIN TANK

ТЕКСТ FB ПОСТА

Ми не знаємо, хто ще таке встиг зробити, але ми розробили свою серію принтів на тему #безсвітла (про реаліті українців) ☐☐

Креатив виконано з гумором, куди ж без нього 😊

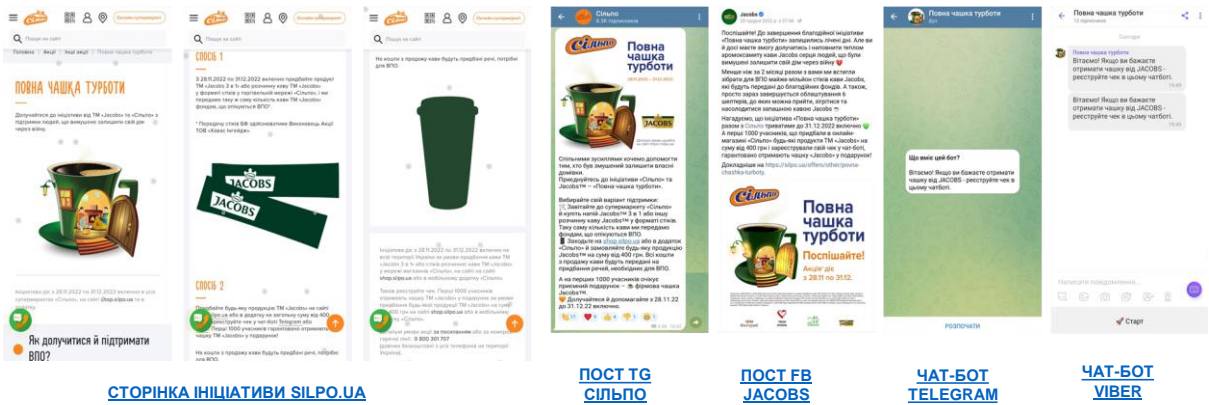
Навіщо це було зроблено, для чого і взагалі, яка ідея усього цього – ося туточки: <https://braintank.ua/stories/bez-svitla/>



# Благодійні кампанії

## БЛАГОДІЙНА ІНІЦІАТИВА “ПОВНА ЧАШКА ТУРБОТИ” ВІД СІЛЬПО ТА JACOBS

- У рамках ініціативи можна придбати напій Jacobs 3 в 1 або розчинну каву Jacobs у форматі стіків у супермаркеті “Сільпо”. Таку саму кількість кави буде передано фондам, що опікуються ВПО. Чи можна замовити на сайті або в додатку “Сільпо” будь-яку продукцію Jacobs на суму від 400 грн. Зареєструвати чек у чат-боті Telegram або Viber. Всі кошти від продажу кави будуть використані для придбання речей, необхідних ВПО. А ще на перших 1000 учасників чекають гарантовані подарунки – фірмові чашки Jacobs. Долучитися до допомоги можна з 28.11.22 до 31.12.22.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті silpo.ua та в соцмережах обох партнерів.



СТОРІНКА ІНІЦІАТИВИ SILPO.UA

ПОСТ TG СІЛЬПО

ПОСТ FB JACOBS

ЧАТ-БОТ TELEGRAM

ЧАТ-БОТ VIBER

## EVA & HAPPY RAW: ПРОЄКТ "ТЕПЛО ХВОСТИКАМ"

- Лінія магазинів EVA та фонд допомоги безпритульним тваринам Happy Raw запустили благодійну ініціативу “Тепло хвостикам”, аби допомогти тваринам у притулках. Тепер граючись із тваринами онлайн на сайті проєкту, можна допомогти зігрітися справжнім тваринам з притулків. Мета ініціативи – зібрати 400 000 гривень на нові будки і дрова для приготування їжі та обігріву притулків. Збір коштів триватиме з 7 грудня 2022 до 7 січня 2023 року.
- Партнери запостили новину на сайтах та в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR публікації на своїх ресурсах.

