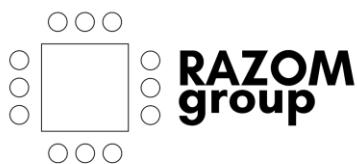




Digital кейси 2023

Видано у липні 2023



● Зміст

03 Команда проекту

04 Квітень

Приклади розміщень партнерства, спецпроекти, кампанії військової та благодійної тематики, зірки на Алеї слави у Голівуді від UAnimals, ситуаційні проекти від бренду "Олейна" до Великодня тощо

21 Травень

Мінімальна кількість кейсів з партнерством та спецпроектів, кампанії військової тематики, ситуаційний маркетинг брендів (до Дня матері, Дня вишиванки тощо), поточні кампанії "Укрзалізниці" та інших

37 Червень

Найбільша кількість різноманітних колаборацій та спецпроектів, кампанії військової тематики, ситуаційні кампанії від брендів до Pride Month, чат-боти від ПУМБ та МЗС & WhiteBIT

57 Висновки другого 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

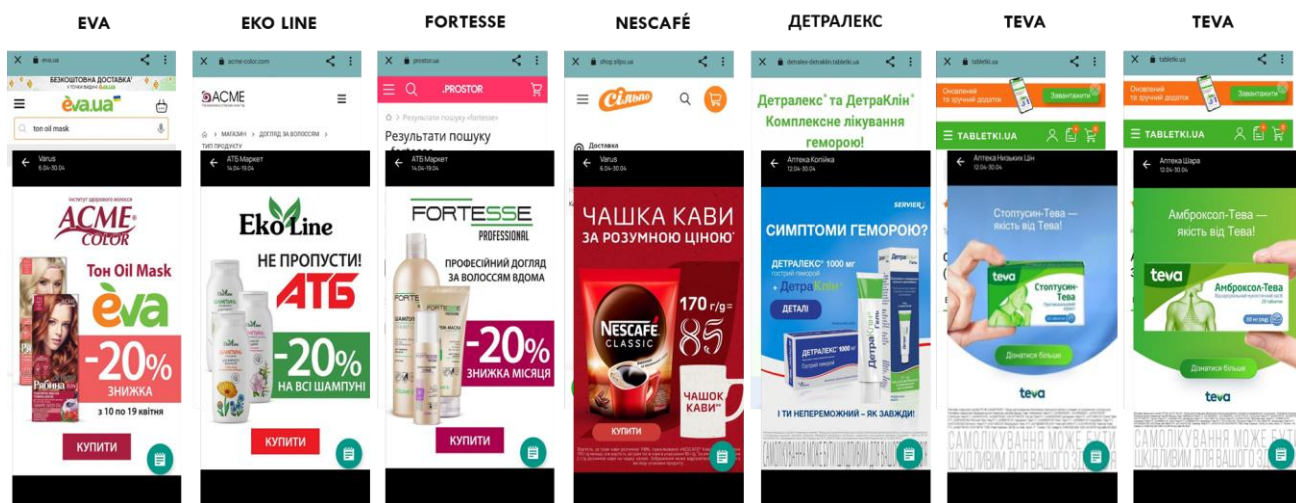


КВІТЕНЬ



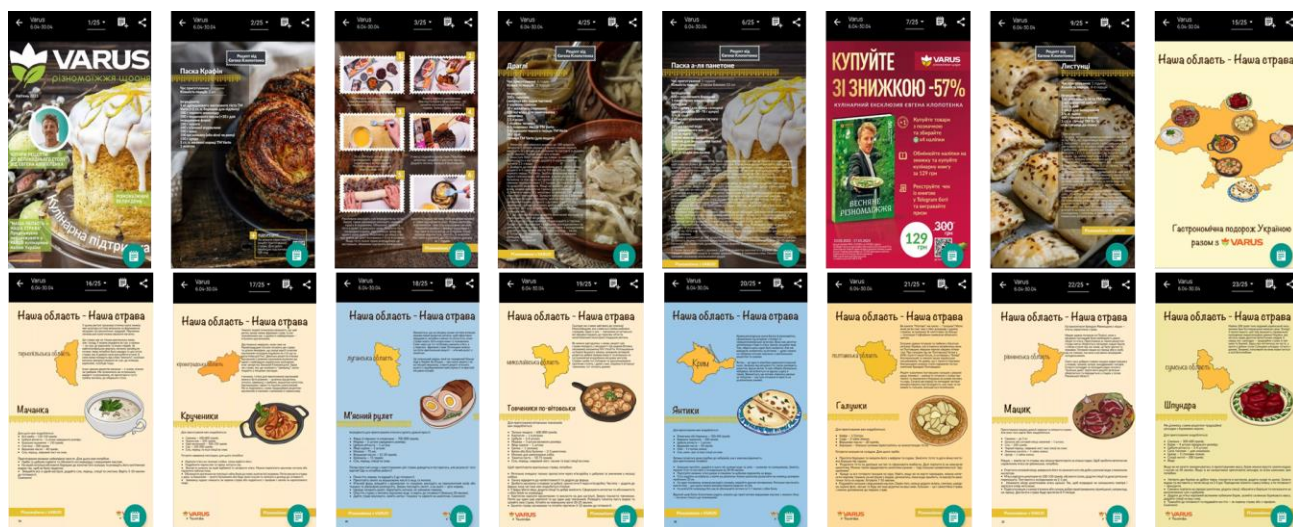
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ У VLIX UKRAINE

