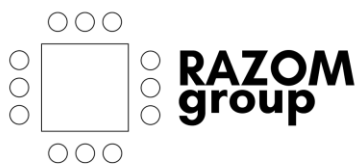




Digital кейси 2023

Видано у травні 2023



● Зміст

03 Команда проєкту

04 Січень

Приклади розміщень партнерства, спецпроєкти, ситуаційний маркетинг від брендів IDS UKRAINE, Монобанк та інших

15 Лютий
Трендові кейси, використання Chat GPT та ситуаційні кампанії до Дня закоханих

30 Березень
Активізація проєктів різних напрямків, спецпроєкти, ситуаційний маркетинг до свята 8 березня

44 Висновки першого кварталу 2023

● Команда проекту:



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



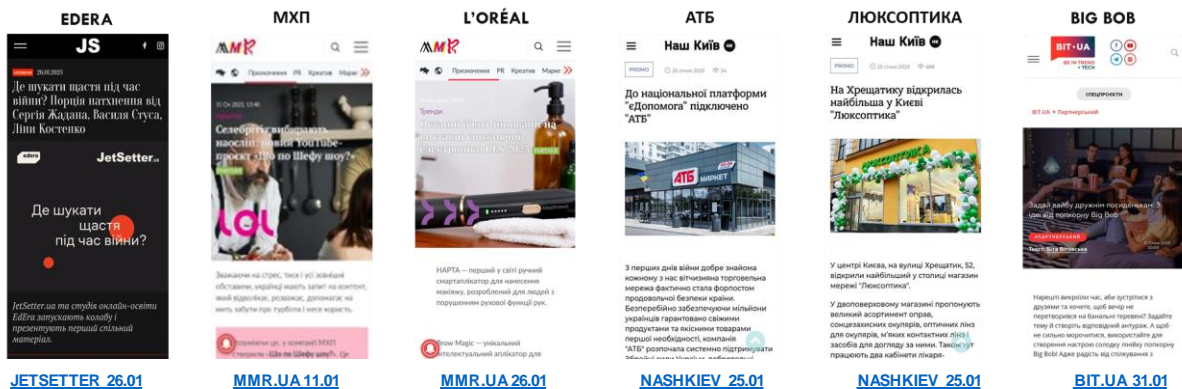
СІЧЕНЬ



Партнерство

EDERA/ МХП/ L'ORÉAL/ АТБ/ ЛЮКСОПТИКА/ BIG BOB/ NOVUS/ GR8 TECH: JETSETTER.UA & MMR.UA & NASHKIEV.UA & BIT.UA

- У січні вийшли наступні партнерські матеріали на jetsetter.ua, mmr.ua та nashkiev.ua bit.ua: 1) "Де шукати щастя під час війни? Порція натхнення від Сергія Жадана, Василя Стуса, Ліни Костенко" (EDERA.26.01); 2) "Селебритізі вибирають наосліп: новий YouTube-проект "Шо по Шефу шоу?"" (МХП.11.01); 3) "Останні б'юті-інновації на виставці споживчої електроніки CES 2023" (L'ORÉAL.26.01); 4) "До національної платформи "єДопомога" підключено "АТБ"" (АТБ.25.01); 5) "На Хрещатику відкрилася найбільша у Києві "Люксоптика", (ЛЮКСОПТИКА.25.01); 6) "Задай вайбу дружнім посиденькам: 3 ідеї від попкорну Big Bob", (BIG BOB.31.01); 7) "NOVUS та Food for Ukraine продовжують допомагати Україні: основні напрямки чергі-проєкту", (NOVUS.31.01); 8) "GR8 Tech: досвід та експертиза Parimatch Tech, втілені в ефективних B2B рішеннях", (GR8 TECH.27.01).
- Додатково матеріали аносувалися на сайтах та в соцмережах.



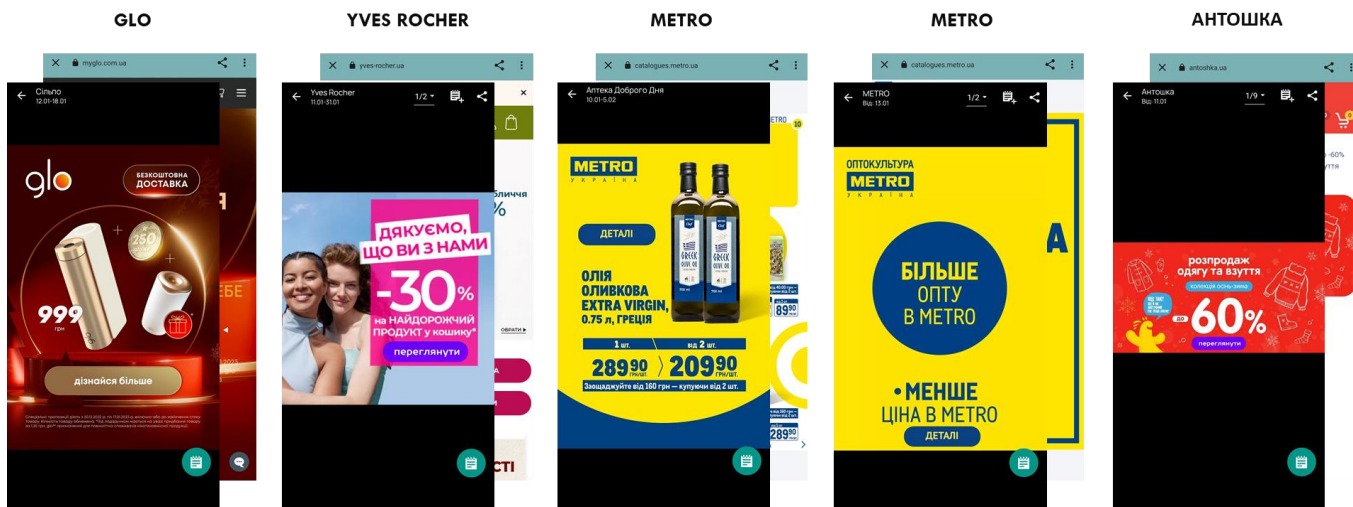
ЦУМ/ DONER MARKET/ SHAMBALA/ LA BOUSSOLE/ ENGLISHDOM/ BEVZA/ TO BE: VOGUE.UA & THE-VILLAGE.com.UA & ELLE.UA

- У січні вийшли наступні партнерські матеріали на vogue.ua, the-village.com.ua, elle.ua: 1) "Вибір баєра: найкращі пропозиції в ЦУМ під час розпродажу" (ЦУМ.24.01); 2) "Від класичної шаурми до «Вишні Чилі»: Doner Market оновили меню й працюватимуть ще й у форматі кафе." (DONER MARKET.10.01); 3) "Від індійських практик до антистрес-програм: 5 причин поїхати в Shambala під Києвом", (SHAMBALA.19.01); 4) "Яким було дитинство в Херсоні й Миколаєві та як подолати дитячі травми: читайте в новому La Boussole", (LA BOUSSOLE.20.01); 5) "Як українцям отримати безоплатні онлайн-уроки англійської від Englishdom", (ENGLISHDOM.23.01); 6) "Бренд BEVZA представив нову колекцію PRE-FALL 23", (BEVZA.23.01); 7) "Більше, ніж декор: як екологічні свічки стали трендом", (TO BE.24.01); 8) "Для міста, походу чи війська: у Gorgany діють знижки до 30% на термобілизну та зимові спальники" (GORGANY.26.01); 9) "Класика з кольоровими акцентами: у «Люксоптиці» з'явилася нова колекція окулярів від Casta" (ЛЮКСОПТИКА.31.01).
- Додатково матеріали аносувалися на сайтах та в соцмережах.



Партнерство

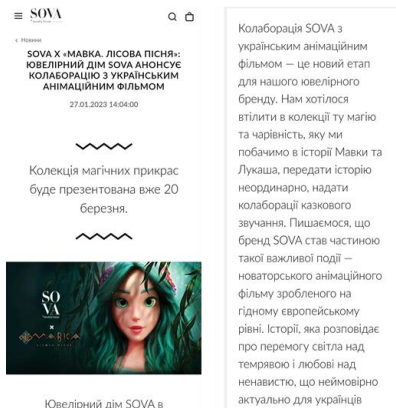
АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ ВЛІХ UKRAINE



КОЛАБОРАЦІЯ ЮВЕЛІРНОГО ДОМУ SOVA ТА FILM.UA GROUP

- Ювелірний дім SOVA в колаборації з анімаційним фільмом "Мавка. Лісова пісня" створив колекцію ювелірних прикрас, натхненну історією прадавнього Магічного Лісу, яка була презентована 20 березня. Найочікуваніший український анімаційний фільм "Мавка. Лісова пісня" виробництва студії Animagrad (FILM.UA Group) можна було подивитися в кінопрокаті з 2 березня.
- SOVA запостили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



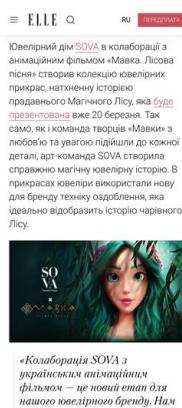
[SOVAJEWELS.COM](https://sovajewels.com)

ПОСТ В IG

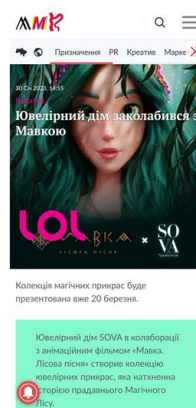


[SOVA](https://www.instagram.com/sovajewels)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[ELLE.UA](https://www.elle.ua)



[MMR.UA](https://www.mmr.ua)



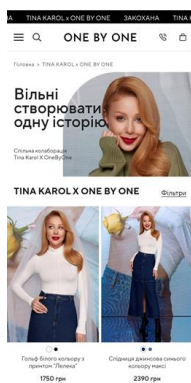
[SPACEMAG.COM.UA](https://www.spacemag.com.ua)

Партнерство

КОЛАБОРАЦІЯ ТІНИ КАРОЛЬ ТА БРЕНДУ ONE BY ONE НА ПІДТРИМКУ ЗСУ

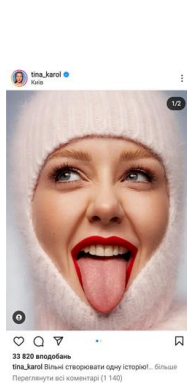
- Українська співачка Тіна Кароль разом із популярним українським масмаркетом – брендом One by One протягом пів року розробляла свою першу колекцію одягу, аби зібрати гроші для захисниць на фронті. До лінійки увійшли трикотажні костюми та плаття, кардигани з принтом “ЗСУ”, а також трендові балаклави, джінсова максіспідниця та багато іншого..
- One by One запостили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



ONEBYONE.UA

ПОСТИ В INSTAGRAM

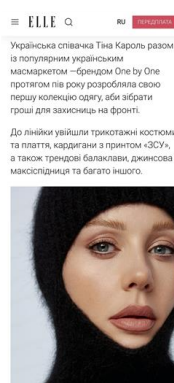


[ТІНА КАРОЛЬ](https://www.instagram.com/tina_karol)

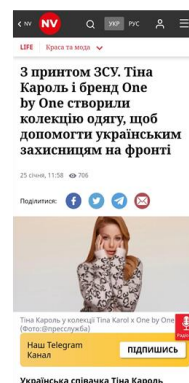


[ONE BY ONE](https://www.instagram.com/onebyoneua)

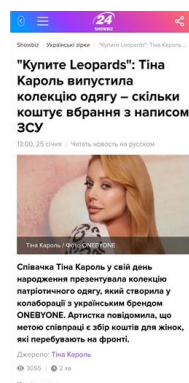
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



ELLE.UA



LIFE.NV.UA



SHOWBIZ.24TV.UA

ПАРТНЕРСТВО З UANIMALS

НОВА ПОШТА



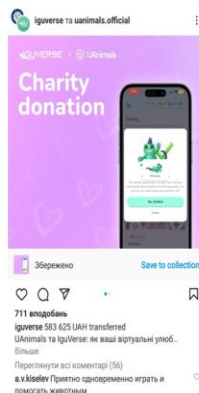
[ПОСТ IG](https://www.instagram.com/postig)

DODOSOCKS



[ПОСТ IG](https://www.instagram.com/postig)

IGUVERSE



[ПОСТ IG](https://www.instagram.com/postig)

UKRSIBBANK



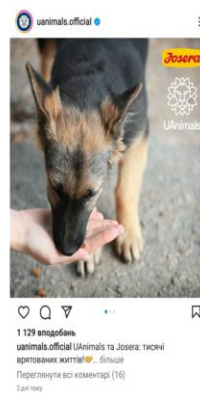
[ПОСТ IG](https://www.instagram.com/postig)

SNIFFER



[ПОСТ IG](https://www.instagram.com/postig)

JOSERA



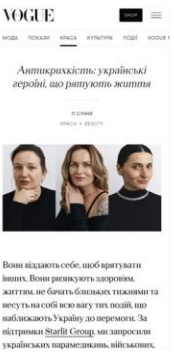
[ПОСТ IG](https://www.instagram.com/postig)

Special projects

STARLIT GROUP (OXYJET) & КЛУБ 5 ЕЛЕМЕНТ: VOGUE.UA

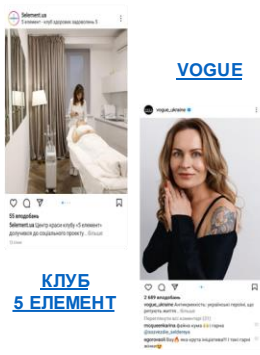
- Vogue UA за підтримки Starlit Group створили особливий проєкт, гаслом якого є – “Ви рятуєте життя, OxyJet рятує вашу шкіру”. Його мета – подарувати хоч трохи турботи тим, хто дбає про всіх оточуючих, але не має часу на себе. Українські парамедикині, військові, волонтерки були запрошені у салон комплексу “5 елемент” на процедуру OxyJet, яка рятує виснажену шкіру та повертає їй життєву силу.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ



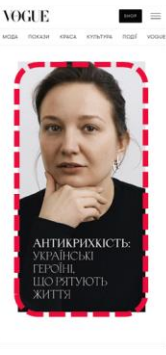
Матеріал 11.01

ПРИКЛАДИ ПРОМО



ПОСТИ INSTAGRAM

VOGUE




БАНЕР VOGUE

STRONG & PRECIOUS: VOGUE.UA

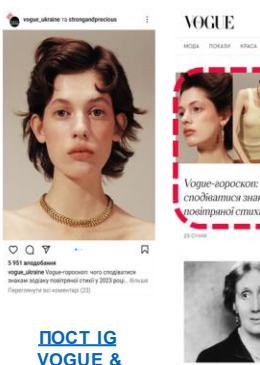
- Vogue UA разом із платформою Strong & Precious, яка представляє найкращі українські ювелірні бренди, запитали у професійного астролога, чого сподіватися представникам 12 зодіакальних знаків попри випробування воєнного часу. З результатами прогнозу представників знаків повітряної стихії можна ознайомитися в матеріалі “Vogue-гороскоп: чого сподіватися знакам зодіаку повітряної стихії у 2023 році” від 23 січня.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ




Матеріал 23.01

ПРИКЛАДИ ПРОМО



ПОСТ IG VOGUE & Strong & Precious

VOGUE



БАНЕР VOGUE

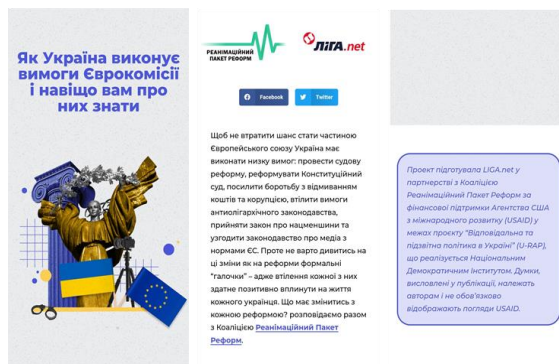
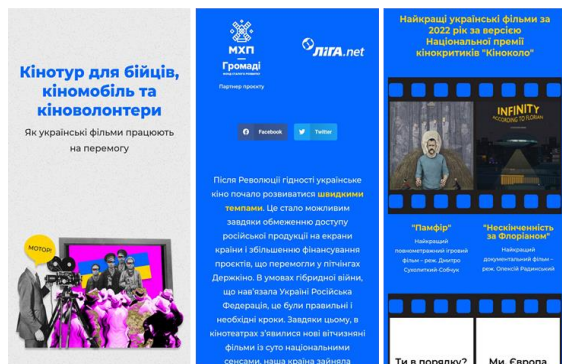
Special projects

МХП / РЕАНІМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ РЕФОРМ: 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 січні вийшли наступні партнерські проекти: 1) "Кінотур для бійців, кіномобіль та кіноволонтери. Як українські фільми працюють на перемогу" ([МХП_02.01](#)); 2) "Як Україна виконує вимоги Єврокомісії і навіщо вам про них знати" ([РЕАНІМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ РЕФОРМ_11.01](#)). Додатково матеріали анонсувалися на liga.net.