### КРЕАТИВ EVA & HAPPY RAW

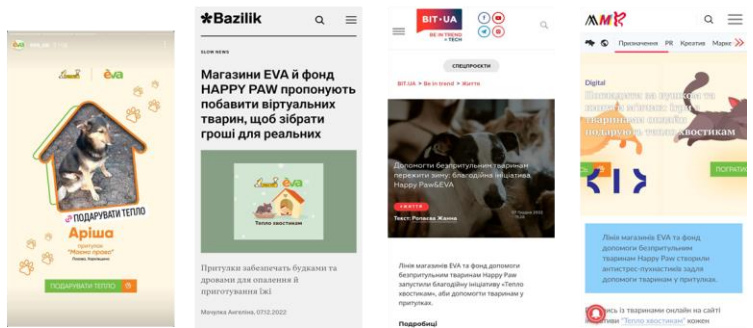


САЙТ ПРОЄКТУ

ПОСТ IG

STORIES IG

### PR ПУБЛІКАЦІЇ



BAZILIK

BIT.UA

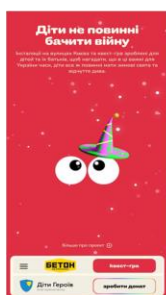
MMR

# Благодійні кампанії

## БЛАГОДІЙНА КАМΠΑНІЯ "ДІТИ НЕ ПОВИННІ БАЧИТИ ВІЙНУ ВІД ТМ "БЕТОН ВІД КОВАЛЬСЬКОЇ" ТА ANGRY AGENCY

- Бренд "Бетон від Ковальської" разом з креативним агентством ANGRY agency, в рамках [проєкту "Діти не повинні бачити війну"](#), перетворили бетонні блоки від колишніх блокпостів у Києві на 10 казкових героїв. На кожному з "казкових" блоків доступні QR-коди. За посиланням для дітей та їх батьків відкривається квест – треба знайти всіх персонажів по Києву та позмагатися за призи.
- Окрім квесту, за посиланням з QR-коду можна надіслати донат Фонду "Діти Героїв". Це – благодійна ініціатива, що допомагає дітям полеглих українців психологічно відновлюватися.
- Додатково кампанія анонсувалася постами в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

### КРЕАТИВ



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

### ПОСТИ INSTAGRAM



[БЕТОН ВІД КОВАЛЬСЬКОЇ](#)



[ANGRY AGENCY](#)



[ДІТИ ГЕРОЇВ](#)



[BZH.LIFE](#)

### ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[24TV.UA](#)



[MMR](#)

## СОЦІАЛЬНА КАМΠΑНІЯ ПРО УКРАЇНЦІВ ВІД NEST&DGTL RLGН

- NEST – це проєкт Благодійного Фонду Сергія Притули, який повертає українців до їх дому. Більш детально можна ознайомитися [за посиланням на презентацію](#), а [зробити внесок чи стати партнером тут](#).
- Команда [проєкту NEST](#) розробила ідею кампанії "A Room for Christmas Miracle": із крупного кадру символа Різдва (снігової кульки, святкового стола) та теплої світла й Щедрика камера віддалятиметься, показуючи руїни дому, холодні кольори та вітряну мертву тишу. В ідею повірила команда відеопродакшну DGTL RLGН. За кілька днів вони зібрали команду, яка була готова безкоштовно реалізувати кампанію. Понеділок – знайомство з продакшном, неділя – знімальний майданчик.
- Також команда NEST запрошує українські компанії, які працюють за кордоном, долучитися до поширення цієї кампанії [заповнивши форму](#) або надіславши листа на [nest@prytulafoundation.org](mailto:nest@prytulafoundation.org). Щоб донести ці ролики максимальній кількості міжнародної аудиторії: через банери, поп-апи в продуктах, рекламні покази чи інші варіанти інтеграції.



[РОЛИК 1](#)



[РОЛИК 2](#)

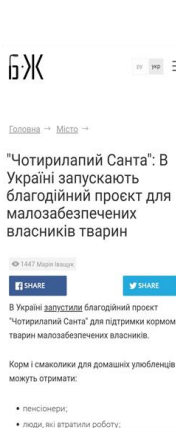


[РОЛИК 3](#)