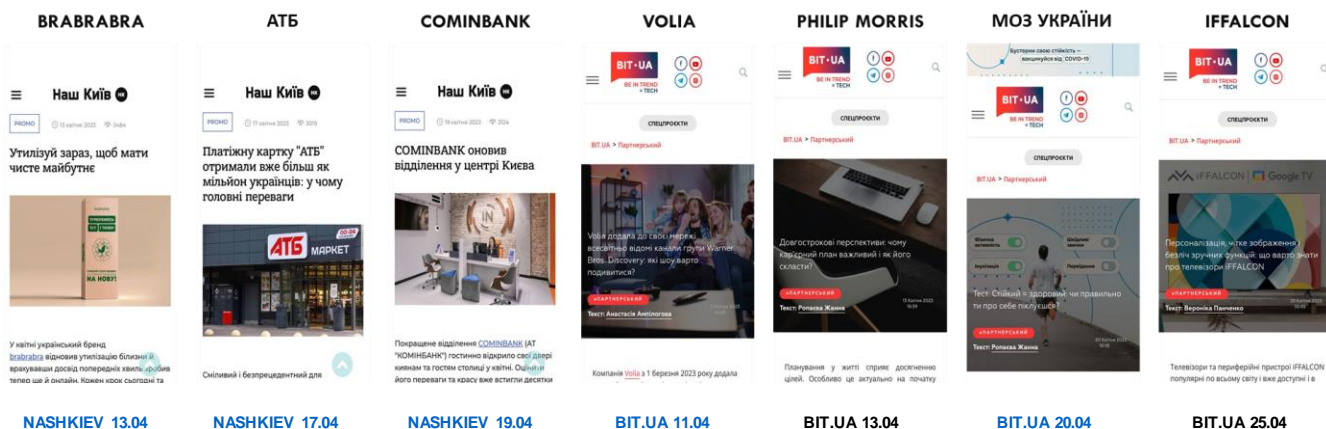
У квітні в додатку Vlix Ukraine вийшов четвертий випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проєкту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus були зібрані рецепти до великоднього столу.



Партнерство

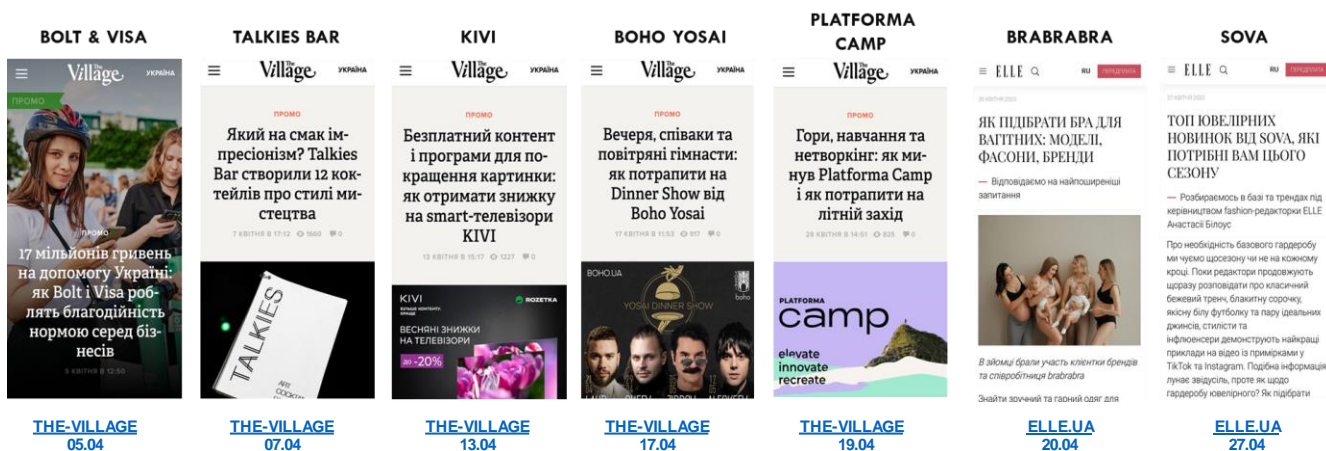
BRABRABRA / АТБ / COMINBANK / VOLIA / PHILIP MORRIS / МОЗ УКРАЇНИ / IFFALCON: NASHKIEV.UA & BIT.UA