МХП

РЕАНІМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ РЕФОРМ



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

PIN-UP & KFC & ФАРМАДОЛ (ФАРМАДОЛ, ЛАКТИАЛЕ) & IQOS & ELDORADO: MEGOGO.NET

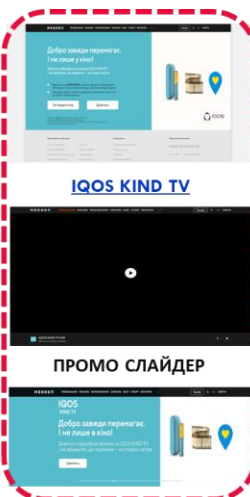
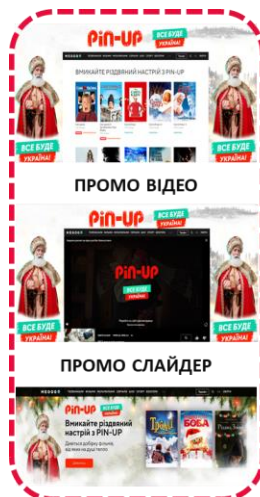
ДОБІРКА PIN-UP

ДОБІРКА KFC

ДОБІРКА ФАРМАДОЛ

СТОРІНКА IQOS

СТОРІНКА ELDORADO

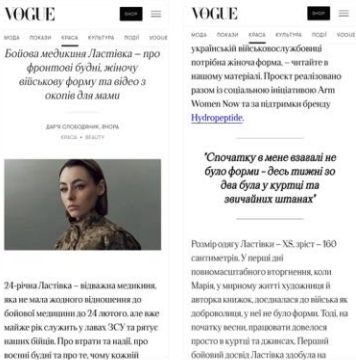


Special projects

HYDROPEPTIDE & ALFA DEVELOPMENT: VOGUE.UA

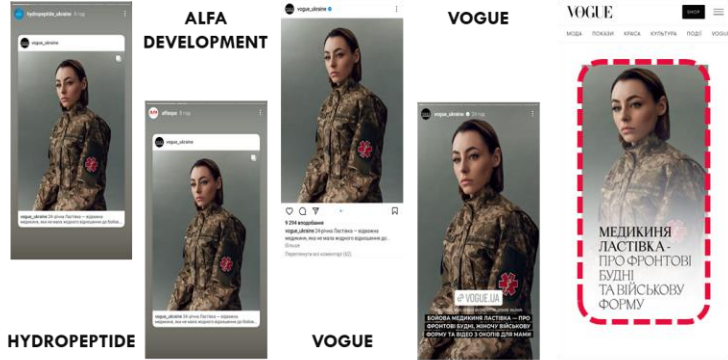
- Про втрати та надії, про воєнні будні та про те, чому кожній українській військовослужбовиці потрібна жіноча форма, – в матеріалі Vogue UA «Бойова медицина Ластівка – про фронтові будні, жіночу військову форму та відео за окопів для мами» від 24 січня. Проєкт реалізовано разом із соціальною ініціативою Art Women Now та за підтримки бренду Hydropeptide.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ



МАТЕРІАЛ [24.01](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО



STORIES & ПОСТ INSTAGRAM

БАНЕР VOGUE

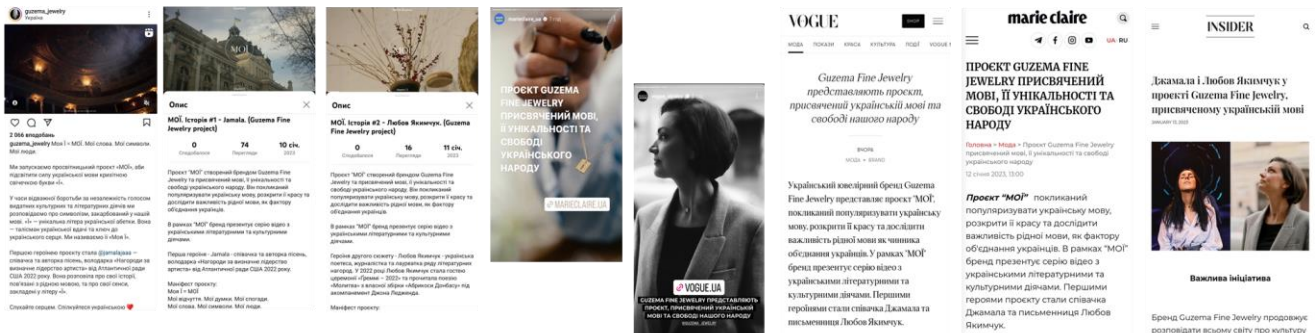
GUZEMA FINE JEWELRY: ПРОЄКТ "МОЇ"

- Український ювелірний бренд Guzema Fine Jewelry представив проєкт "МОЇ", покликаний популяризувати українську мову, розкрити її красу та дослідити важливість рідної мови як чинника об'єднання українців. У рамках "МОЇ" бренд презентує серію відео з українськими літературними та культурними діячами. Першими героїнями стали співачка Джамала та письменниця Любов Якимчук.
- Партнери запостили новину в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

КРЕАТИВ

ПРОМО IG STORIES

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



ПОСТ IG GUZEMA

ВІДЕО ДЖАМАЛА

ВІДЕО ЯКИМЧУК

VOGUE & MARIE CLAIRE

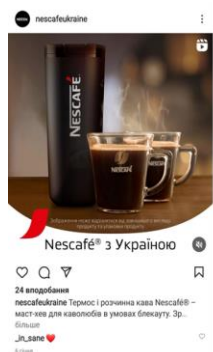
VOGUE

MARIE CLAIRE

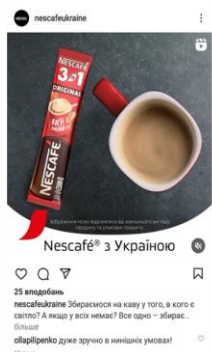
INSIDER

Ситуаційні рекламні кампанії

NESCAFÉ: SMM, ПОСТИ INSTAGRAM



ПОСТ IG 06.01



ПОСТ IG 12.01



ПОСТ IG 16.01



ПОСТ IG 23.01



ПОСТ IG 30.01

IDS UKRAINE: ЗАПУСК ПРОДАЖУ ЕНЕРГЕТИКУ "ВОЛЯ" ВІД "МОРШИНСЬКА"

- Натхненна невтомними українськими військовими та цивільними, компанія IDS Ukraine виготовила напій під назвою "Воля" від "Моршинська", що пробуджує тіло і заряджає мозок. Енергетичний напій "Воля" – перший український енергетичний напій на природній мінеральній воді з функціональними компонентами: кофеїн, вітаміни групи B (Пантотенова кислота (B5), B6, Біотин (B7), B12), таурин.
- IDS UKRAINE запостили новину на сайтах та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR публікації на своїх ресурсах.

ПРОДУКТ



СТОРІНКА

НОВИНИ НА САЙТАХ КОМПАНІЇ



IDS.UA

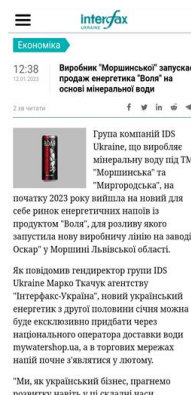


MORSHYNSKAUA

PR ПУБЛІКАЦІЇ



FORBES.UA



INTERFAX



MIND.UA

Ситуаційні рекламні кампанії

МОЗ: ЧАТ-БОТ "КАЛЕНДАР ЗДОРОВИХ УКРАЇНЦІВ"

- МОЗ створили чат-бот "Календар здорових українців", де можна дізнатися про медичні послуги, які фінансують з державного бюджету, і загалом про права пацієнтів. Сервіс також розповість, які дослідження й у якому віці варто зробити, зокрема містить інформацію про щеплення (за календарем і без) і показує найближчі медзаклади до пацієнта.
- МОЗ запостили новину на сайті, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА

ПОСИЛАННЯ НА ЧАТ-БОТ

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

[MOZ.GOV.UA](https://moz.gov.ua)
[TELEGRAM](https://t.me/ukraine_bot)
[VIBER](https://viber.com/ukraine_bot)
[THE-VILLAGE](https://the-village.com.ua)
[LIFE.PRAVDA](https://life.pravda.com.ua)
[SPEKA.MEDIA](https://speka.media)

УКРЗАЛІЗНИЦЯ ЗАПУСКАЄ ПРОГРАМУ ЛОЯЛЬНОСТІ "ЗАЛІЗНІ ДРУЗІ" ДЛЯ ПАСАЖИРІВ

- Укрзалізниця започаткувала програму "Залізні друзі": кожен кілометр подорожі перетвориться на "обіймашки" від Укрзалізниці, які можна накопичувати та отримувати за це приємні подарунки. У період з 12 січня по 31 березня 2023 року включно за свої перші 10 000 "обіймашок" пасажирів отримають гарантовані подарунки від партнера першого етапу винагород – компанії Mastercard! Перелік партнерів, бонусів та подарунків розширюватиметься поступово, про що Укрзалізниця сповіщатиме додатково.
- Крім того, програма лояльності, учасником якої може стати кожен зареєстрований користувач мобільного застосунку Укрзалізниці, фіксуватиме й особисті рекорди залізничних мандрівників.

ДАНИ ПРО "ОБІМАШКИ" В ДОДАТКУ УКРЗАЛІЗНИЦІ

Скріншот	Обіймашки
1	0
2	337
3	1141

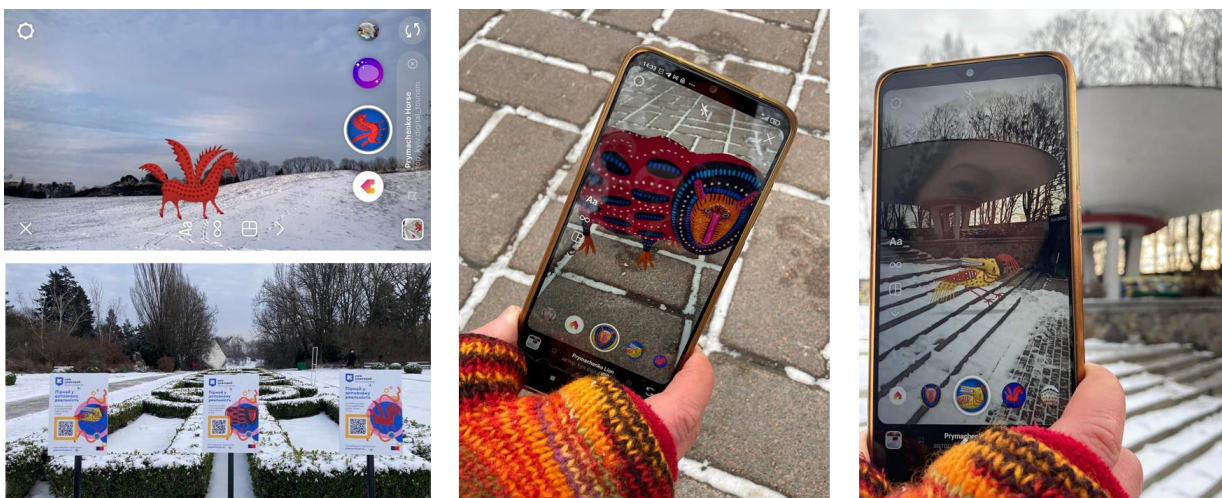
ДЕТАЛІ ПО ПРОГРАМІ

- Повні умови програми доступні [за посиланням](#).
- Застосунок Укрзалізниці можна [завантажити тут](#).

Ситуаційні рекламні кампанії

КИЇВ ЦИФРОВИЙ: У БОТСАДУ ІМ. ГРИШКА МОЖНА ПОДИВИТИСЯ НА ЗВІРІВ У ДОПОВНЕНІЙ РЕАЛЬНОСТІ

- У Ботсаду імені Гришка можна подивитися на звірів з картин Марії Примаченко у доповненій реальності.
- Там розмістили таблички з QR-кодами, які розробив "Київ Цифровий".



ПЕС ПАТРОН ОБСЛУГОВУВАТИМЕТЬСЯ В МОНОБАНК

- Загальний улюбленець Пес Патрон ексклюзивно вибрав Monobank як банк, в якому він обслуговуватиметься разом із клієнтами-дітьми, яких у банку вже понад 180 000.
- В оновленій версії дитячого застосунку з 1 лютого славнозвісному коту допомагатиме пес Патрон, де вони разом із дітьми будуть робити різні добрі справи та розпізнавати міни.

MONOBANK & ПАТРОН & VISA



MONOBANK & ПАТРОН



ПОСТ ІГ

Ситуаційні рекламні кампанії

УКРАЇНСЬКІ БРЕНДИ КОЛЯДУЮТЬ В TWITTER

ATB

Гей, друзі, гоу колядувати! @rozetka.ua @ukrposhta@NP_official_ua @TviyKyivstar @MK_Galychna @ibox.ua @Comfy_Official @varus_ukraine @slpo.ua Два куплетика для переможної колядки вже є!

Колька, Колька, Колька, Переможний Колядо! Підруч і нас ЗСРП! Не забувай про нас!

Всі райські сайт-менеджери, давайте ми зробимо косяк! Ну а якщо не ATB? Сміється і ще не зрозуміло!

IBOX

Всі райські сайт-менеджери, давайте ми зробимо косяк! Ну а якщо не IBOX? Сміється і ще не зрозуміло!

Колька, Колька, Колька, Переможний Колядо! Підруч і нас ЗСРП! Не забувай про нас!

IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість!

VARUS

Був ще варіант про коляду, коляду, колядниця, палеа рогазіна ягодиця

Колька, Колька, Колька, Переможний Колядо! Підруч і нас ЗСРП! Не забувай про нас!

IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість!

Vodafone Ukraine

Гарна ініціатива, чом би я не підтримати

Колька, Колька, Колька, Переможний Колядо! Підруч і нас ЗСРП! Не забувай про нас!

IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість!

Нова пошта

Долучаємось до створення переможної колядки!

Колька, Колька, Колька, Переможний Колядо! Підруч і нас ЗСРП! Не забувай про нас!

IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість! IBOX дає нам можливість!