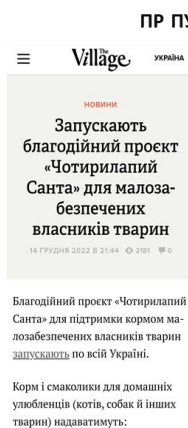
# Благодійні кампанії

## БЛАГОДІЙНА КАМПАНІЯ "ЧОТИРИЛАПИЙ САНТА"

- В Україні запустили благодійний проєкт "Чотирилапий Санта", в межах якого заохочують передати корм для власників тварин, яким не вистачає на це ресурсів, або ж – залишити заявку, якщо в такій допомозі є потреба. Корм зможуть отримати такі категорії людей: пенсіонери; люди, які втратили роботу; переселенці, які евакуювались разом із тваринами; багатодітні сім'ї, які мають тварин; сім'ї військових, які мають тварин. Долучитись до акції, яка триватиме з 19 грудня 2022 року по 19 січня 2023, та підтримати власників тварин, можна [написавши організаторам](#), а отримати допомогу – заповнивши заявку [за посиланням](#).
- Додатково кампанія анонсувалася постами в соцмережах, а деякі медіа в підтримку – розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.



[BZH.LIFE](#)



[THE-VILLAGE](#)



[NASHKIEV](#)



[PLATFORMA](#)

## БЛАГОДІЙНА ПР КАМПАНІЯ ВІД UA DAILY DONATE TA ANTIPROTIV

- Команда волонтерів UA Daily Donate у співпраці з креативною агенцією Antiprotiv організували в Києві благодійно-дискусійну ініціативу. На вулицях столиці розмістили постери з дискусійними питаннями щодо війни. Щоб "проголосувати", пропонують відсканувати QR-код і зробити донейт. Переходячи за посиланням, охочі висловити свою думку насправді потрапляють не на голосування, а на лендинг із нагадуванням про необхідність донейти. Ініціатори кажуть, що цією кампанією прагнуть трансформувати суперечки в регулярні донейти.
- Додатково кампанія анонсувалася постами в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

ПОСТИ INSTAGRAM



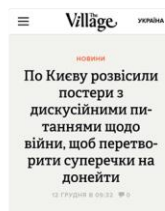
[UA DAILY DONATE](#)

[ANTIPROTV](#)

ПОСТЕРИ



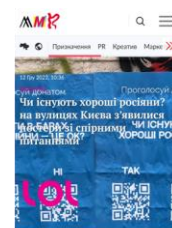
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](#)



[NASHKIEV](#)



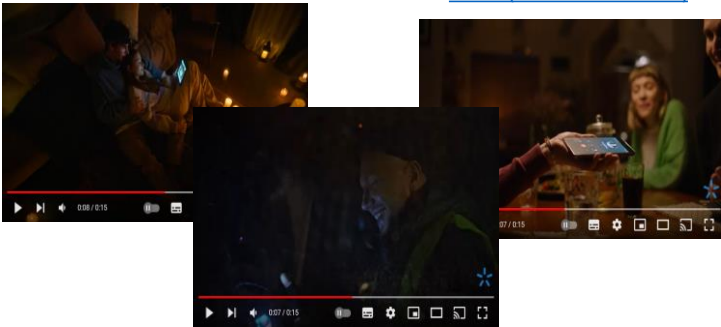
[MMR](#)

# Новорічні рекламні кампанії

## НОВОРІЧНА КАМПАНІЯ ВІД КИЇВСТАР ТА SHOTS

РОЛИК (СВЯТО БЕЗ СВІТЛА)