У квітні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua та bit.ua: 1) "У квітні український бренд brabrabra відновив утилізацію білизни й врахувавши досвід попередніх хвиль зробив тегер ще й онлайн." (BRABRABRA_13.04); 2) "Платіжну картку "АТБ" отримали вже більш як мільйон українців" (АТБ_17.04); 3) "COMINBANK гостинно відкрило свої двері киянам та гостям столиці у квітні." (COMINBANK_19.04); 4) "Volia додала до своєї мережі в усьому світі відомі канали групи Warner Bros." (VOLIA_11.04); 5) "Будуй свою кар'єру разом з Philip Morris." (PHILIP MORRIS_13.04); 6) "Тест. Стійкий = здоровий: чи правильно ти про себе піклуєшся?" (МОЗ УКРАЇНИ_20.04); 7) "Телевізори та периферійні пристрої IFFALCON популярні по всьому світу і вже доступні і в Україні." (IFFALCON_25.04).



BOLT & VISA/ TALKIES BAR/ KIVI/ BOHO YOSAI/ PLATFORMA CAMP/BRABRABRA / SOVA: THE-VILLAGE.COM.UA & ELLE.UA

У квітні вийшли такі партнерські матеріали на elle.ua та the-village.com.ua: 1) " Bolt і Visa пожертвували на допомогу Україні 17 мільйонів гривень. Це стало можливим завдяки українцям, які активно продовжують користуватися сервісами." (BOLT & VISA_05.04); 2) "Подільський коктейльний бар Talkies Bar створив нове меню, натхненне мистецькими напрямками. 20% прибутку від кожного коктейлю з авторського меню передаватимуть у фонд допомоги армії Shields Ukraine." (TALKIES BAR_07.04); 3) "Європейський бренд smart-телевізорів KIVI запустив знижки до 20% на нову продуктову лінійку. Акція триватиме до кінця квітня." (KIVI_13.04); 4) "Ресторан Boho Yosai презентує ексклюзивне Dinner Show." (BOHO YOSAI_17.04); 5) "Навчання та нетворкінг: як минув Platforma Camp і як потрапити на літній захід" (PLATFORMA CAMP_28.04); 6) "Як підібрати бра для вагітних" (BRABRABRA_20.04); 7) "Топ ювелірних новинок від SOVA, які потрібні вам цього сезону" (SOVA_27.04).



Партнерство

ПАРТНЕРСТВО З НОВА ПОШТА

INSTAGRAM



[MAUDAU](#)

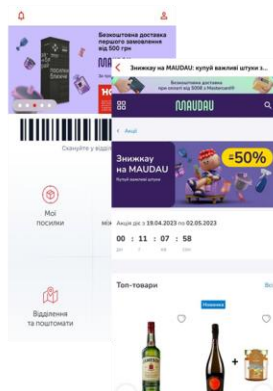


[PETHOUSE](#)

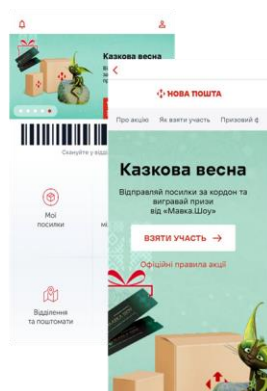


[ESTRO](#)

ЗАСТОСУНОК



[MAUDAU](#)



[МАНКА ШОУ](#)

ПАРТНЕРСТВО COMFY ТА ПИСЬМЕННОКА АНТОНА ФРІДЛЯНДА

- Мережа магазинів побутової техніки та електроніки в Україні COMFY продовжує свою арт-колаборацію з київським письменником Антоном Фрідляндом. Цього разу автор написав для COMFY три короткі історії про те, що трапляється, коли даруєш родичам смартфон.
- Співпраця анонсувалася постами в соцмережах партнерів.