СВІТ МАТРАЦІВ

ІСООЛА

КІЙВСТАР

УКРПОШТА

ГАЛИЧИНА

<https://t.me/digitalnia/1263>

ФІРМОВИЙ ХЕШТЕГ #FREETHLEOPARDS В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ

NOVUS

Novus вимагає леопардів, р-р-р! #freethleopards

WOG

Збадьорись дикою енергією та #freethleopards

MOZGI GROUP

Життя у війсьній Україні. У війсьній Європі. Мрій, яка має стати реальністю. #freethleopards

NEPOBORNA

MYPLAYUA

299 впродовж тижня! Як завжди погодом також хочемо сказати #freethleopards

НОВА ПОШТА

Так а що, можливо нам такі коробки випустити? #freethleopards

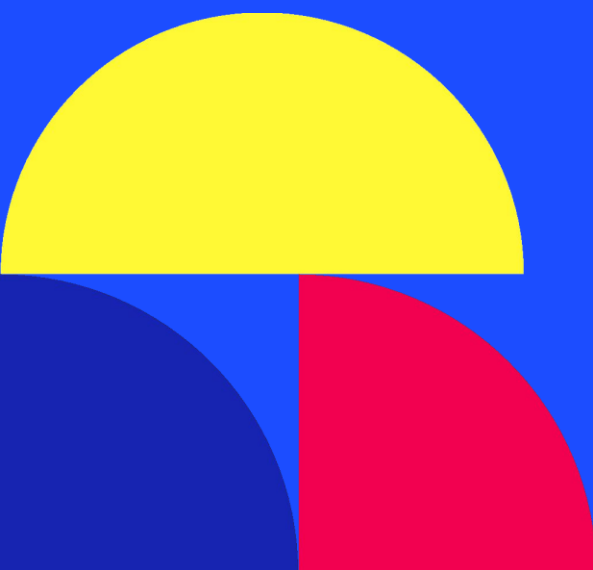
OZZYFASTFOOD

Ukraine needs tanks! #freethleopards

BLACKHONEY.LIVV

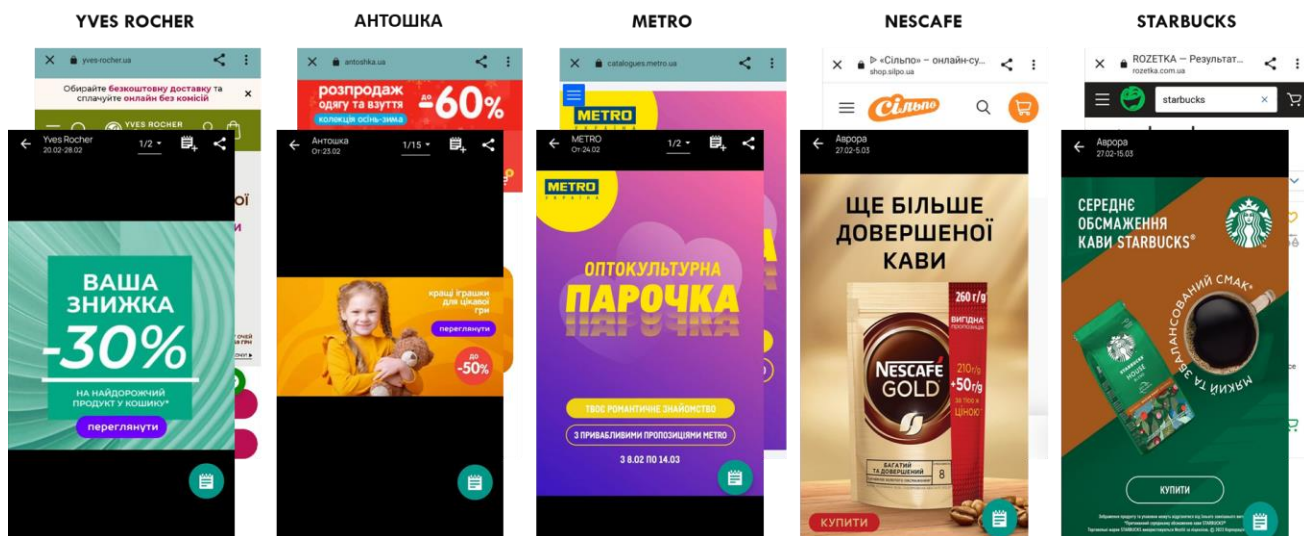


ЛЮТИЙ



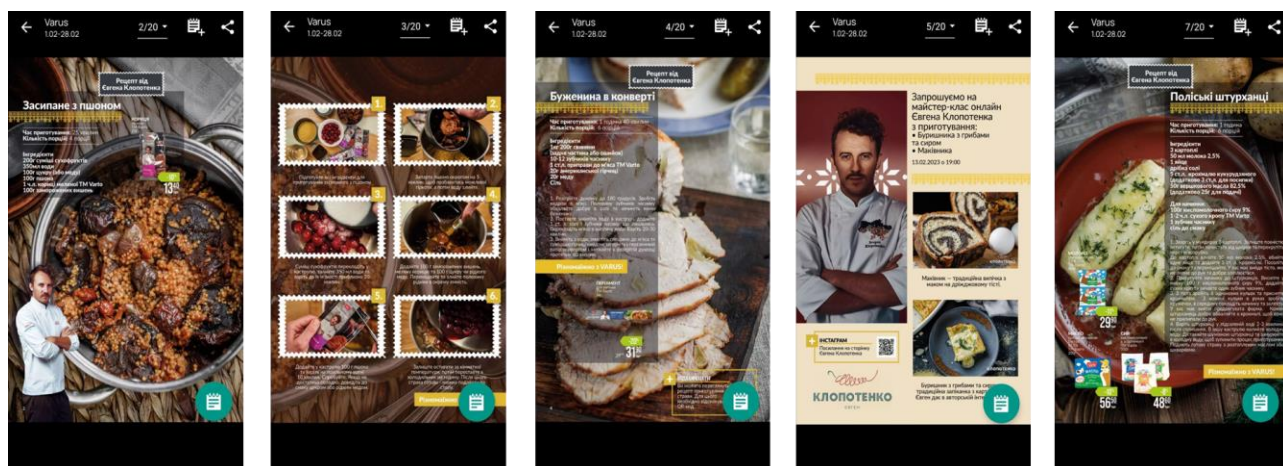
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIХ UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ В VLIХ UKRAINE





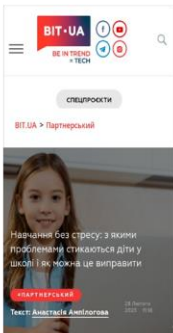

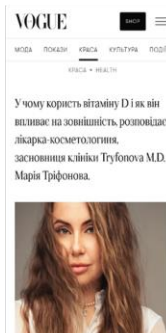
У лютому в додатку Vliх Ukraine вийшов новий випуск "Кулінарного каталогу" присвячений Дню Єднання UA, в рамках проекту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus, були зібрані смачні рецепти страв з різних куточків нашої країни. А також – додані знижки на інгредієнти представлених у каталозі рецептів, щоб привернути увагу до покупок у Varus.



Партнерство

АРТ-ЗАВОД ПЛАТФОРМА/glo™/ІВАН ФРОЛОВ&SOVA/АТБ/ JAMM SCHOOL/INTERTOP/КЛІНІКА TRYFONOVA M.D.&ORTHOMOL: NASHKIEV.UA & BIT.UA & VOGUE.UA




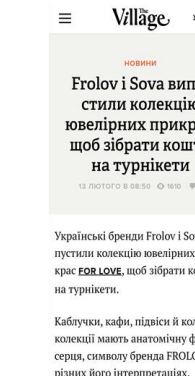
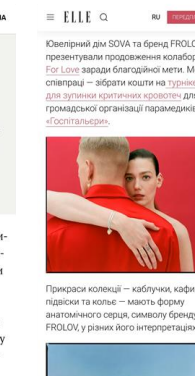
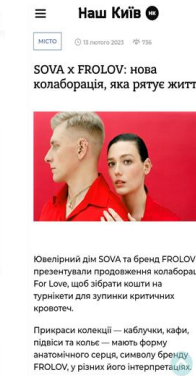
У лютому вийшли наступні партнерські матеріали на nashkiev.ua, bit.ua та vogue.ua: 1) "Бізнес Хаб на Арт-заводі Платформа: що відомо про простір для українського бізнесу" ([АРТ-ЗАВОД ПЛАТФОРМА, 08.02](http://ART-ZAVOD-PLATFORMA_08.02)); 2) "Артем Пивоваров разом з брендом glo™ випустив "Маніфест"" ([АРТЕМ ПИВОВАРОВ & GLO™, 10.02](http://ARTEM-PIVOPAROV-&-GLO-10.02)); 3) "For Love: Іван Фролов та SOVA презентували благодійну колекцію" ([ІВАН ФРОЛОВ & SOVA, 16.02](http://IVAN-FROLOV-&-SOVA_16.02)); 4) "Підтримай захисника! У магазинах "АТБ" з'явилися благодійні сертифікати для допомоги ЗСУ" ([АТБ, 24.02](http://ATB_24.02)); 5) "Навчання без стресу: з якими проблемами стикаються діти у школі і як можна це виправити" ([JAMM SCHOOL, 28.02](http://JAMM-SCHOOL_28.02)); 6) "Vogue UA Capsule: 5 елегантних образів для святкування Дня всіх закоханих" ([INTERTOP, 09.02](http://INTERTOP_09.02)); 7) "Наука догляду: чому варто додати вітамін D до щоденного арсеналу краси" ([КЛІНІКА TRYFONOVA M.D. & ORTHOMOL](http://KLINIKI-TRYFONOVA-M.D.-&-ORTHOMOL)).

АРТ-ЗАВОД ПЛАТФОРМА	GLO	ФРОЛОВ & SOVA	АТБ	JAMM SCHOOL	INTERTOP	TRYFONOVA & ORTHOMOL
						
NASHKIEV 08.02	NASHKIEV 10.02	NASHKIEV 16.02	NASHKIEV 24.02	BIT.UA 28.02	VOGUE.UA 09.02	VOGUE.UA 23.02

SOVA & FROLOV: НОВА КОЛАБОРАЦІЯ, ЯКА РЯТУЄ ЖИТТЯ

Ювелірний дім SOVA та бренд FROLOV презентували продовження колаборації For Love заради благодійної мети. Мета співпраці – зібрати кошти на турнікети для зупинки критичних кровотеч для громадської організації парамедиків "Госпітальєри". Прикраси колекції – каблучки, кафи, підвіси та кольє – мають форму анатомічного серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.

SOVA запостили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR публікації на своїх ресурсах.

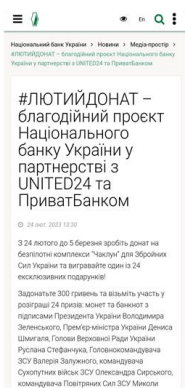
SOVA & FROLOV	PR ПУБЛІКАЦІЇ				
 <p>Ювелірний дім SOVA та бренд FROLOV презентували продовження колаборації For Love заради благодійної мети. Мета співпраці – зібрати кошти на турнікети для зупинки критичних кровотеч для громадської організації парамедиків "Госпітальєри".</p> <p>Прикраси колекції – каблучки, кафи, підвіси та кольє – мають форму анатомічного серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.</p>	 <p>Ювелірний дім SOVA та бренд FROLOV презентували продовження колаборації For Love заради благодійної мети. Мета співпраці – зібрати кошти на турнікети для зупинки критичних кровотеч для громадської організації парамедиків "Госпітальєри".</p> <p>Прикраси колекції – каблучки, кафи, підвіси та кольє – мають форму анатомічного серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.</p>				
 <p>Ювелірний дім SOVA та бренд FROLOV презентували продовження колаборації For Love заради благодійної мети. Мета співпраці – зібрати кошти на турнікети для зупинки критичних кровотеч для громадської організації парамедиків "Госпітальєри".</p> <p>Прикраси колекції – каблучки, кафи, підвіси та кольє – мають форму анатомічного серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.</p>	 <p>Українські бренди Frolov i Sova випустили колекцію ювелірних прикрас FOR LOVE, щоб зібрати кошти на турнікети.</p> <p>Каблучки, кафи, підвіси й кольє з колекції мають анатомічну форму серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.</p>				
 <p>Прикраси колекції – каблучки, кафи, підвіси та кольє – мають форму анатомічного серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.</p>	 <p>Ювелірний дім SOVA та бренд FROLOV презентували продовження колаборації For Love, щоб зібрати кошти на турнікети для зупинки критичних кровотеч.</p> <p>Прикраси колекції – каблучки, кафи, підвіси та кольє – мають форму анатомічного серця, символу бренду FROLOV, у різних його інтерпретаціях.</p>				
NOVINA	POST.IG	POST.IG	THE-VILLAGE	ELLE.UA	NASHKIEV.UA

Партнерство

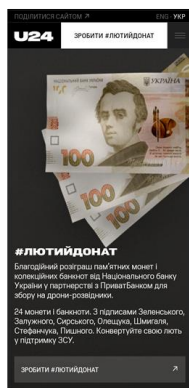
НБУ & UNITED24 & ПРИВАТБАНК: БЛАГОДІЙНИЙ ПРОЄКТ #ЛЮТИЙДОНАТ

- #ЛЮТИЙДОНАТ – благодійний проєкт Національного банку України у партнерстві з UNITED24 та ПриватБанком. Мета – зібрати на 10 безпілотних комплексів українського виробництва “ЧАКЛУН”. Правила розіграшу – зробити донат від 300 грн та отримати можливість виграти пам'ятні монети та колекційні банкноти з підписами Володимира Зеленського, Валерія Залужного, Олександра Сирського, Дениса Шмигала й інших. Період збору з 24 лютого до 5 березня 2023 року.
- Партнери запостили новину на своїх сайтах та соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

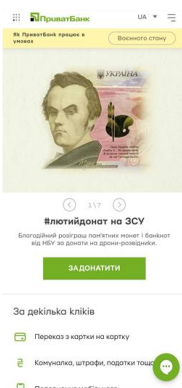
НОВИНА



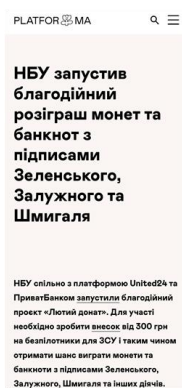
BANK.GOV.UA



U24.GOV.UA



PRIVATBANK.UA

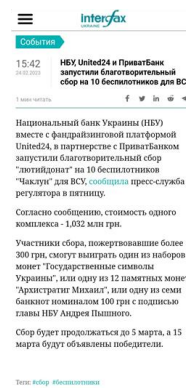


PLATFOR.MA

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



LB.UA



INTERFAX.COM.UA

КОЛАБОРАЦІЯ БФ СЕРГІЯ ПРИТУЛИ ТА LOVESPACE

- Магазин секс-іграшок LOVESPACE заволобився з Благодійним Фондом Сергія Притули для збору на ремонт трофейного танку Т-72. Для цього команда розігрувала набір іграшок. Щоб взяти участь, треба було зробити донат від 69 грн та надіслати скрін в коментарі.
- LOVESPACE запостили новину в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

ПОСТИ LOVESPACE В СОЦМЕРЕЖАХ



ANONS.IG



РЕЗУЛЬТАТ.IG

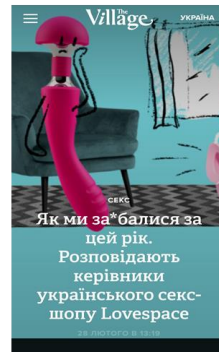


ПОСТ.FB

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



MMR.UA



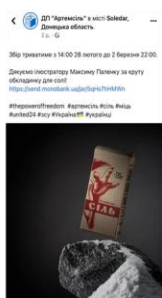
THE-VILLAGE.COM.UA

Партнерство

АРТЕМСІЛЬ & UNITED24: КОЛЕКЦІЙНА СІЛЬ ЗА ДОНАТ

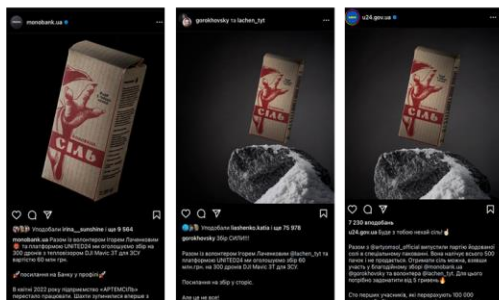
- АРТЕМСІЛЬ разом із United24, випустили партію йодованої солі в спеціальному пакуванні. Вона налічує всього 500 пачок і не продається. Отримати сіль можна було, взявши участь у благодійному зборі GOROKHOVSKY та блогера LACHENKOV, задонативши від 5 гривень. Сто перших учасників, які перерахували 100 000 гривень або більше, отримали сіль з автографом командувача Сухопутних військ ЗСУ Олександра Сирського.
- Партнери запостили новину в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[АРТЕМСІЛЬ FB](#)

ПОСТИ В INSTAGRAM



[MONOBANK](#)

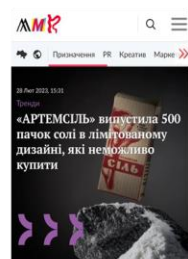
[GOROKHOVSKY & LACHENKOV](#)

[UNITED24](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[НАШ КИЇВ](#)



[MMR](#)



[NV](#)

АРТЕМСІЛЬ & UNITED24: ЗАПУСК ПРОДАЖУ КОЛЕКЦІЙНОЇ СОЛІ

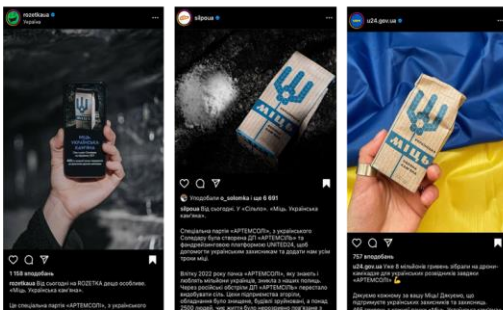
- АРТЕМСІЛЬ разом із United24, за підтримки Rozetka та Silpo, випустила спецпартію солі з окупованого Соледача, щоб допомогти українським захисникам та додати нам усім трохи міці. Вартість пачки – 500 гривень. 465 гривень з кожної переведуть на формування флотилії дронів-камікадзе для Головного управління розвідки Міністерства оборони України. Щоб усі українські міста були звільнені від окупантів якомога швидше. Сіль "Міць. Українська кам'яна" була ексклюзивно представлена в мережі "Сільпо" та на Rozetka.
- Партнери запостили новину в своїх соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[АРТЕМСІЛЬ FB](#)