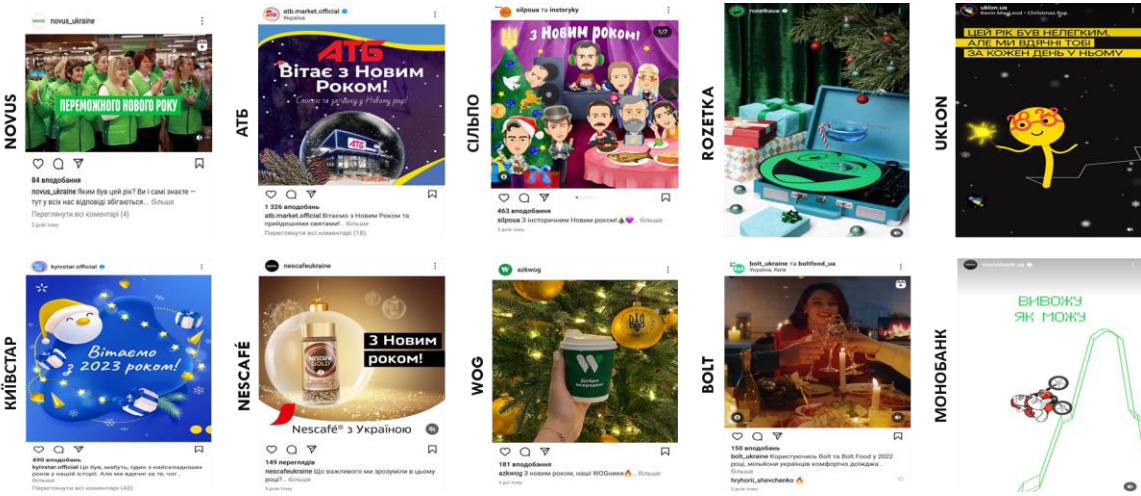
РОЛИК (СВЯТО БЕЗ ВЕЧІРОК)



РОЛИК (СВЯТО НЕ ВДОМА)

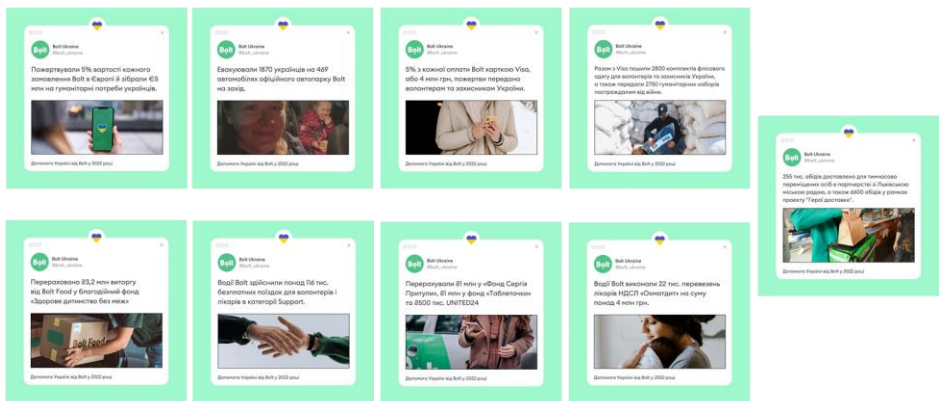
- Не зважаючи на всі труднощі, які принесла нам війна, святу бути. Саме такий посил несе нова рекламна кампанія від Київстар. Розробляли ролики креативники агенції Shots.
- Всі ролики підводять користувачів до тарифних планів із лінійки "LOVE UA". Деталі на <https://kyivstar.ua/tariffs>
- Анонси про кампанію були опубліковані в соцмережах партнерів

## ПРИВІТАННЯ ВІД БРЕНДІВ З НОВИМ РОКОМ



INSTAGRAM ПОСТ

## ПІДСУМКИ 2022 РОКУ ВІД BOLT



# Новорічні рекламні кампанії

## МОНОБАНК: ЯЛИНКА ТА ПОДЯКА ВІД ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ

### ІНТЕРАКТИВНА ЯЛИНКА



INSTAGRAM ПОСТ



Банк запустив інтерактивну ялинку в додатку, для збору грошей на ЗСУ. Усі зібрані кошти передадуть у фонд Повернись Живим. Серед усіх, хто витрусить кошти, або додасть свої у Банк, будуть розіграні призи.

### ПОДЯКА ВІД ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ



INSTAGRAM ПОСТ



Через "банки" українці зібрали 11 млрд гривень з 24.02. За підтримку Monobank отримав нагороду від United24. В свою чергу банк висловив подяку цією нагородою клієнтам у своєму застосунку.