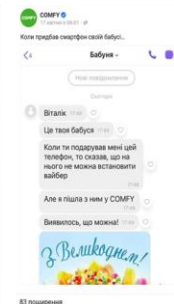
ПОСТИ FACEBOOK



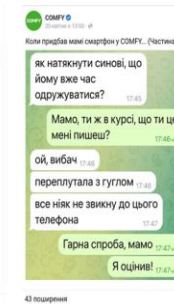
[ПИСЬМЕНИК](#)



[COMFY №1](#)



[COMFY №2](#)



[COMFY №3](#)

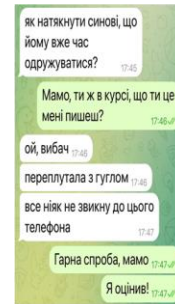
ОПОВІДАННЯ



[ПЕРШЕ](#)



[ДРУГЕ](#)



[ТРЕТЄ](#)

Special projects

INFOSHINA & PAYONEER & КШДУ: MEGOGO.NET

ДОБІРКА INFOSHINA



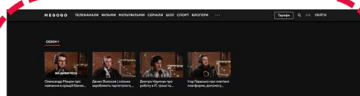
ПРОМО ВІДЕО



ПРОМО СЛАЙДЕР



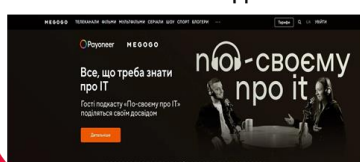
SPECIAL PROJECT PAYONEER



ПРОМО ВІДЕО



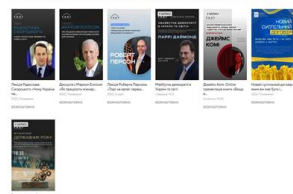
ПРОМО СЛАЙДЕР



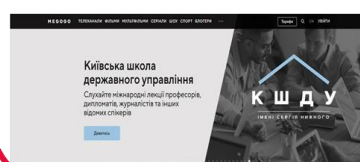
SPECIAL PROJECT КШДУ

ОСВІТНІЙ КОНТЕНТ

ЛЕКЦІЇ ВІД КІЇВСЬКОЇ ШКОЛИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ



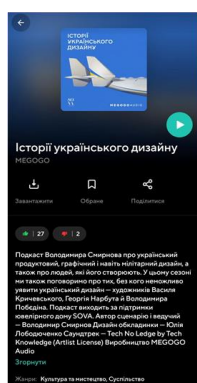
ПРОМО СЛАЙДЕР



MEGOGO AUDIO ЗА ПІДТРИМКИ ЮВЕЛІРНОГО ДОМУ SOVA ЗАПУСТИВ ПОДКАСТ "ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ"

- Ювелірний дім SOVA, MEGOGO Audio та Володимир Смирнов презентували подкаст "Історії українського дизайну". Де йтиметься про український дизайн та людей, які зробили великий внесок в його розвиток. У подкасті з'явиться й випуск про найгучніші ювелірні колаборації та благодійні проекти українського ювелірного бренду SOVA.
- Партнери опублікували новину у соцмережах та на сайті, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



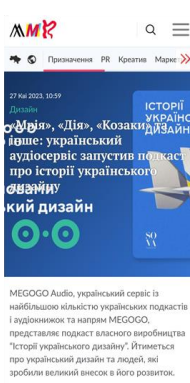
ПОДКАСТ



SOVAJEWELS.COM



ПОСТ IG



MMR.UA

PR ПУБЛІКАЦІЇ



THE-VILLAGE



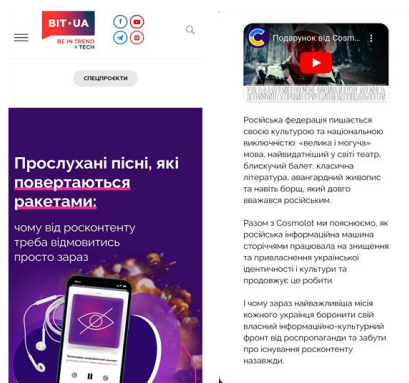
BAZILIK.MEDIA

Special projects

COSMOLOT: BIT.UA, "ПІСНІ, ЯКІ ПОВЕРТАЮТЬСЯ РАКЕТАМИ"

- Bit.ua разом з Cosmolot запустили спецпроект "Прослухані пісні, які повертаються ракетами", в якому пояснили, як російська інформаційна машина сторіччями працювала на знищення та привласнення української ідентичності і культури та продовжує це робити. І чому зараз найважливіша місія кожного українця боронити свій власний інформаційно-культурний фронт від роспропаганди та забути про існування росконтенту назавжди.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах bit.ua.