ПОСТИ В INSTAGRAM



[ROZETKA](#)

[SILPO](#)

[UNITED24](#)



[DELO](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[VOGUE](#)

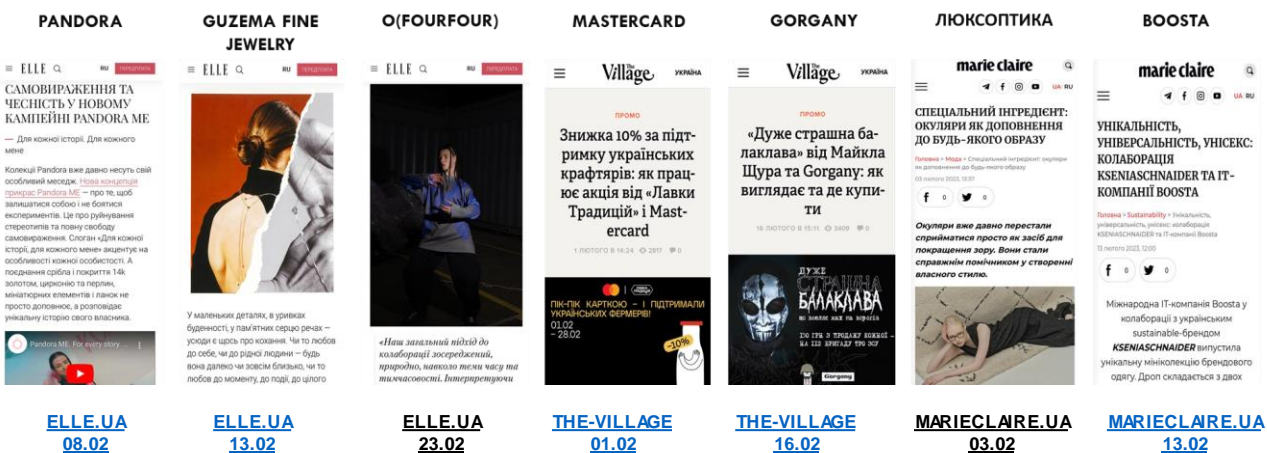


[БЖ](#)

Партнерство

PANDORA / GUZEMA FINE JEWELRY / O(FOURFOUR) / MASTERCARD / GORGANY / Люксоптика / Boosta: ELLE.UA & THE-VILLAGE.com.UA & MARIECLAIRE.UA

У лютому вийшли наступні партнерські матеріали на elle.ua, the-village.com.ua, marieclaire.ua: 1) "Самовираження та чесність у новому кампейні PANDORA ME" (PANDORA_08.02); 2) "Любов перемагає: guzema fine jewelry випустив кампейн до дня закоханих" (GUZEMA_FINE_JEWELRY_13.02); 3) "Бренд o(fourfour) та культурний проєкт «Модуль тимчасовості» предствавляють колаборацію", ([O\(FOURFOUR\)_23.02](http://O(FOURFOUR)_23.02)); 4) "Знижка за підтримку українських крафтверів", (MASTERCARD_01.02); 5) "Дуже страшна балаклава від Майкла Шура та Gorgany" (GORGANY_16.02); 6) "Спеціальний інгредієнт: окуляри як доповнення до будь-якого образу", (ЛЮКСОПТИКА_03.02); 7) "Унікальність, універсальність, унісекс: колаборація kseniaschnaider та іт-компанії boosta", (BOOSTA_13.02).

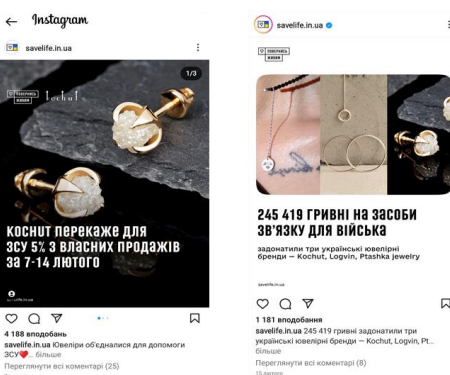


КОЛАБОРАЦІЯ БФ "ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ" ТА ТРЬОХ ЮВЕЛІРНИХ БРЕНДІВ

245 419 гривинь задонатили три українські ювелірні бренди – Kochut, Logvin, Ptashka jewelry – на засоби зв'язку для військовиків через фонд "Повернись живим". Благодійний збір тривав із 7 по 14 лютого. Комунікація з ЦА брендів – це чергове нагадування про соціальну відповідальність та чітку позицію, перевірений фонд і про те, що донатити треба постійно.

Всі партнери запостили новину в своїх соцмережах.

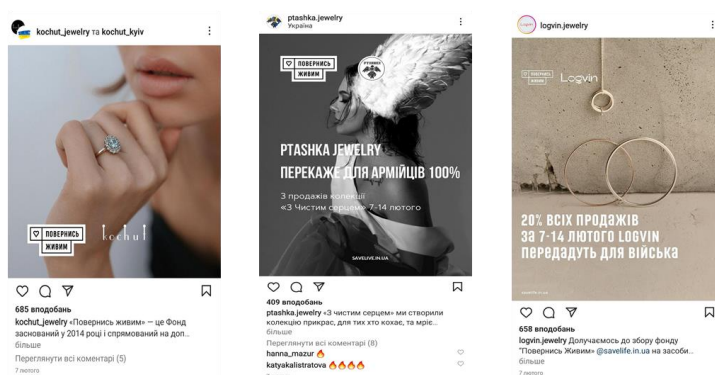
ПОСТИ ФОНДУ В INSTAGRAM



АНОНС

РЕЗУЛЬТАТ

ПОСТИ БРЕНДІВ В INSTAGRAM



KOCHUT JEWELRY

PTASHKA JEWELRY

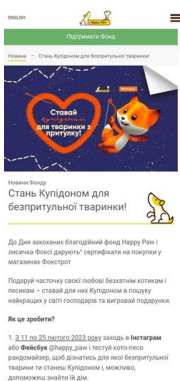
LOGVIN JEWELRY

Партнерство

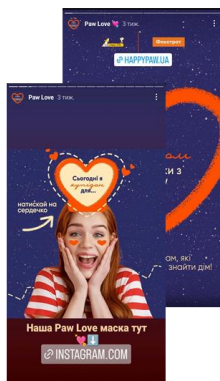
ФОНД HARRY RAW & ФОКСТРОТ: АКЦІЯ “СТАНЬ КУПІДОНОМ ДЛЯ ТВАРИНКИ З ПРИТУЛКУ”

- Фонд Harry Raw разом з Фокстрот запуснув акцію “Стань Купідомом для тваринки з притулку”, щоб допомогти прилаштувати тварин, постраждалих від війни. Команда створила [ефект-маску “Paw Love” в Instagram](#), що випадково обирає для користувача тварину з прифронтового або тимчасово окупованого міста, яка потребує прихистку.
- Harry Raw запостили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

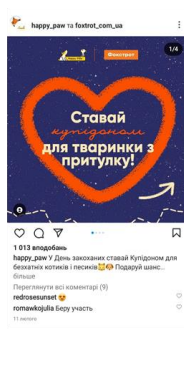
HARRY RAW & ФОКСТРОТ



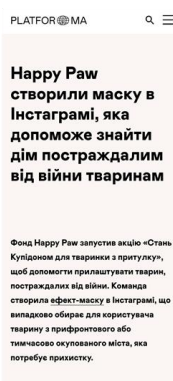
[НОВИНА](#)



[STORIES IG](#)



[ПОСТ IG](#)



[PLATFORMA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[SOSTAV.UA](#)



[NASHKIEV.UA](#)

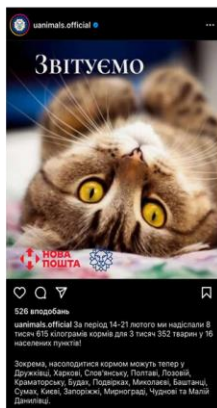
ПАРТНЕРСТВО З UANIMALS

НОВА ПОШТА



[ПОСТ IG](#)

НОВА ПОШТА



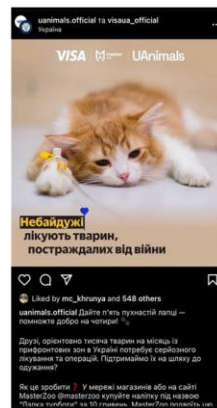
[ПОСТ IG](#)

MONOBANK/VISA



[ПОСТ IG](#)

MASTERZOO



[ПОСТ IG](#)

JOSERA



[ПОСТ IG](#)

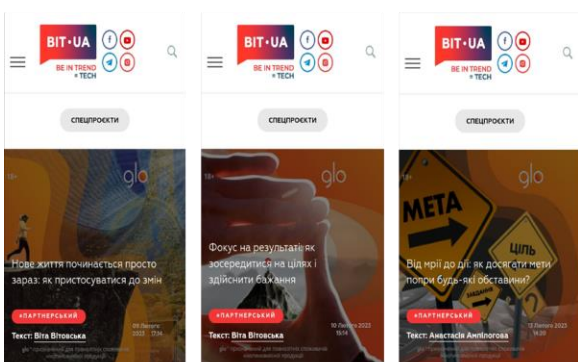
Special projects

glo™: BIT.UA, SPECIAL PROJECT "ВІД МРІЇ ДО ДІЇ"

Bit.ua за підтримки бренду glo™ запустили серію матеріалів. Проект присвячений самореалізації та здійсненню мрій попри будь-які обставини в житті.

Додатково проект анонсувався на сайті та в соцмережах bit.ua (Facebook ([пост 09.02](#); [пост 10.02](#); [пост 13.02](#)), Instagram ([пост 09.02](#); [пост 10.02](#); [пост 13.02](#))).

КРЕАТИВ

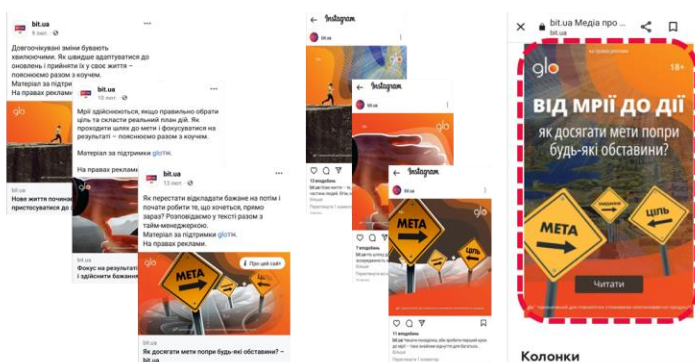


[МАТЕРІАЛ 09.02](#)

[МАТЕРІАЛ 10.02](#)

[МАТЕРІАЛ 13.02](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО



FB BIT.UA

IG BIT.UA

АНОНС BIT.UA

MARY KAY & БФ "ЖИТТЄЛЮБ": MARIECLAIRE.UA

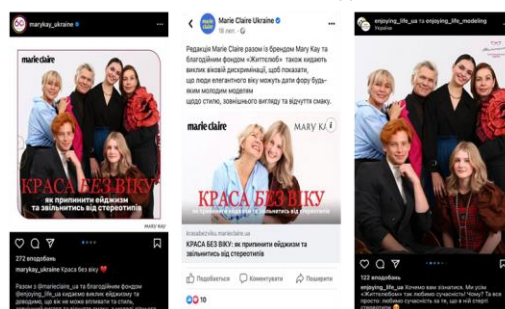
- Marieclaire.ua разом із Mary Kay та БФ "Життєлюб", почали цей проект ще у 2021 році. В рамках проекту партнери кидають виклик віковій дискримінації, щоб показати, що люди елегантного віку можуть дати фору будь-яким молодим моделям щодо стилю, зовнішнього вигляду та відчуття смаку. Отже, ми маємо нагоду побачити на власні очі, що ейджизму немає місця в б'юті-індустрії та моди, адже моделі похилого віку так само гармонійно почуваються в цій сфері, як і молоді люди.
- Проект анонсувався на сайті marieclaire.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ



[МАТЕРІАЛ 06.02](#)

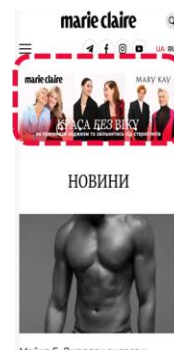
ПРИКЛАДИ ПРОМО



[ПОСТ IG MARY KAY](#)

[ПОСТ FB MARIECLAIRE](#)

[ПОСТ IG ЖИТТЄЛЮБ](#)



Майкл Б. Джордан знявся у
АНОНС НА ГОЛОВНІЙ

Special projects

PAYONEER / PHILIPS: LIGA.NET / THE-VILLAGE.COM.UA

- 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 лютому вийшов проєкт "Від готівки до смартфона. Як ми стали платити швидше і простіше" ([PAYONEER_20.02](#)).
- The-Village.com.ua разом з ТМ Philips підготували проєкт у форматі тесту – "Тест. Хто ви у світі інтервального електрохарчування?" ([PHILIPS_09.02](#)).

PAYONEER



Payoneer **ЛІГА.NET**

Карта чи готівка? А може оплата смартфоном чи годинником? А може переказ із карти на карту? Навіть якщо ви в іншій країні. Сьогодні кожен із цих платіжних методів доступний більшості українців.

Але для того, щоб пройти шлях до них, платіжні системи мали здійснити еволюцію, яка покладалася на людський геній, прогрес у технологіях обробки даних і часом, на драматичні події, які штовхали прогрес вперед. Зокрема, війни.

У спільному проєкті з **Payoneer** на прикладі людей XX та XXI століть ми розповімо, як еволюціонували платіжні та яку роль у цих змінах відіграли війни в Україні. А також проаналізуємо, що це значило для пересічного підприємця і його родини, які будували бізнес на тілі

Натисні і перемістись у часі:



PHILIPS



PHILIPS

Domestic Appliances

Коли ДТЕК послав світло на вашу квартиру, дуже хочеться ввімкнути все й одразу. Так, щоб освітити власною радістю навіть сусідів, у яких електрика з'явилася всього на пів години.

The Village Україна разом із **TM Philips** підготували тест, щоб з'ясувати, чи знаєте ви, як економити електроенергію та чи люблять вас

Увесь світ – електроенергія, а ми в ньому гаджет, який просто хоче вчасно зарядитися. Коли заряджаєте девайси?

Лишень дають світло – у розетці удома вимкни!

Коли розрядилися, тоді й заряджаю!

Старієш вночі, щоб не навантажувати мережу!

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

[МАТЕРІАЛ THE-VILLAGE.COM.UA](#)

СІЛЬПО & ФАРМАК (ЗІПЕЛОР, ЛАКТИАЛЄ): MEGOGO.NET

ДОБІРКА СІЛЬПО

КІНОТАЙМ ВІД «СІЛЬПО»

ПРОМО ВІДЕО

Знижуємо ціни щотижня! Щоб ви могли більше...

ПРОМО СЛАЙДЕР

Кінотайм від «Сільпо»

ДОБІРКА ЗІПЕЛОР

Коли біль у горлі заважає – Зіпелор льодяник допомагає!

ДОБІРКА СПІВЧИХ ФІЛЬМІВ ВІД «ЗІПЕЛОР»

ПРОМО ВІДЕО

Коли біль у горлі заважає – Зіпелор льодяник допомагає!

ПРОМО СЛАЙДЕР

Зіпелор®

Натхненні силою голосу

ДОБІРКА ЛАКТИАЛЄ

Коли від витіюватості болять животик – прийми Лактіалє пробіотики!