## СІЛЬПО: INSTAGRAM МАСКА ТА ІНТЕРАКТИВНЕ ПРИВІТАННЯ

### INSTAGRAM МАСКА

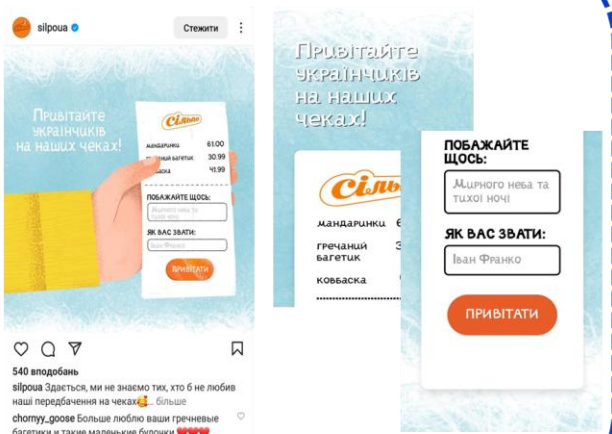


Нас об'єднують мрії ☺  
 Попри темряву навколо, ми знаходимо в собі світло, щоб іти далі. Нас підбадьорюють теплі слова близьких, надії, які ми плакаємо, а також такі дрібниці, як передбачення.  
 Все це ми об'єднали в нашій новорічній інстамасці. Відкривайте її за посиланням: <https://tz.im/3FTdWC>  
 Та отримуйте своє передбачення чи побажання до Нового року 🎁  
 Коли користуватися:  
 1. Якщо ви засумували за передбаченнями «Сільпо», а до нас завітати не можете.  
 2. Настрій такий, що от-от опустяться руки.  
 3. Зараз 😊 і в будь-який час.

Все, що нам потрібно, – ваша усмішка, бо вона освітлює наш шлях. З прийдешнім Новим роком! Нехай він буде сповнений світлих та щасливих моментів!