КРЕАТИВ

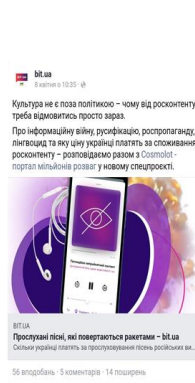


[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО НА РЕСУРСАХ BIT.UA



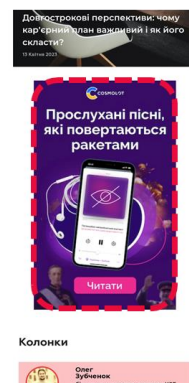
[ВІДЕО УТ](#)



[ПОСТ FB](#)



[ПОСТ IG](#)

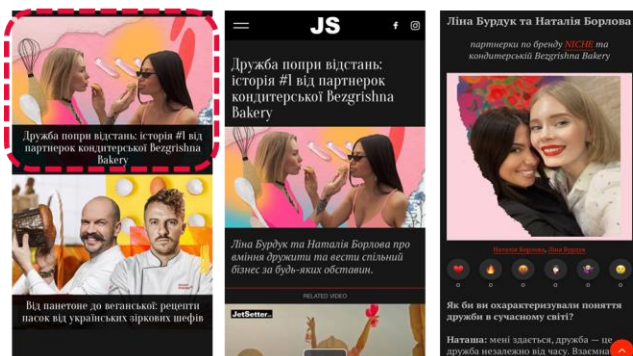


[БАНЕР-АНОНС](#)

SAN MARE: JETSETTER.UA, "ДРУЖБА ПОПРИ ВІДСТАНЬ"

- Jetsetter.ua разом з брендом італійського ігристого San Mare, в рамках спецпроекту "Дружба попри відстань", діляться історіями українських дівчат, які, незважаючи на те, що опинилися в різних країнах та навіть на різних континентах, зуміли не лише не зруйнувати, але й посилити свій зв'язок. У квітні вийшло 2 історії: від партнерок кондитерської Bezgrishna Bakery Ліни Бурдук та Наталії Борлової (історія №1) та від співвласниць бізнес-кейтерингу BOTANICA Наталії Павлючок і Анастасії Харитонської (історія №2).
- Додатково проєкт анонсувався на сайті jetsetter.ua.

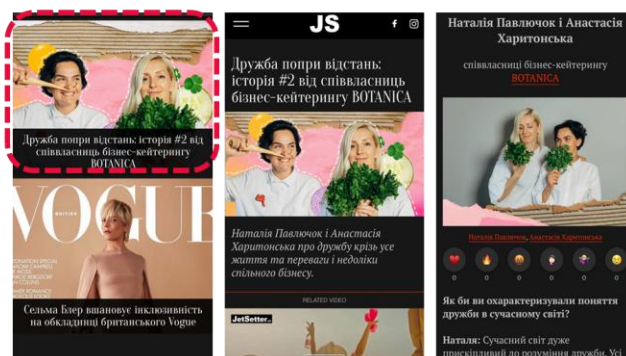
ІСТОРІЯ №1



[АНОНС](#)

[МАТЕРІАЛ_JETSETTER.UA](#)

ІСТОРІЯ №2



[АНОНС](#)

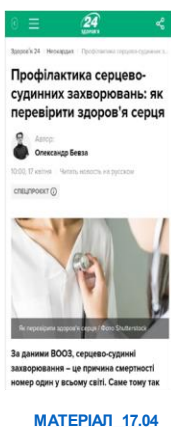
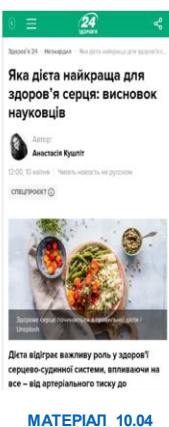
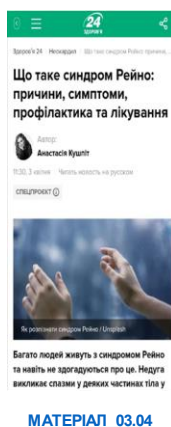
[МАТЕРІАЛ_JETSETTER.UA](#)