ПІДТРИМУЙТЕ КІНОБАЛАНС З «ЛАКТИАЛЄ»

ПРОМО ВІДЕО

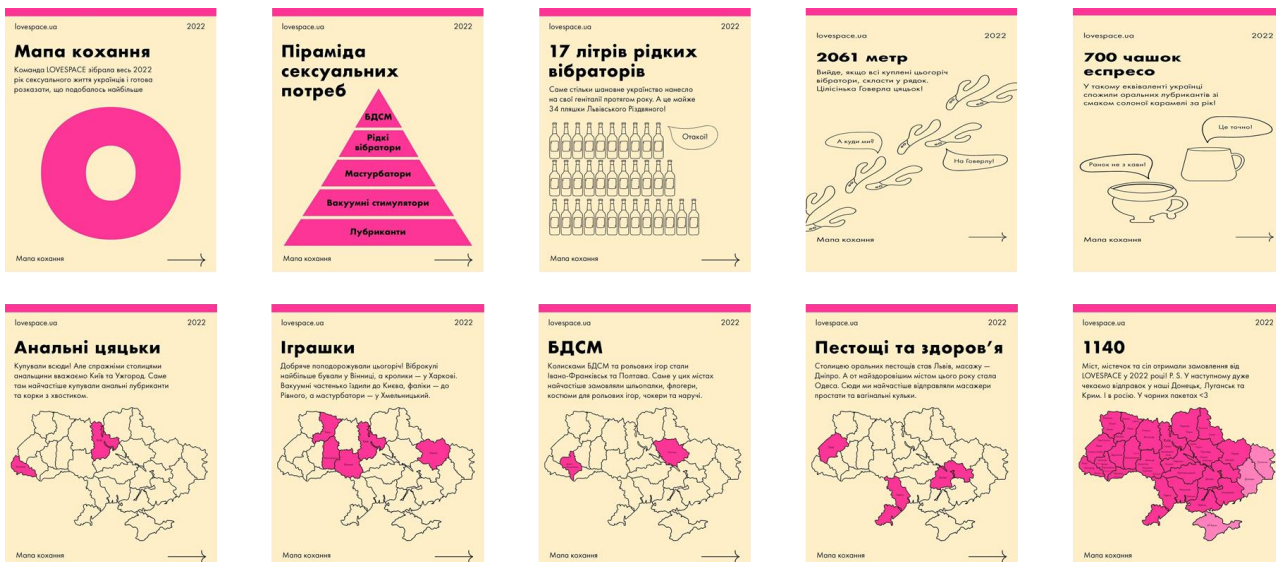
Коли від витіюватості болять животик – прийми Лактіалє пробіотики!

ПРОМО СЛАЙДЕР

Підтримуйте кінобаланс

Ситуаційні рекламні кампанії

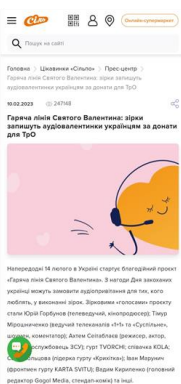
LOVESPACE: “МАПА КОХАННЯ” УКРАЇНЦІВ ЗА 2022 РІК ДО 14.02



СІЛЬПО: ПРОЄКТ "ГАРЯЧА ЛІНІЯ СВЯТОГО ВАЛЕНТИНА" ТА ЧАТ-БОТ

- Напередодні 14 лютого в Україні стартував благодійний проєкт “Гаряча лінія Святого Валентина”. Українці мали змогу замовити аудіопривітання для тих, кого люблять, у виконанні зірок. Аудіовалентинки від Сільпо та фонду компетентної допомоги армії “Повернись живим” можна було замовити на сайті проєкту за внесок на ініціативу “Довгі руки ТрО”.
- Крім цього була запущена ініціатива “ЗСУнтинки”, щоб привітати зі святом українських захисників та захисниць. Будь-хто з будь-якого куточка України міг написати листівку для ЗСУ у спеціальному чат-боті.
- Сільпо запостили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

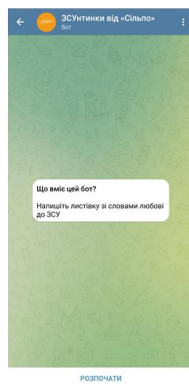
СІЛЬПО



НОВИНА



ПРОЄКТ



ЧАТ-БОТ

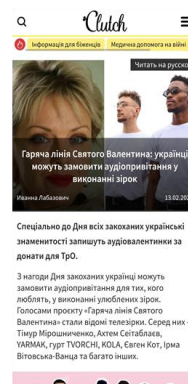


LIFE.NV.UA

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



JETSETTER.UA



CLUTCH.NET.UA

Ситуаційні рекламні кампанії

УКРЗАЛІЗНИЦЯ ЗАПУСТИЛА ДО ДНЯ ЗАКОХАНИХ "ПОТЯГ ДО ТЕБЕ"

- Укрзалізниця до Дня закоханих запустила у Києві 14, 18 та 19 лютого експрес – "Потяг до тебе". Маршрут проходив по кільцю навколо Києва протягом 2,5 години, починаючись і завершуючись на Центральному вокзалі. Подорож відбулася у новому вагоні в купе на двох і з можливістю замовити спеціальне меню від шеф-кухаря Євгена Клопотенка.
- Укрзалізниця запостила новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

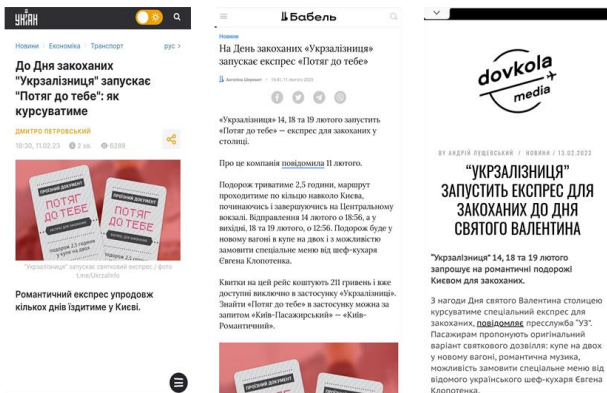
УКРЗАЛІЗНИЦЯ



[ПОСТ TG 11.02](#)

[ПОСТ TG 13.02](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[UNIAN.UA](#)

[BABEL.UA](#)

[DOVKOLA.MEDIA](#)

НОВА ПОШТА ЗАРЕЄСТРУВАЛАСЯ В TINDER

- З нагоди свого 22 Дня народження та Дня святого Валентина Нова пошта створила акаунт у Tinder та запрошує до себе на побачення. За match компанія пропонує промокод на безкоштовну доставку. В особистих повідомленнях застосунку кожен користувач, з яким стається взаємна симпатія з компанією, отримує запрошення на романтичне побачення у відділенні та промокод на одну іменну безкоштовну доставку посилок..
- Нова пошта запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВА ПОШТА

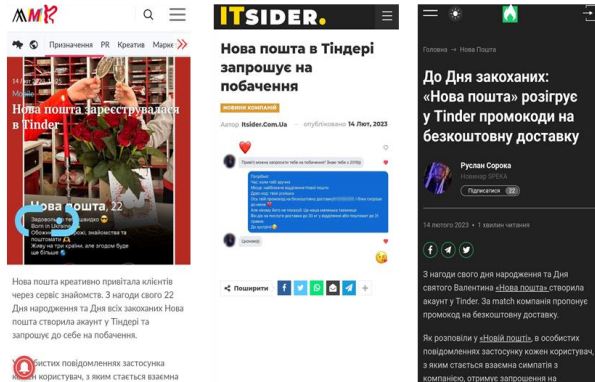


TINDER

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)

[ITSIDER.COM.UA](#)

[SPEKA.MEDIA](#)

Ситуаційні рекламні кампанії

СИТУАТИВ "СПИСОК БАЖАНЬ" В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ

РЕФЕРЕНС



КОМФУ



PROM.UA



ЦИТРУС



ROZETKA



УКРПОШТА



НОВА ПОШТА



MEEST ПОШТА




KYIVSTAR




Контекст: у чинівниці з податкової під час обшуків **знайшли** блокнотик з бажаннями на рік. Вона пише, що хоче заробити мільйон доларів, соболунку шубу та годинник Breitling. Правоохоронці опублікували фото цих бажань – і завірилися.

РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА НОВИНУ ПРО НОВОГО СЕО TWITTER


РЕФЕРЕНС




СІЛЬПО




ЦИТРУС




LOVESPACE




ЖЖУК



ІВОХ



ELMIR.UA



ПАТРІОТИЧНА ДОБІРКА "LOVE IS" ВІД VINUS.INFO

LOVE IS... прилетіти до нього на 2 години в Барнаві в Житої

LOVE IS... коли завжди знаєш, про які подарунки він мріє

LOVE IS... забрати в мільйонів на заміст українського лева, коли вас усіх лише 3 мільйони

LOVE IS... чекати вдома

LOVE IS... видалити всі номери мобільних після зустрічі з ним

LOVE IS... вступати за неї перед усім світом

LOVE IS... за будь-яких обставин бути поруч

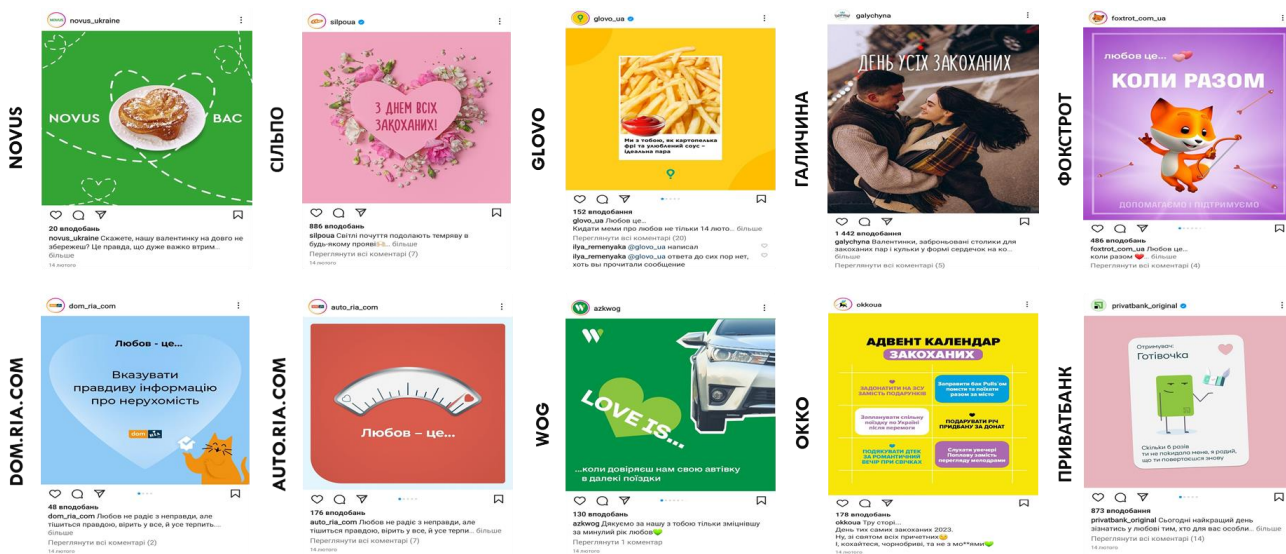
LOVE IS... разом готуватися до контраксту

LOVE IS... віддати їй свої 155-мм гаубиці

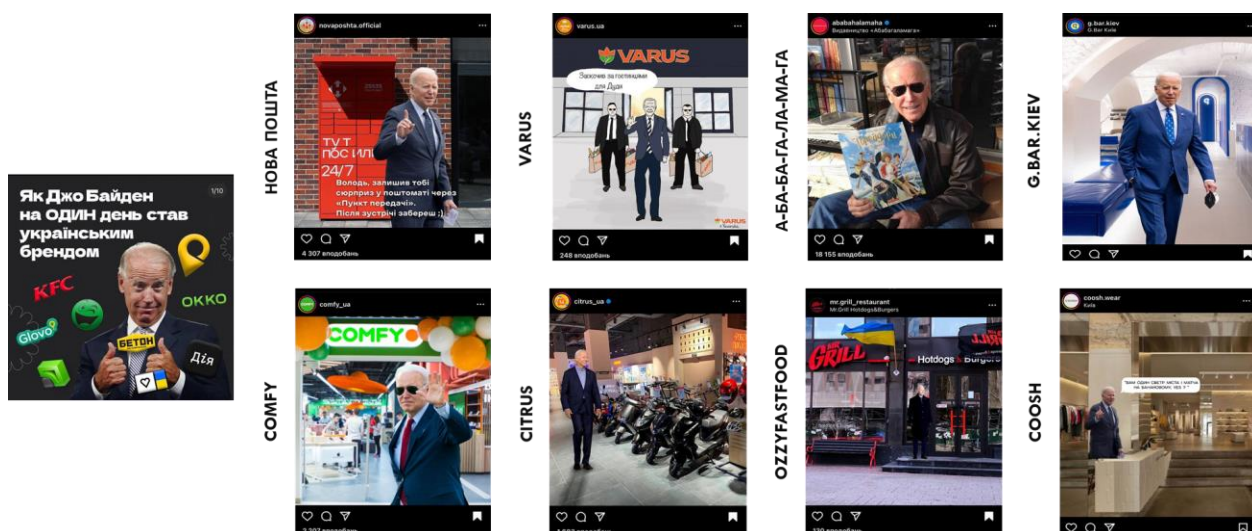
LOVE IS... показати вою серйозність танкових намірів

Ситуаційні рекламні кампанії

ПРИВІТАННЯ ВІД БРЕНДІВ З ДНЕМ ЗАКОХАНИХ 14.02



ПРИЌЗ БАЙДЕНА 20.02 В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ

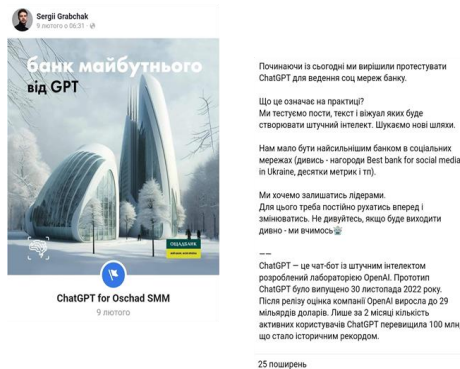


Поточні рекламні кампанії

ОЩАДБАНК ПОЧАВ ТЕСТУВАТИ CHATGPT

- Починаючи з лютого в Ощадбанк вирішили протестувати ChatGPT для ведення своїх соцмереж. Банк шукає нові шляхи та тестує пости, текст і візуал яких буде створювати штучний інтелект.
- Новину повідомив маркетинговий директор Сергій Грабчак на своїй сторінці у Facebook, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

ОЩАДБАНК

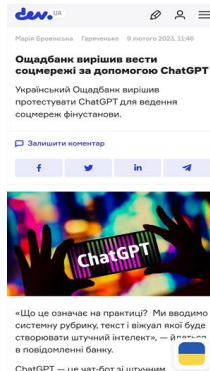


ПОСТ FB 09.02

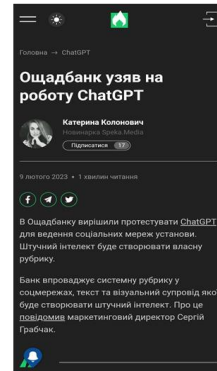
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



MMR.UA



DEV.UA

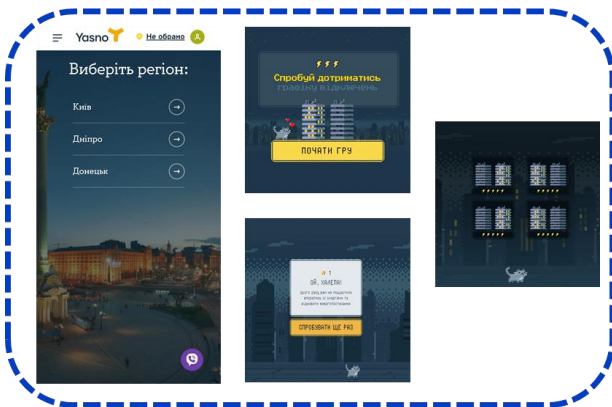


SPEKA.MEDIA

YASNO ЗАПУСТИЛА ГРУ, ДЕ КОЖЕН МОЖЕ СТАТИ ДИСПЕТЧЕРОМ ЕЛЕКТРОМЕРЕЖ

- YASNO запустила гру, де можна попрацювати диспетчером електромереж. Під час гри треба розподіляти електроенергію між будинками, реагувати на скарги та ліквідувати аварії. Гендиректор Yasno Сергій Коваленко [зазначив](#), що у грі пояснюється на елементарному прикладі, як працюють стабілізаційні графіки відключень.
- YASNO запостили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

ГРА

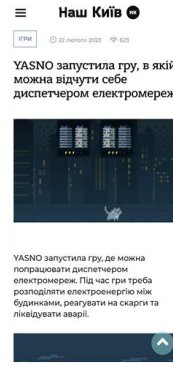


YASNO.COM.UA

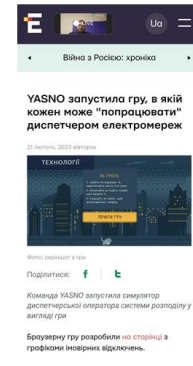
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



MMR.UA



NASHKIEV.UA



ESPRESO.TV

Поточні рекламні кампанії

NESCAFÉ: SMM, ПОСТИ INSTAGRAM



[ПОСТ IG 07.02](#)

[ПОСТ IG 14.02](#)

[ПОСТ IG 20.02](#)

[ПОСТ IG 28.02](#)

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ДЛЯ ЗСУ НА 2023 РІК

- Головнокомандувач Збройних сил України Валерій Залужний затвердив комунікаційну стратегію ЗСУ на 2023 рік. Одна з найголовніших змін – оновлення брендбуку. З'явилась детальна методичка – як правильно оформлювати візуал – “Керівництво із використання графічного стилю у візуальній комунікації”. Тепер у розпорядженні усіх військових медійників і SMM-спеціалістів регламентовані кольори за кодами, шрифти, макети, логотипи, макетування тощо.
- Крім цього, стратегія визначає: 1) комунікаційні цілі ЗСУ; 2) цінності, на яких базується комунікаційна діяльність; 3) аудиторії та канали зовнішньої комунікації ЗСУ; 4) наратив ЗСУ; 5) пріоритетні напрямки комунікації ЗСУ на поточний рік; 6) систему кількісних і якісних показників для оцінки ефективності реалізації стратегії; 7) рекомендації для ведення акаунтів у соцмережах; 8) графічний стиль у візуальній комунікації ЗСУ.