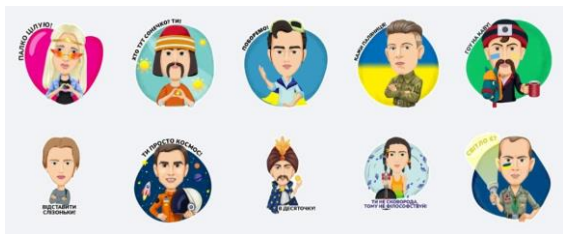
INSTAGRAM ПОСТ

### ІНТЕРАКТИВНЕ ПРИВІТАННЯ



INSTAGRAM ПОСТ

ГОРТАЙТЕ ДОНИЗУ, ЩОБ ПРИВІТАТИ



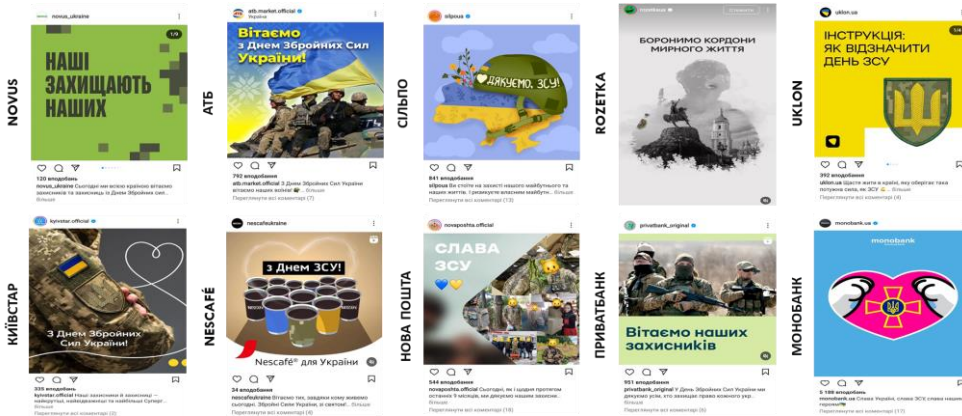
## TELEGRAM СТИКЕРПАКИ ВІД СІЛЬПО



СВЯТО В НАС НЕ ВІДІБРАТИ



# Ситуаційні рекламні кампанії



## ПРИВІТАННЯ ВІД БРЕНДІВ З ДНЕМ ЗСУ

## КОМУНІКАЦІЯ "НОВІ СЛОВА" ВІД СІЛЬПО ТА КОМФІ

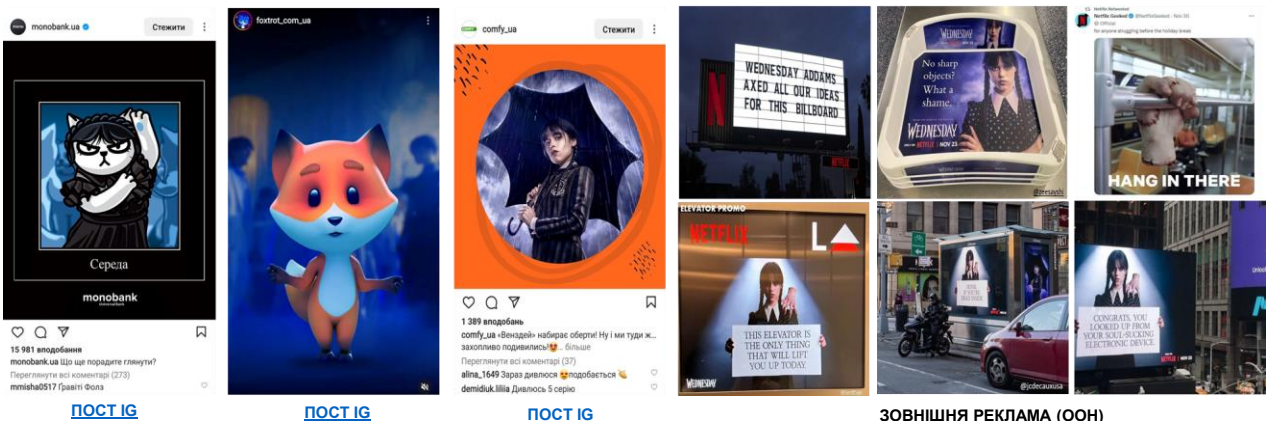
- У листопаді торговельна мережа продовольчих супермаркетів "Сільпо" взялася за створення власного словника "Сільпомова". У грудні словник поповнився новими словами.
- Мережа магазинів побутової техніки та електроніки COMFY збирала для українців найбільш актуальні слова цього опалювального сезону для того, щоб вони розуміли один одного краще.



## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА СЕРІАЛ "WEDNESDAY"

УКРАЇНА

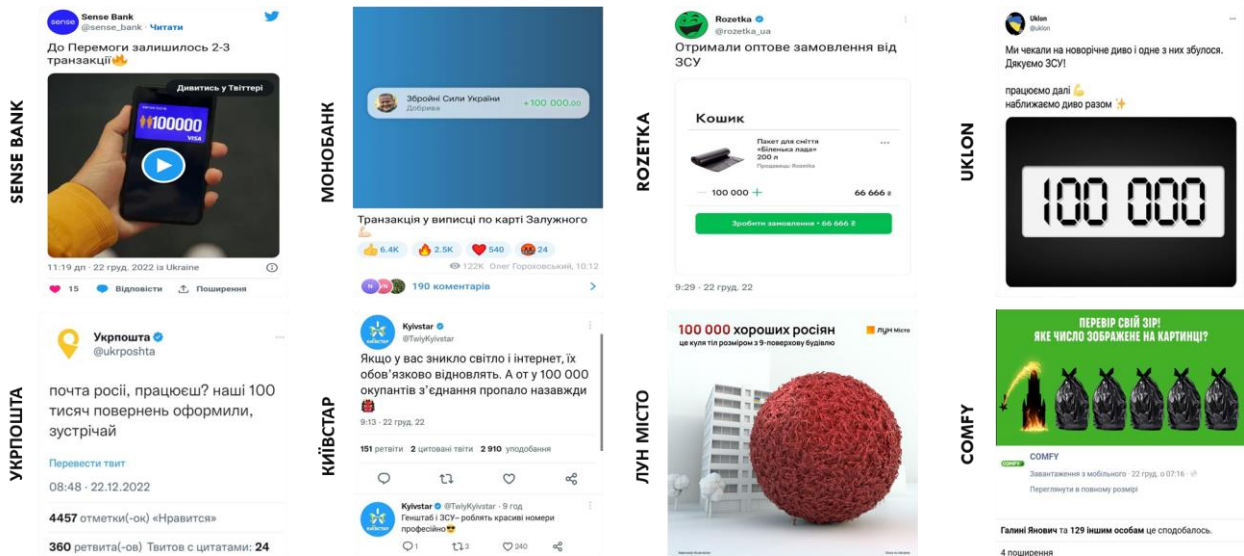
СВІТ



ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА (ООН)