Special projects

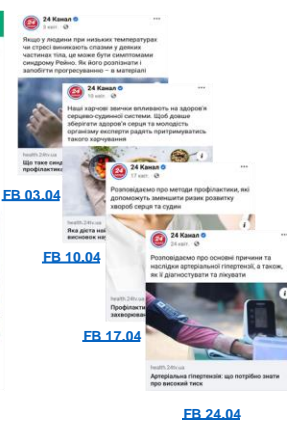
НЕОКАРДИЛ: 24TV.UA, "ЗДОРОВЕ СЕРЦЕ"

- 24TV.UA разом з брендом Неокардил у квітні в рамках спецпроєкту "Здорове серце" запустили серію матеріалів: 1) Що таке синдром Рейно: причини, симптоми, профілактика та лікування (03.04); 2) Яка дієта найкраща для здоров'я серця: висновок науковців (10.04); 3) Профілактика серцево-судинних захворювань: як перевірити здоров'я серця (17.04); 4) Артеріальна гіпертензія: що потрібно знати про високий тиск (24.04).
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24 Каналу.

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



ПРОМО ПРОЄКТУ



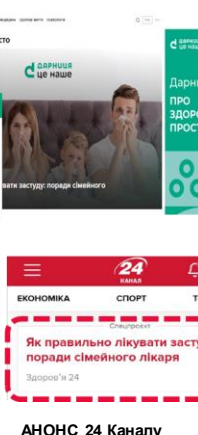
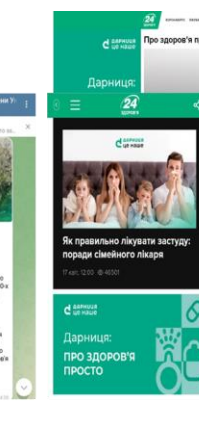
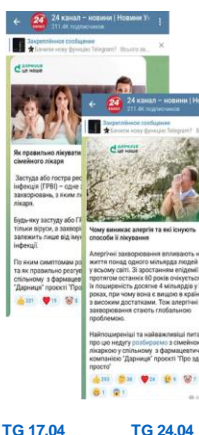
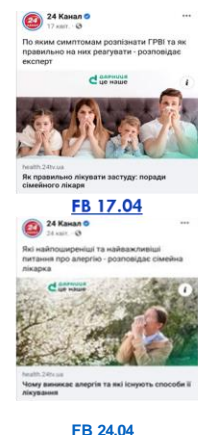
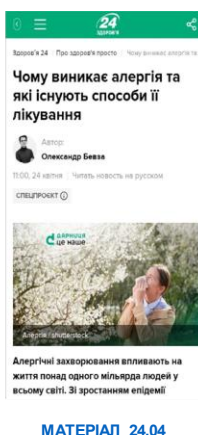
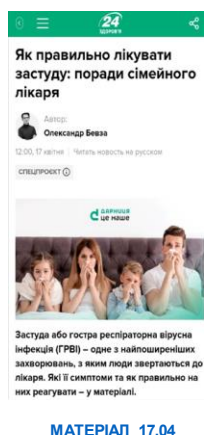
СТОРІНКА ПРОЄКТУ



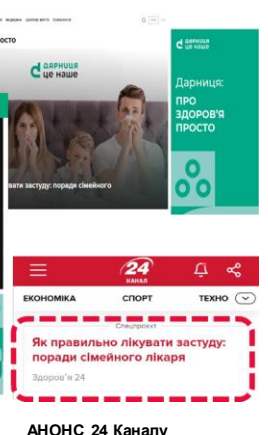
ДАРНИЦЯ: 24TV.UA, "ПРО ЗДОРОВ'Я ПРОСТО"

- 24TV.UA спільно з партнером фармацевтичної компанії "Дарниця" в рамках спецпроєкту "Про здоров'я просто" вирішили відповісти на поширені питання українців в серії ПР матеріалів.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24 Каналу.