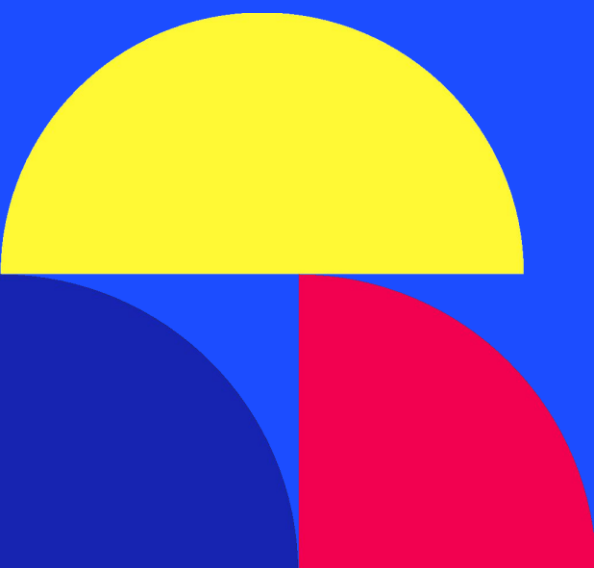
Кольори Збройних Сил України

Колір ЗСУ «Мундир» R08 17 70 92 CMYK 56 53 69 56 Pantone 5915C #4D4634	Колір ПС ЗСУ «Горизонт неба» R08 41 50 87 CMYK 52 77 38 34 Pantone 534C #293757	Колір ССО ЗСУ «Сталь» R08 102 114 118 CMYK 55 43 40 25 Pantone Cool Grey 9C #702726
Допоміжний колір «Золотий» R08 243 146 0 CMYK 0 50 100 0 Pantone 107C #F9C020	Колір ВМС ЗСУ «Блакитний» R08 17 18 35 CMYK 80 68 58 80 Pantone 2965C #112224	Колір МП ВМС ЗСУ «Морська вище» R08 3 92 107 CMYK 89 43 42 30 Pantone 542C #035C6B
Колір СВ ЗСУ «Степи» R08 106 101 58 CMYK 53 43 78 38 Pantone 5753C #A6A53A	Колір ДШВ ЗСУ «Моран» R08 103 19 24 CMYK 34 100 81 54 Pantone 1815 C #E77318	Колір СТРО ЗСУ «Оливка» R08 68 74 56 CMYK 66 49 30 52 Pantone 7795C #64A438



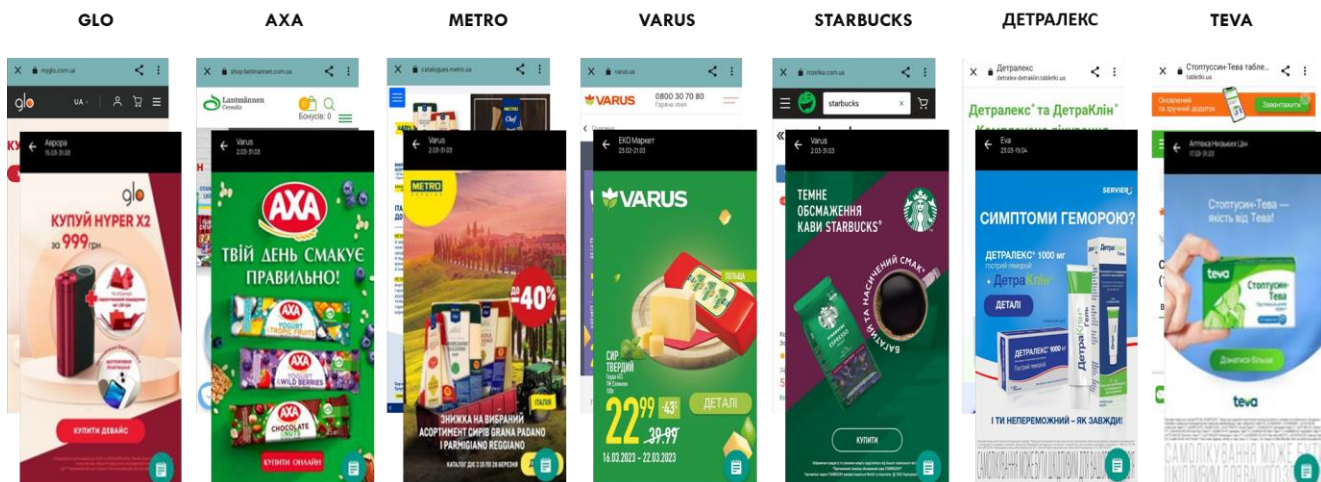


БЕРЕЗЕНЬ



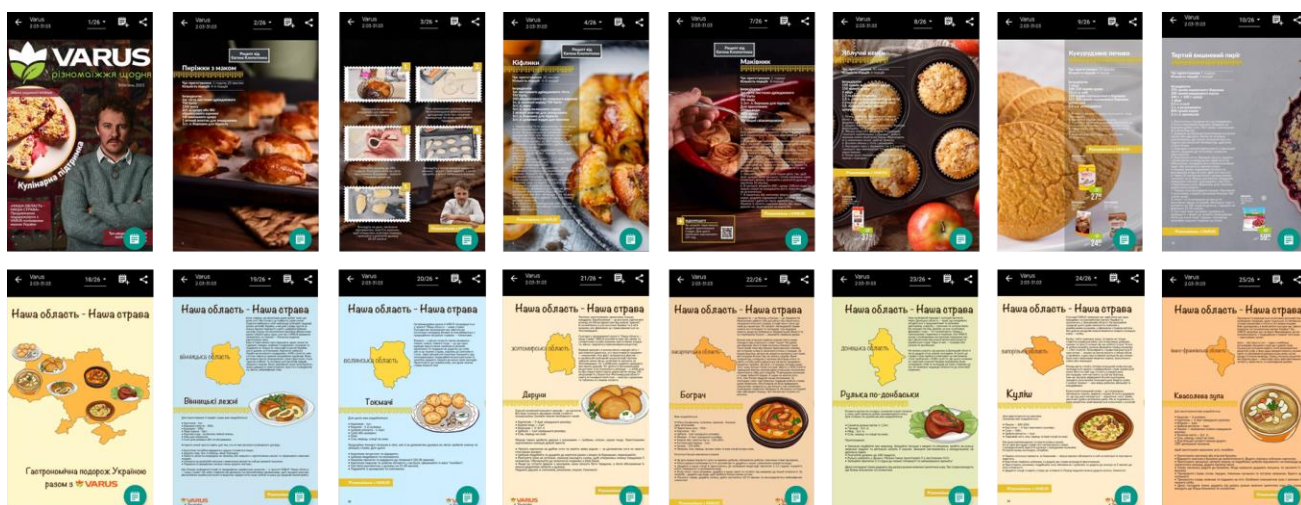
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ Vlix UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ В Vlix UKRAINE

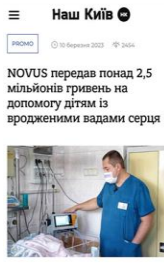
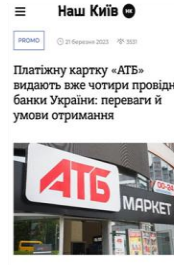

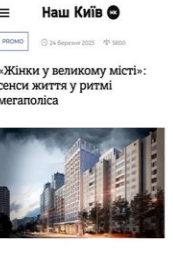
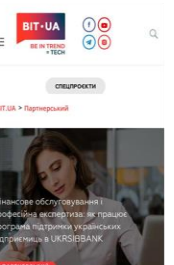
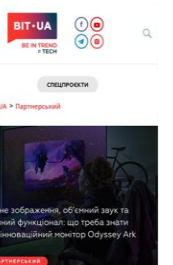

- У березні в додатку Vlix Ukraine вийшов третій випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проекту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus, були зібрані рецепти родинної випічки.



Партнерство

NOVUS / ATB / ZAKAZ / MONTREAL HOUSE / UKRSIBBANK / SAMSUNG / EDERA: NASHKIEV.UA & BIT.UA & JETSETTER.UA



У березні вийшли наступні партнерські матеріали на nashkiev.ua, bit.ua та jetsetter.ua: 1) "NOVUS передав понад 2,5 мільйонів гривень на допомогу дітям із вродженими вадами серця" ([NOVUS. 10.03](http://NASHKIEV.10.03)); 2) "Платіжну картку «АТБ» видають вже чотири провідні банки України: переваги й умови отримання" ([АТБ. 21.03](http://ATB.21.03)); 3) "Секрети економії при замовленні продуктів в Ашан через сервіс Zakaz" ([ZAKAZ. 27.03](http://ZAKAZ.27.03)); 4) "Фотопроект від преміального житлового комплексу Montreal House" ([MONTREAL HOUSE. 24.03](http://MONTREAL_HOUSE.24.03)); 5) "Фінансове обслуговування і професійна експертиза: як працює програма підтримки українських підприємців в UKRSIBBANK" ([UKRSIBBANK. 30.03](http://UKRSIBBANK.30.03)); 6) "Якісне зображення, об'ємний звук та зручний функціонал: що треба знати про інноваційний монітор Odyssey Ark" ([SAMSUNG. 31.03](http://SAMSUNG.31.03)); 7) "Чому 8 березня не день краси та жіночності та як радянська влада використовувала це" ([EDERA. 08.03](http://EDERA.08.03)).

NOVUS	ATB	ZAKAZ	MONTREAL HOUSE	UKRSIBBANK	SAMSUNG	EDERA
 <p>NOVUS передав понад 2,5 мільйонів гривень на допомогу дітям із вродженими вадами серця</p>	 <p>Платіжну картку «АТБ» видають вже чотири провідні банки України: переваги й умови отримання</p>	 <p>Секрети економії при замовленні продуктів в Ашан через сервіс Zakaz</p>	 <p>Жінки у великому місті: сенси життя у ритмі мегаполіса</p>	 <p>Фінансове обслуговування і професійна експертиза: як працює програма підтримки українських підприємців в UKRSIBBANK</p>	 <p>Якісне зображення, об'ємний звук та зручний функціонал: що треба знати про інноваційний монітор Odyssey Ark</p>	 <p>Чому 8 березня не день краси та жіночності та як радянська влада використовувала це</p>
NASHKIEV 10.03	NASHKIEV 21.03	NASHKIEV 27.03	NASHKIEV 24.03	BIT.UA 30.03	BIT.UA 31.03	JETSETTER 08.03

КОЛАБОРАЦІЯ НОВОЇ ПОШТИ ТА КИЇВСЬКОГО МЕТРОПОЛІТЕНУ

- Нова Пошта разом з Київським метрополітеном залишили мотивуючі "записки" майже на всіх станціях метро. З надією, що вони змусять усміхнутись всіх відвідувачів метрополітену. А ще підготували подарунки для підняття настрою, які можна було отримати виконавши наступні дії: 1) поділитися фото з постерами в себе на сторінці в IG; 2) вказати хештег #НПвметро; 3) відмітити сторінкуНП.
- Нова Пошта запостили новину в своїх соціальних мережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.


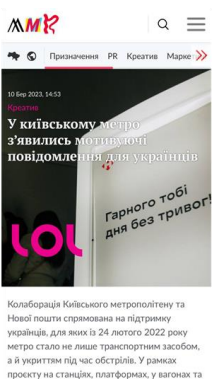
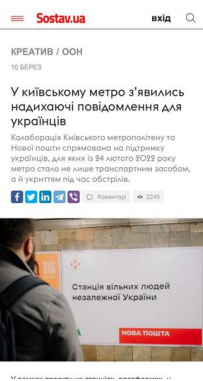
ПОСТИ НОВОЇ ПОШТИ В СОЦМЕРЕЖАХ

[AHOHC IG](http://AHOHC.IG)

[REZULTAT IG](http://REZULTAT.IG)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

THE-VILLAGE.COM.UA

MMR.UA

SOSTAV.UA

Партнерство

ARTGLINA / THE TELLERS / RODYNA / GLO™ / BRABRABRA / SOVA / INRO: THE-VILLAGE.COM.UA & ELLE.UA

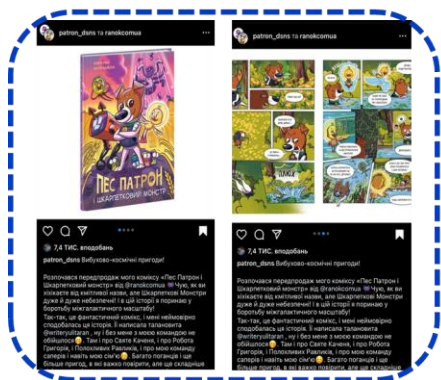
У березні вийшли наступні партнерські матеріали на elle.ua та the-village.com.ua: 1) "10 керамічних виробів з екологічно чистої української глини від Artglina" ([ARTGLINA_03.03](#)); 2) "Ціннісна реклама та дохід для незалежних медіа: як The Tellers допоможе медійникам і брендам України" ([THE TELLERS_07.03](#)); 3) "Чи маєте ви родичів у Бразилії? Перевірте в унікальних списках від агенції сімейної історії Rodyna" ([RODYNA_06.03](#)); 4) "Бренд glo™ запустив новий девайс Hyper X2 Air" ([glo™_29.03](#)); 5) "Комфортна білизна від brabrabra тепер у Польщі" ([BRABRABRA_30.03](#)); 6) "SOVA в «Мавка. Лісова Пісня»: Ювелірний дім відкриває передпродаж прикра із нової магічної колаборації" ([SOVA_03.03](#)); 7) "Разом — сильніші: благодійні ініціативи на підтримку України" ([INRO_13.03](#)).