# Ситуаційні рекламні кампанії

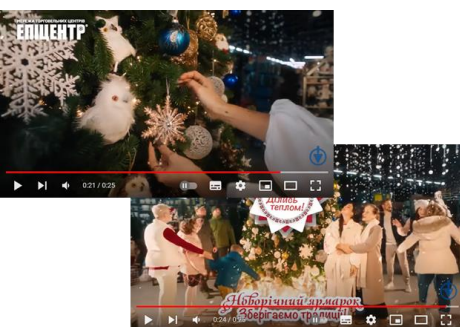
## СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ на "100 ТИСЯЧ..."



## ЕПІЦЕНТР / WOG / СІЛЬПО: СВЯТКОВІ РОЛИКИ ВІД БРЕНДІВ

- Епіцентр "Новорічний ярмарок в ТЦ Епіцентр!". Напередодні свят, мережа торговельних центрів Епіцентр створила ролик, який ще раз нагадує про важливість дарувати своїм близьким щирі емоції, тепло та затишок навіть у такий складний для нас час. У ролику знялися справжні родини: співачка та акторка Анна Трінчер з бабусею, ведуча YouTube-каналу Епіцентру Владислава з обома дітками та інші сім'ї.
- WOG "Святу бути! Всюди, де люди". Мережа АЗК WOG привітала українців зі святами. У створенні цього зворушливого відео взяли участь бійці 30-тої окремої механізованої бригади імені князя Костянтина Острозького.
- Сільпо "Свято в нас не відібрати". Зворушливий ролик мережі супермаркетів нагадав, що свята в українців не відібрати. Цим роликот Сільпо привітав українців із Новим роком.
- Анонси роликів були опубліковані в соцмережах брендів.

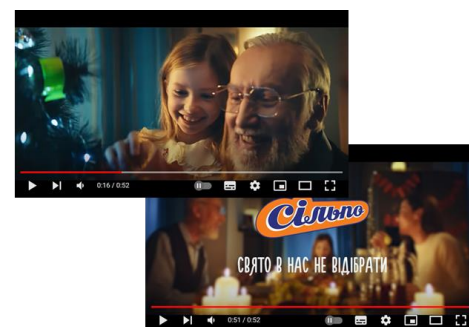
### ЕПІЦЕНТР



### WOG



### СІЛЬПО







# ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

# Клієнти та креатив

**КЛІЄНТИ.** Перші прояви рекламної активності почали з'являтися ще в березні, в основному це були поодинокі ПР публікації на тематичних сайтах про відновлення та графік роботи. В квітні найчастіше зустрічалися – фармацевтика, авто, банки, товари для дому, одяг і взуття. Крім того, деякі клієнти вже виходили не тільки точковими розміщеннями, а й повноцінними рекламними кампаніями. Наприклад, Sinsay одночасно запустив рекламу на YouTube, в GDN (Google Display Network), Google Search, Google Shopping. З травня кількість рекламодавців зросла в 2-3 рази, а в червні – більш ніж у 5 разів у порівнянні з квітнем. Збільшилися об'єми категорій, які були активні раніше. З'явилась реклама туризму, нерухомості, відновлення та ремонту житла, що говорило про позитивні настрої громадян, актуальність сезону та відповідних продуктів. Досить популярними також стали – зоотовари, освіта, тютюн, заклади харчування. В серпні нам вдалося зібрати дані більш ніж по +415 брендам, при цьому на кінець липня їх кількість складала +360, на кінець червня – +270, на кінець травня – близько 150ти, а на кінець квітня – менше 50ти. Ті категорії клієнтів, які були активні влітку, восени змогли зайняти максимальну частку ринку та уваги ЦА. Більш того, обсяги та періоди розміщення реклами досягли таких обертів, що ручний збір даних по стандартним медійним кампаніям перестав бути показовим, через неможливість безперервного моніторингу. Тому з вересня і до кінця року ми зосередилися на зборі нестандартних кейсів та рекламних постів в Instagram та Telegram.