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



СТОРІНКА ПРОЄКТУ

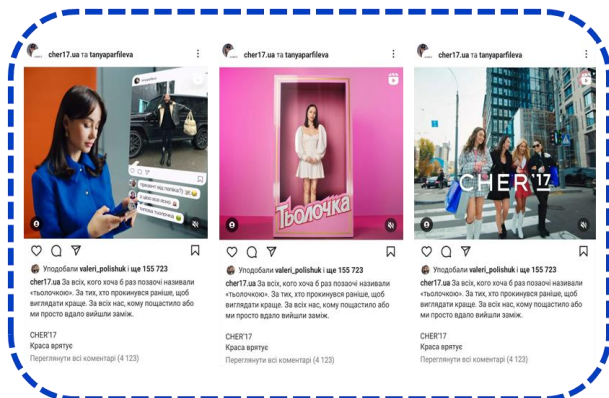


Special projects

БРЕНД ОДЯГУ CHER17 ВИПУСТИВ КАМПАНІЮ ПРО "ТЬОЛОЧОК"

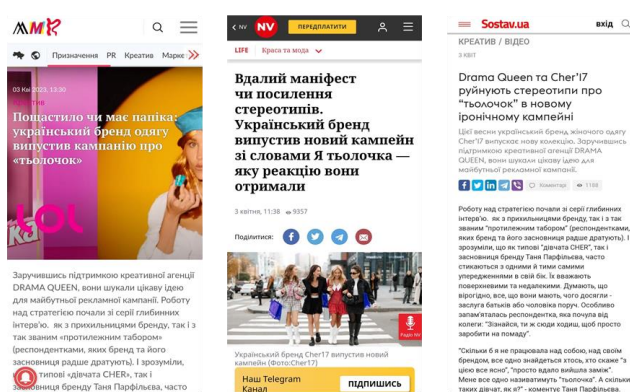
- Український бренд жіночого одягу Cher'17, за підтримки креативної агенції DRAMA QUEEN, презентував нову кампанію із ключовим меседжем "Краса врятує", в якому показали, як жінки самостійно вибудовують своє життя та досягають успіху без сторонньої допомоги. У ролик узялася власниця бренду, відома блогерка Тетяна Парфільєва та інші інфлюенсерки: Дарія Квіткова, Тетяна Самбурська та Міла Сівацька. Рекламна кампанія підсилюється оффлайн площинами в Києві.
- Новина була опублікована в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[ПОСТ INSTAGRAM](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)

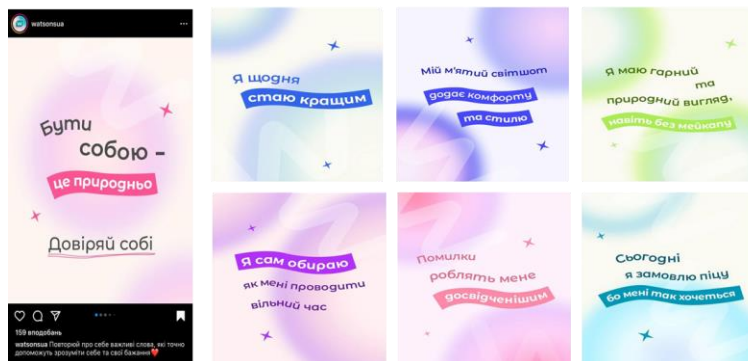
[LIFE.NV.UA](#)

[SOSTAV.UA](#)

НОВА КАМПАНІЯ "ДОЗВОЛЬ СОБІ БУТИ" ВІД WATSONS

- Мережа магазинів косметики й товарів для здоров'я "Watsons" запустила проект "Дозволь собі бути". Його мета – допомогти клієнтам бренда стати собою, полюбити свої унікальні риси й не боятися їх демонструвати. У соціальних мережах Watsons анонсуватимуть марафони та спільні обговорення різноманітних тем для пізнання себе та вивчення нового. На YouTube-каналі бренда можна буде знайти практичні поради від експертів і цікаві розмови, наприклад, щодо ставлення літніх людей до життя, краси та сучасних трендів.
- Новина була опублікована в соцмережах бренда, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

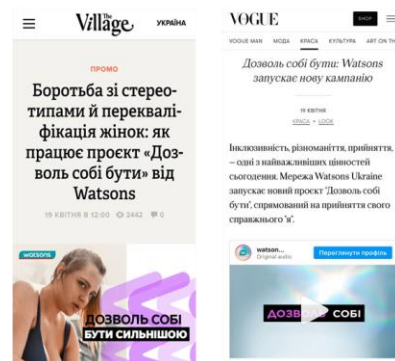
НОВИНА ТА КРЕАТИВ



[ПОСТ INSTAGRAM](#)

[ПОРАДИ](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](#)