ARTGLINA	THE TELLERS	RODYNA	GLO™	BRABRABRA	SOVA	INRO
THE-VILLAGE_03.03	THE-VILLAGE_07.03	THE-VILLAGE_06.03	THE-VILLAGE_29.03	THE-VILLAGE_30.03	ELLE.UA_03.03	ELLE.UA_13.03

КОЛАБОРАЦІЯ ПСА ПАТРОНА ТА ВИДАВНИЦТВА "РАНОК"

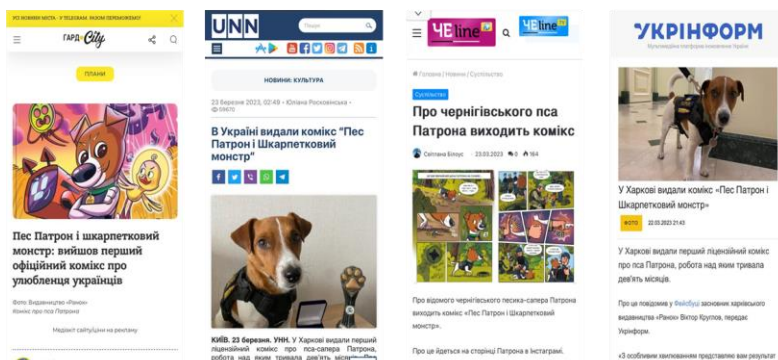
- У Харкові видали перший ліцензійний комікс "Пес Патрон і Шкарпетковий монстр" про пса Патрона. Його написала талановита [Юліті Пан](#), а малюнки створила художниця [Катя Підлісна](#). Вихід коміксу відбудеться 30 квітня 2023 року. Замовити книгу можна на [сайті видавництва "Ранок"](#) за 250 гривень. Ліцензійні кошти від продажу кожного примірника спрямують у благодійний "Фонд Пса Патрона".
- Партнери запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

ПЕС ПАТРОН & ВИДАВНИЦТВО "РАНОК"



POST INSTAGRAM

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



THE GARD

UNN

CHELINE

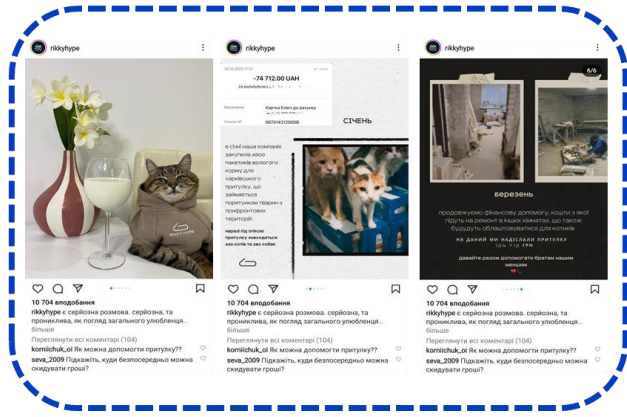
UKRINFORM

Партнерство

КОЛАБОРАЦІЯ RIKKY HURE TA KOTA STEPANA

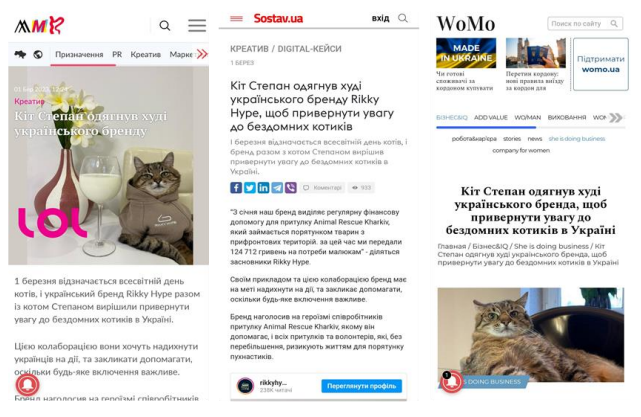
- Кіт Степан одягнув худі українського бренду Rikky Hure, щоб привернути увагу до бездомних котиків. Цією колаборацією вони хочуть надихнути українців на дії та закликати допомагати, оскільки будь-яке включення важливе. Бренд наголосив на героїзмі співробітників притулку Animal Rescue Kharkiv, якому він допомагає, і всіх притулків та волонтерів, які, без перебільшення, ризикують життям для порятунку пухнастиків.
- Rikky Hure запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[ПОСТ INSTAGRAM](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)

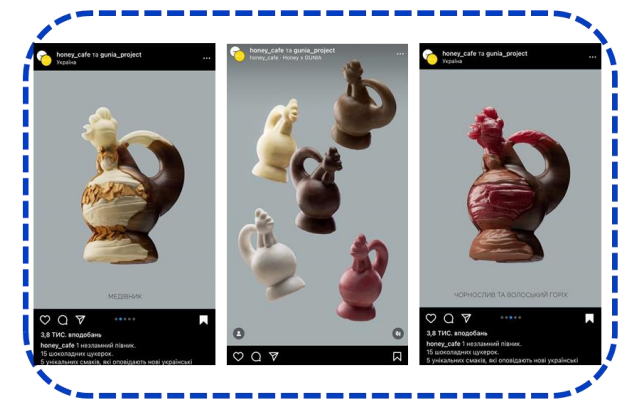
[SOSTAV.UA](#)

[WOMO.UA](#)

КОЛАБОРАЦІЯ HONEY СПІЛЬНО З GUNIA PROJECT

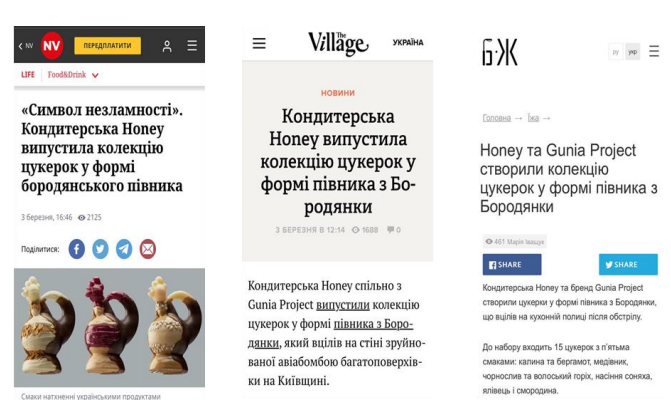
- Кондитерська Honey спільно з Gunia Project випустили колекцію цукерок у формі півника з Бородянки, який вцілів на стіні зруйнованої авіабомбою багатоповерхівки на Київщині. Проект натхненний у першу чергу, звісно, півником із Бородянки, але також ювелірами Gunia, котрі раніше презентували прикрасу у формі півника. Символ майстерності українських ремісників став символом української незламності. Півник, який встояв.
- Honey та Gunia Project запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[ПОСТ INSTAGRAM](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[NV.UA](#)

[THE-VILLAGE.COM.UA](#)

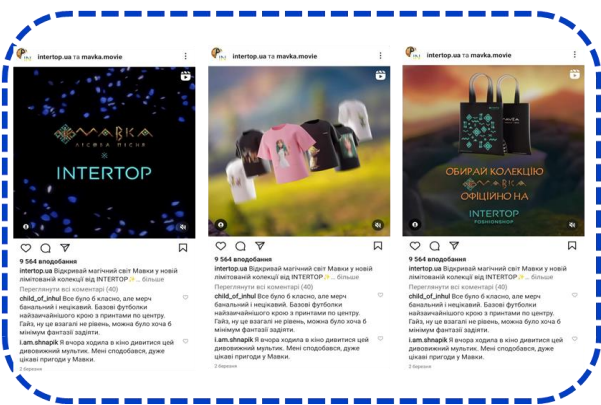
[BZH.LIFE](#)

Партнерство

КОЛАБОРАЦІЯ INTERTOP ТА MAVKA

- INTERTOP випустив нову колекцію у співпраці з українським анімаційним фільмом “Мавка. Лісова пісня”. До неї увійшли речі із зображеннями ключових героїв. Колекцію INTERTOP x MAVKA вже можна придбати в магазинах INTERTOP та на сайті INTERTOP.UA [за посиланням](#).
- Партнери запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА

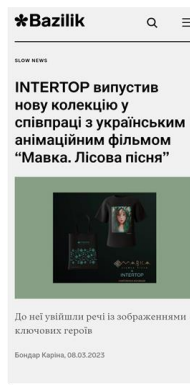


[ПОСТ INSTAGRAM](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[ELLEUA](#)



[BAZILIK.MEDIA](#)

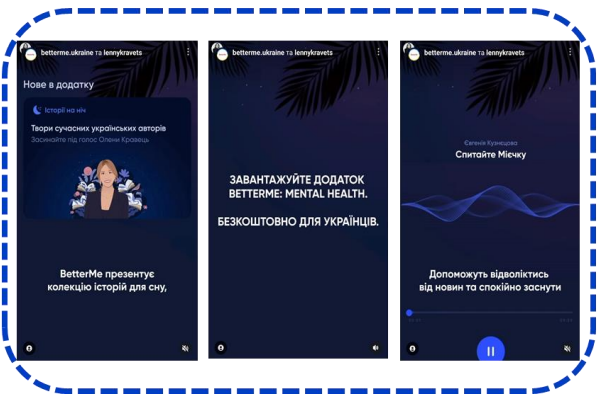


[VOGUEUA](#)

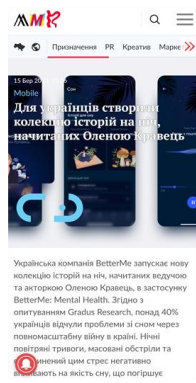
КОЛАБОРАЦІЯ BETTERME ТА ОЛЕНА КРАВЕЦЬ

- Українська компанія BetterMe запустила нову колекцію історій на ніч, начитаних ведучою та акторкою Оленою Кравець, в застосунку BetterMe: Mental Health на головному екрані або в розділі “Сон”. Все для того, щоб покращити якість сну українців, які за останній час відчули сильні проблеми зі сном. Додатково, аудіовистави супроводжуються звуками природи.
- Партнери запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[ПОСТ INSTAGRAM](#)



[MMR.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK.MEDIA](#)



[SPEKA.MEDIA](#)

Партнерство

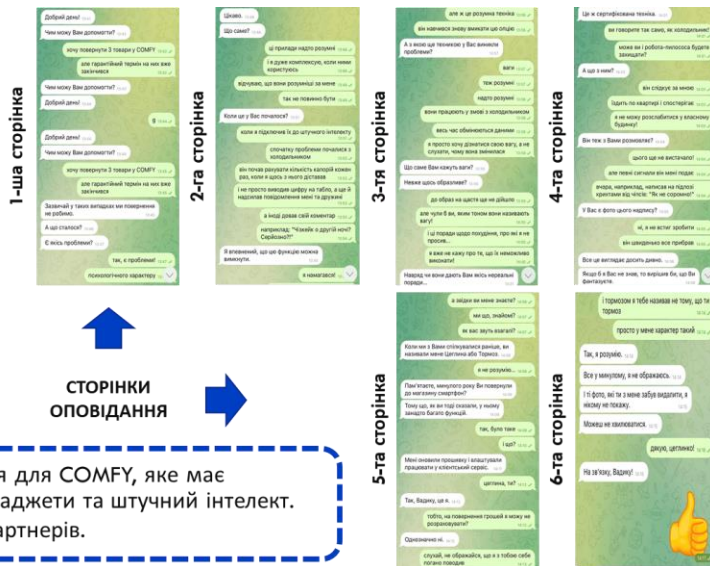
ПАРТНЕРСТВО СОМФУ ТА ПИСЬМЕННИКА АНТОНА ФРІДЛЯНДА

ПОСТИ FACEBOOK



[ПИСЬМЕННИК](#)

[СОМФУ](#)



СТОРІНКИ
ОПОВІДАННЯ

- Письменник Антон Фрідлянд написав оповідання для СОМФУ, яке має назву "ПОВЕРНЕННЯ". Цього разу – про СОМФУ, гаджети та штучний інтелект.
- Співпраця анасувалося постами в соцмережах партнерів.

ПАРТНЕРСТВО З UANIMALS

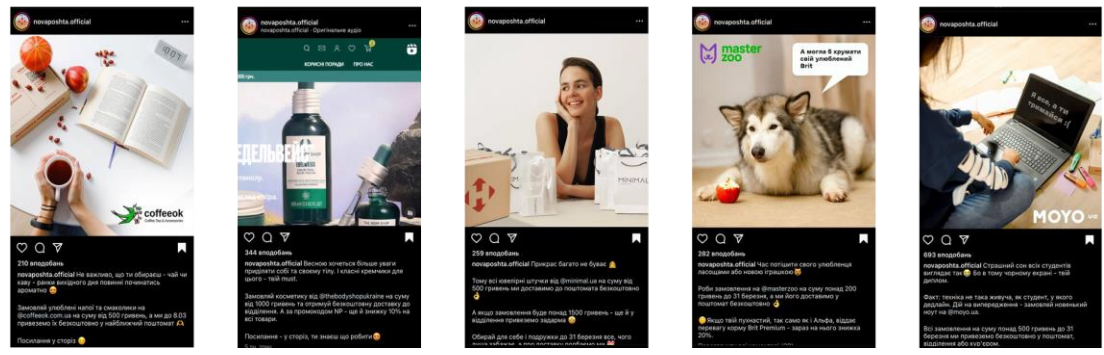
UKRSIBBANK JOSERA 044CAFE MONOBANK/VISA MORNING STAR JOSERA



[ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#)

ПАРТНЕРСТВО З НОВА ПОШТА

COFFEEOK THE BODY SHOP MINIMAL MASTERZOO MOYO



[ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#) [ПОСТ IG](#)

Special projects

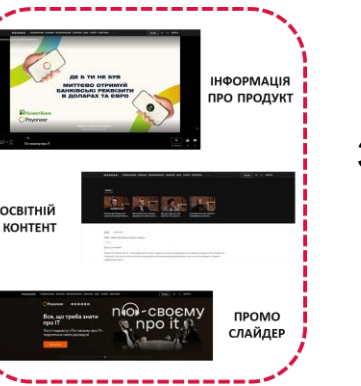
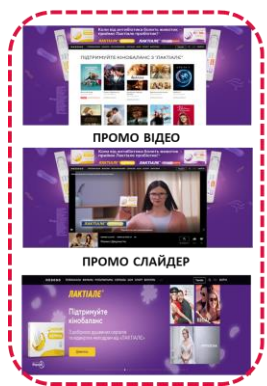
INFOSHINA & KFC & AXA: MEGOGO.NET



ДОБІРКА ЛАКТИАЛЕ

SPECIAL PROJECT ЗОЛОТА КРАЇНА

SPECIAL PROJECT PAYONEER

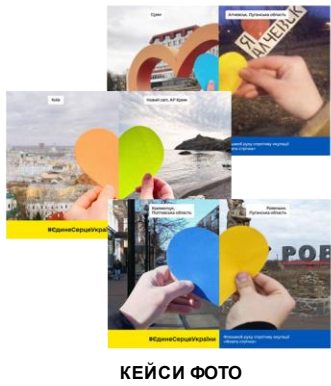


ЛАКТИАЛЕ & ЗОЛОТА КРАЇНА & PAYONEER: MEGOGO.NET

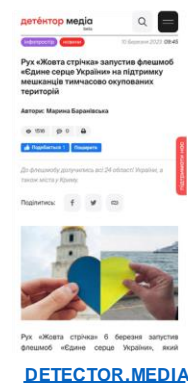
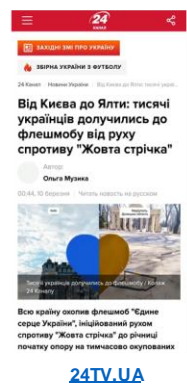
ФЛЕШМОБ “ЄДИНЕ СЕРЦЕ УКРАЇНИ” ВІД РУХУ СПРОТИВУ "ЖОВТА СТРІЧКА"

- Рух “Жовта стрічка” запусив флешмоб “Єдине серце України” на підтримку мешканців тимчасово окупованих територій. В рамках ініціативи учасники закликали публікувати фото з половинкою серця на фоні свого міста, а активісти руху сфотографували другу половинку серця в Ялті, Маріуполі, Бердянську, Донецьку, Луганську, Алчевську, Сімферополі. Колажі зі з’єднаними серцями “Жовта стрічка” публікувала на своїх сторінках у соцмережах за тегом #ЄдинеСерцеУкраїни.
- “Жовта стрічка” запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатковорозмістили PR публікації на своїх ресурсах.

ФЛЕШМОБ “ЄДИНЕ СЕРЦЕ УКРАЇНИ”



PR ПУБЛІКАЦІЇ



Special projects

ALESTA&DELL / НОВА ПОШТА / TEVA / USAID: 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 березні вийшли наступні партнерські проекти: 1) "Чому успіх бізнесу залежить від захисту та зберігання даних? Загрози, кейси та рішення" ([ALESTA&DELL, 28.03](#)); 2) "Як Нова пошта допомагає українському бізнесу під час війни. П'ять історій евакуації" ([НОВА ПОШТА, 27.03](#)); 3) "Будьте здорові" ([TEVA, 17.03](#)); 4) "Привид монополії, Як змусити владу почути місцеве самоврядування під час війни" ([USAID, 23.03](#)). Додатково матеріали анонсувалися на liga.net.