**КРЕАТИВ.** Навесні більшість клієнтів адаптували рекламні матеріали під війну. У своїх повідомленнях вони говорили про те, що відсоток від продажу йде на потреби ЗСУ, що вони працюють і забезпечують українців товарами та послугами, це добре спрацьовувало на користь бренду. З'являлися цікаві нестандартні прояви креативу, наприклад, ситуаційний кейс під приїзд Анджеліни Джолі від UAnimals. Ще більше став популярним тренд на все українське, який з'явився до повномасштабного вторгнення. З червня збільшилася кількість креативів, де йшлося виключно про продукти/послуги (в основному, це категорії: фармацевтики, авто, інтернет-магазини), а також набрали обертів повідомлення про акції та знижки. Повідомлення про допомогу бізнесу та українцям, підтримку ЗСУ та України частіше почали з'являтися в ПР публікаціях та нестандартних кейсах. Повернувся тренд на гейміфікацію. З серпня доля креативів в стандартних розміщеннях, де говорилося про бренди та новинки, продукти та послуги, акції та знижки, за нашими оцінками досягла 70%. При цьому доля матеріалів, які були пов'язані з війною та допомогою по всіх напрямках, складала десь +- 30%. Ситуаційний маркетинг, який зустрічався ще влітку (реакція брендів на: статус кандидата в членство Євросоюзу, День Державного прапора та День Незалежності України, події в Криму тощо), стабільно залишався присутнім в інформаційному полі до кінця 2022 року (реакція брендів на: День ЗСУ, серіал "Wednesday", "100 тисяч ...", Новий рік тощо).

# ● Формати, інструменти, посадкові, мітки

**ФОРМАТИ ТА ІНСТРУМЕНТИ.** Зустрічалися практично всі доступні формати. В першу чергу клієнти почали виходити з PR матеріалами з березня, де розповідали про графік роботи і адаптацію до нових часів. Банерні формати більше всього спостерігалися в соцмережах (Facebook та Instagram), GDN (Google Display Network), DV 360 та на тематичних сайтах. А відео – традиційно на YouTube. Крім того, активно йшло розміщення в Google Search та Google Shopping. Деякі клієнти навіть використовували такі нестандартні формати – як Branding та Special Project, не дивлячись на їх ціну. З травня інтенсивність рекламних виходів суттєво збільшилась. Наприклад, якщо раніше рекламний ролик на YouTube можна було побачити декілька разів на день, то в травні – пару разів в рамках одного контент-відео. Також активізувалися проекти з блогерами/лідерами думок. У PR матеріалах та Special Project детально розкривалися теми допомоги та підтримки бізнесу, ЗСУ, українцям та країні. З кожним місяцем літа суттєво збільшувалися об'єми банерної реклами в GDN, DV 360 та на тематичних сайтах, промо в соцмережах (Facebook, Instagram) та відео реклами на YouTube та Smart TV через локальних партнерів. Зросла кількість рекламних постів у Instagram блогерів та Telegram каналах. При цьому лідерами в нарощуванні об'ємів реклами залишалися Google (YouTube, GDN, DV 360) та Meta (Facebook, Instagram). Також активно розвивався тренд до партнерства між різними брендами. Ключовою відмінністю осінньо-зимового періоду стало збільшення об'ємів рекламних проявів по усім доступним інструментам та форматам та поява великої кількості благодійних проектів та акцій в різноманітних колабораціях.

**ПОСАДКОВІ ТА МІТКИ.** Спостерігали різноманіття посадкових сторінок, серед яких беззаперечні лідери – це лінки на сайти клієнтів, крім тих випадків, де фінальними цілями були – завантаження додатків у маркетах Google Play та App Store або нестандартні розміщення. При цьому слід відмітити наявність переходів на сторінки брендів та lead форми у соцмережах, а також – в канали та чат-боти в Telegram, Viber. З травня місяця, дивлячись на UTM-мітки посадкових URL, можна говорити, що відбулося збільшення комунікацій, як клієнтів, які працювали із рекламою самостійно, так і йшло активне відновлення агентського бізнесу. А десь з липня – крім рекламних кампаній з ціллю охоплення та оплатою за CPM, збільшується кількість кампаній з ціллю трафік/конверсії та оплатою за CPC. В осінньо-зимовий період серед посадкових сторінок суттєвих змін не відбулось.