ALESTA&DELL

НОВА ПОШТА

USAID



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)



[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

В АНТАРКТИДІ ВСТАНОВИЛИ АРТІНСТАЛЯЦІЮ ЗА ПІДТРИМКИ "СІЛЬПО"

- Valbek Bureau розробили артінсталяцію "Дім. Спогади" для української антарктичної станції "Академік Вернадський". Проект розробили спільно із "Сільпо" й дослідно-конструкторським бюро "Майстерня Чудес" на запит Національного антарктичного наукового центру.
- Партнери запостили новину на своїх сайтах та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[SILPO.UA](#)



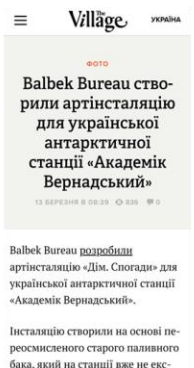
[BALBEK.COM](#)



[UAC.GOV.UA](#)



[LIFE LIGA.NET](#)



[THE-VILLAGE.COM.UA](#)



[BAZILIK.MEDIA](#)

Special projects

КАМПАНІЯ “ТАКИЙ ОДИН” ВІД INDROSHIV BESPOKE

- Обличчям нової кампанії українського бренду Indroshiv Bespoke став Ілля Самойленко – захисник України, військовий з полку “Азов” із позивним “Гендальф”. Кампанія називається “Такий один”. “Тому що це і про Іллю, і про костюм, і про суть Indroshiv Bespoke”, як повідомляє Катерина Возіанова.
- Indroshiv Bespoke розмістили новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

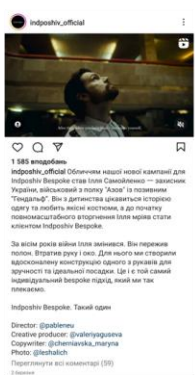
INDROSHIV BESPOKE



INDROSHIV.UA



[ВІДЕО УТ](#)

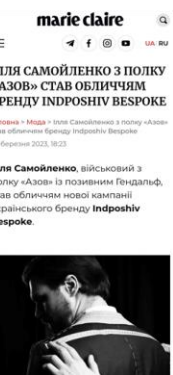


[ПОСТ IG](#)



[MMR.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MARIECLAIRE.UA](#)



[LIFESTYLE.24TV.UA](#)

GOOD BREAD & FLORA CONTORA: ФОТОПРОЄКТ "СІЙ ХЛІБ І КВІТИ ВСУПЕРЕЧ НАПАСТЯМ"

- Фотопроект "Сій хліб і квіти всупереч напастям" представила інклюзивна пекарня Good Bread в партнерстві з Flora Contora. Головні герої проєкту – люди з ментальною інвалідністю, які залучені до випікання хлібу. У рамках проєкту київська пекарня також почала збір на безкоштовні паски до Великодня для військових та цивільних на прифронтових територіях.
- Партнери запостили новину на своїх сайтах та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



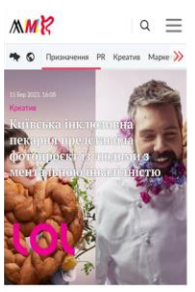
[ПОСТ IG](#)



[ПОСТ IG](#)



[ПОСТ IG](#)

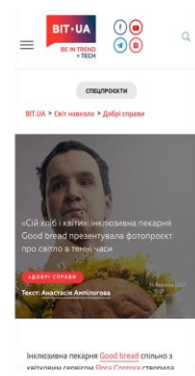


[MMR.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE.COM.UA](#)



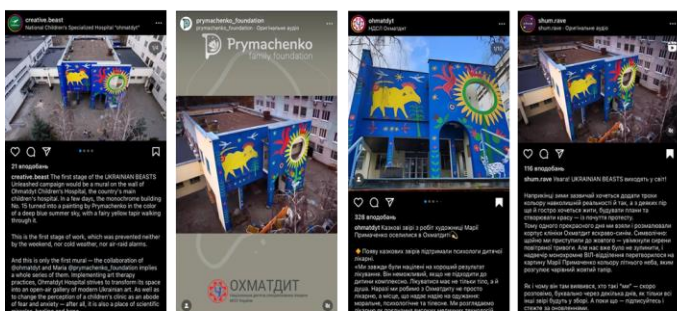
[BIT.UA](#)

Special projects

В ОХМАТДИТІ З'ЯВИВСЯ МУРАЛ З КАЗКОВИМИ ЗВІРЯМИ МАРІЇ ПРИМАЧЕНКО

- На корпусах літньої лікарні "Охматдит" у Києві почали створювати мурали за мотивами творчості Марії Примаченко. Щоб зібрати кошти на створення муралів, разом із командою Shum Rave і фондом родини Марії Примаченко запустили кампанію Ukrainian Beasts. На платформі Ukrainian Beasts можна просто [задонати](#) на проекти або придбати [мерч](#), 80% від продажу якого спрямують на будівництво артцентру.
- Партнери проекту запостили новину в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR публікації на своїх ресурсах.

ПОСТИ В IG ПАРТНЕРІВ



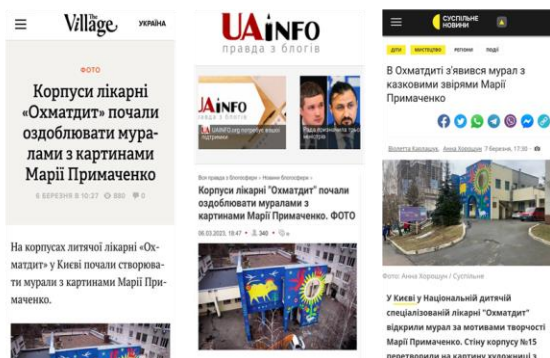
[CREATIVE BEAST](#)

[PRYMACHENKO](#)

[OXMATDIT](#)

[SHUM RAVE](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE.COM.UA](#)

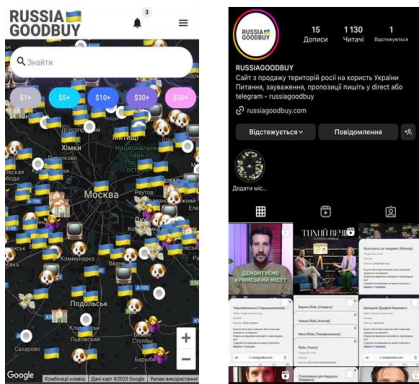
[UAINFO](#)

[SUSPILNE.MEDIA](#)

ІНТЕРАКТИВНИЙ ДОНЕЙШН-ПРОЄКТ ПІД НАЗВОЮ RUSSIA GOODBUY

- В Україні запустили оригінальний благодійний проект для підтримки України – Russia Googbuy, де кожен охочий може "придбати будь-яке російське місто й встановити там свої правила". Покупець отримує сертифікат про право володіння регіоном й обирає куди спрямувати свої кошти – на допомогу військовим, дітям або тваринам. Ініціаторами проекту є Данило Білий і альтернативне українське медіа WAW Ukraine.
- Додатково деякі медіа розмістили PR публікації з новою про запуск проекту на своїх ресурсах.

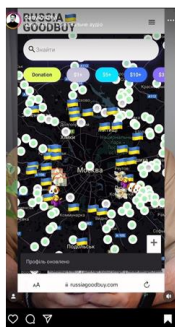
СТОРИНКИ ПРОЄКТУ



[САЙТ](#)

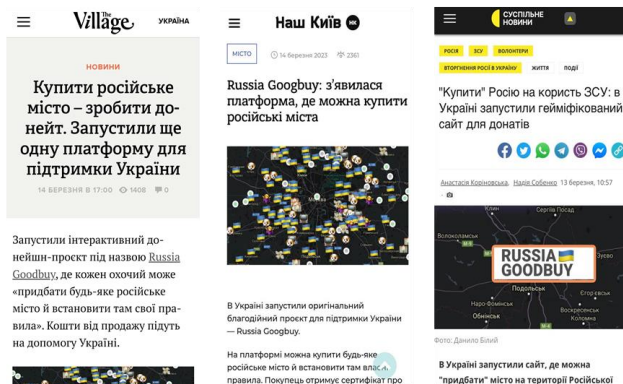
[INSTAGRAM](#)

АНОНС ПРОЄКТУ



[АНОНС IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE.COM.UA](#)

[NASHKIEV.UA](#)

[SUSPILNE.MEDIA](#)

Ситуаційні рекламні кампанії

NATALIA COLA FOUNDATION & МКІП УКРАЇНИ: VOGUE.UA, АРТПРОЄКТ "ART ON THE BATTLEFRONT"

- Vogue UA представив артпроект ART ON THE BATTLEFRONT – це масштабна віртуальна виставка, пронизлива рефлексія 30 сучасних українських художників на сьогоднішній день. Це друга частина артпроекту. Вона створена у партнерстві з Natalia Cola Foundation за підтримки Міністерства культури та інформаційної політики України.
- Партнери проекту розмістили новину на своїх сайтах та в соцмережах. Також проєкт мав промо (банер+анонси) підтримку на vogue.ua.

ПРО ПРОЄКТ



СТОРІНКА

[PR VOGUE.UA](#)

[PR MKIP.GOV.UA](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО

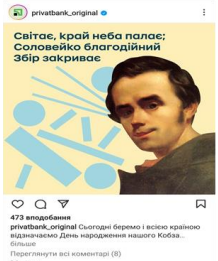


АНОНСИ VOGUE

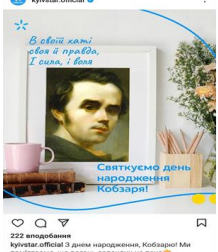
БАНЕР VOGUE

СИТУАЦІЙНА РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА ДН ШЕВЧЕНКА Т.Г. (09.03)

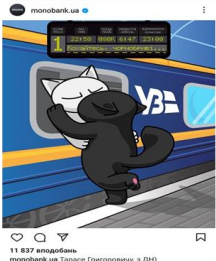
ПРИВАТБАНК




КІЇВСТАР




МОНОБАНК




СІЛЬПО




DOM.RIA.COM




АТБ



SPEAKINGCLUB.UA

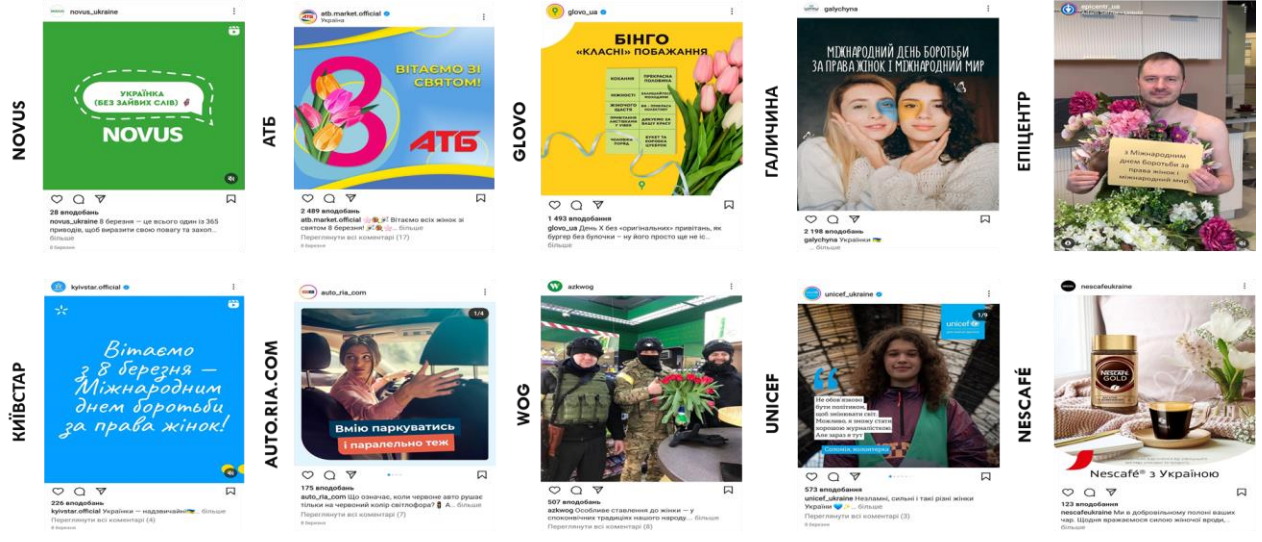


METRO



Ситуаційні рекламні кампанії

ПРИВІТАННЯ ВІД БРЕНДІВ 3 8 БЕРЕЗНЯ



КЕЙСИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ БРЕНДАМИ

HELSI

Використали ШІ в написанні постів про себе для соцмереж.
[Джерело](#)

КЛОПІТЕНКО

Створив звану вечерю, меню до якої згенерував ШІ.
[Джерело](#)

АЛЛО

Інтегрували ChatGPT у свій додаток для користування без реєстрації.
[Джерело](#)

ROBOTA.UA

Почали використовувати ChatGPT для генерування опису вакансій.
[Джерело](#)

ЕПІЦЕНТР

Використали ШІ в онлайн-бізнесі для генерації контенту та опису товарів.
[Джерело](#)

МЕМЕ

Розробили нову колекцію білизни з використанням ШІ та нейромереж для інспірації і створення дизайну.
[Джерело](#)

Поточні рекламні кампанії

glo™: СЕРІЯ PR ПУБЛІКАЦІЙ

У березні бренд glo™ вийшов з PR кампанією в підтримку нового девайсу Hyper X2 Air на таких сайтах як: Tochka.net, 24tv, Vgorode, Наш Київ, Zaxid.net, Liga.net та інших. В новині розповідалося про дизайн пристрою та оновлення в порівнянні з останньою моделлю.



[ТОЧКА.NET](#)



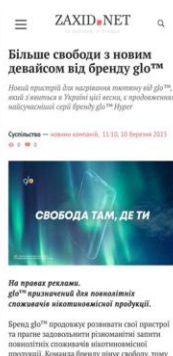
[24TV](#)



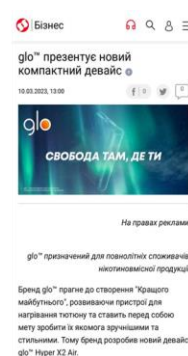
[VGORODE](#)



[НАШ КИЇВ](#)



[ZAXID.NET](#)



[LIGA.NET](#)

NESCAFÉ: SMM, ПОСТИ INSTAGRAM



[ПОСТ IG 08.03](#)



[ПОСТ IG 13.03](#)



[ПОСТ IG 20.03](#)



[ПОСТ IG 27.03](#)



ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ



Висновки

У 2023 році ми зосередилися на зборі тільки нестандартних кейсів, які для зручності сприйняття були згруповані в блоки: партнерство, special projects, ситуаційні рекламні кампанії, поточні рекламні кампанії. Далі детальніше про ключові тенденції та найбільш яскраві приклади окремо в кожному блоці.

Серед **партнерства**, яке зустрічалось, і тільки між брендами, і з залученням лідерів думок, спостерігається стрімке використання різноманітних його видів. При цьому колаборації набувають характеристик продуктових кампаній, наприклад, в результаті співпраці українського анімаційного фільму “Мавка. Лісова пісня” [виробництва студії Animagrad \(FILM.UA Group\)](#), окремо з [ювелірним домом SOVA](#), та, окремо з [INTERTOP](#), була створена колекція ювелірних прикрас та випущена колекція ліцензійного одягу та аксесуарів. Але все це досить активно використовується напрям допомоги та підтримки ЗСУ, який добре реалізований в наступних колабораціях: [Тіни Кароль та бренду One by One](#), [БФ "Повернись живим"](#) та трьох ювелірних брендів (Kochut, Logvin, Ptashka jewelry), БФ Сергія Притули та [LOVESPACE](#) та багатьох інших.

Спеціальні проєкти залишаються направлені на підтримку українського бізнесу, військових подій, популяризацію української мови та культури, самореалізації та здійсненню мрій. Вони надихають, підкреслюють індивідуальність кожного і об'єднують водночас. Так, наприклад, у рамках [фотопроєкту "Сій хліб і квіти всупереч напастям"](#) київська пекарня Good Bread збирала кошти на безкоштовні паски до Великодня для військових та цивільних на прифронтових територіях. А український ювелірний бренд Guzema Fine Jewelry представив [проєкт "МОї"](#), покликаний популяризувати українську мову.

Досить перманентним явищем стає **ситуаційна реакція брендів** на поточні події. Наприклад, у січні відбулись рекламні кампанії присвячені колядуванню у Twitter. У лютому клієнти вітали свою аудиторію з Днем закоханих, а у березні – з Міжнародним жіночим днем. Найбільш яскравими кейсами стали: реакція брендів на приїзд Байдена (від Нової пошти, Citrus, Comfy тощо) та приклади використання штучного інтелекту клієнтами (Алло, Епіцентр, Helse, Robota.ua та інших).

Загалом перший квартал поточного року виявився менш активним, чим кінець 2022 року. Але це зрозуміло та навіть передбачувано, більшість брендів довгий час взагалі не знали, як комунікувати в минулому році, тому основну частину медійних бюджетів змогли реалізувати тільки наприкінці року. Крім цього останні місяці зими (січень та лютий) навіть в довоєнний період ніколи не відзначалися великою рекламною активністю, а розміщення нестандартних кейсів – так тим більше.