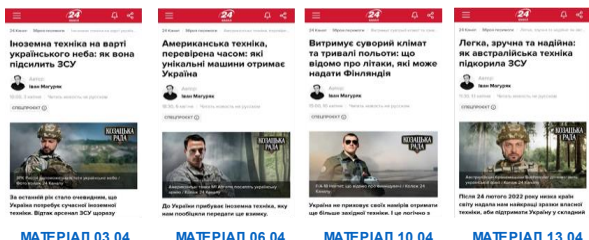
[VOGUE.UA](#)

Кампанії військової тематики

КОЗАЦЬКА РАДА: 24TV.UA, "ЗБРОЯ ПЕРЕМОГИ"

- 24TV.UA спільно з мужнім брендом Козацька Рада в квітні продовжують серію публікацій в рамках спецпроекту "Зброя перемоги", в яких розкривається більше цікавих деталей про зброю, що вже допомагає українським військовим на полі бою. Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24 Каналу (Telegram [пост 03.04](#); [пост 06.04](#); [пост 11.04](#); [пост 13.04](#); [пост 17.04](#); [пост 20.04](#); [пост 25.04](#); [пост 27.04](#)).

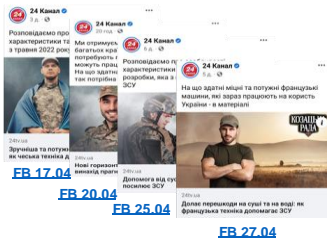
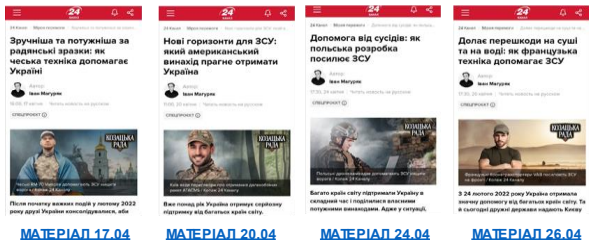
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



ПРОМО ПРОЄКТУ



СТОРІНКА ПРОЄКТУ

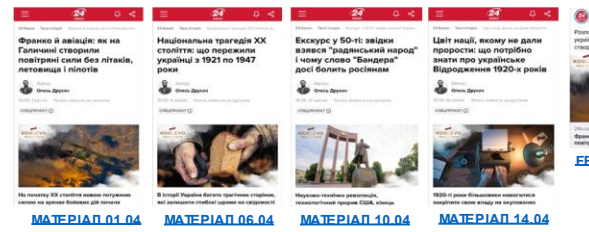


БАНЕР НА САЙТІ 24 КАНАЛУ

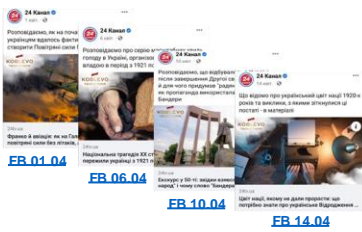
КОВЛЕВО: 24TV.UA "ТВОЯ ІСТОРІЯ"

- 24TV.UA спільно з партнером KOBLEVO в квітні продовжує серію публікацій в рамках спецпроекту "Твоя історія". Даний проєкт допомагає подивитися на історію України з різних ракурсів, щоб ще раз переконатися, що за плечима кожного українця прихована унікальна історія, якою варто пишатися.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24 Каналу (Telegram [пост 01.04](#); [пост 06.04](#); [пост 10.04](#); [пост 14.04](#); [пост 19.04](#); [пост 24.04](#); [пост 28.04](#); [пост 29.04](#)).

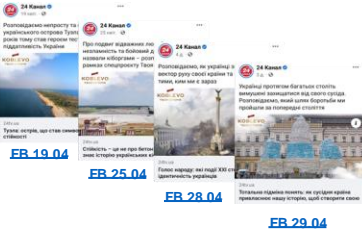
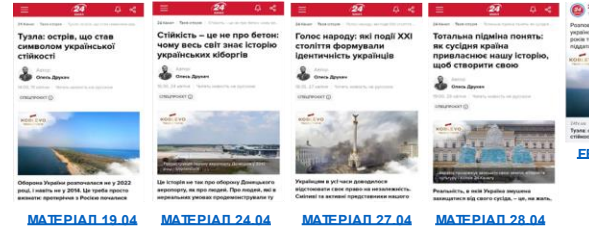
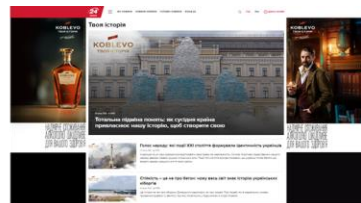
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



ПРОМО ПРОЄКТУ



СТОРІНКА ПРОЄКТУ

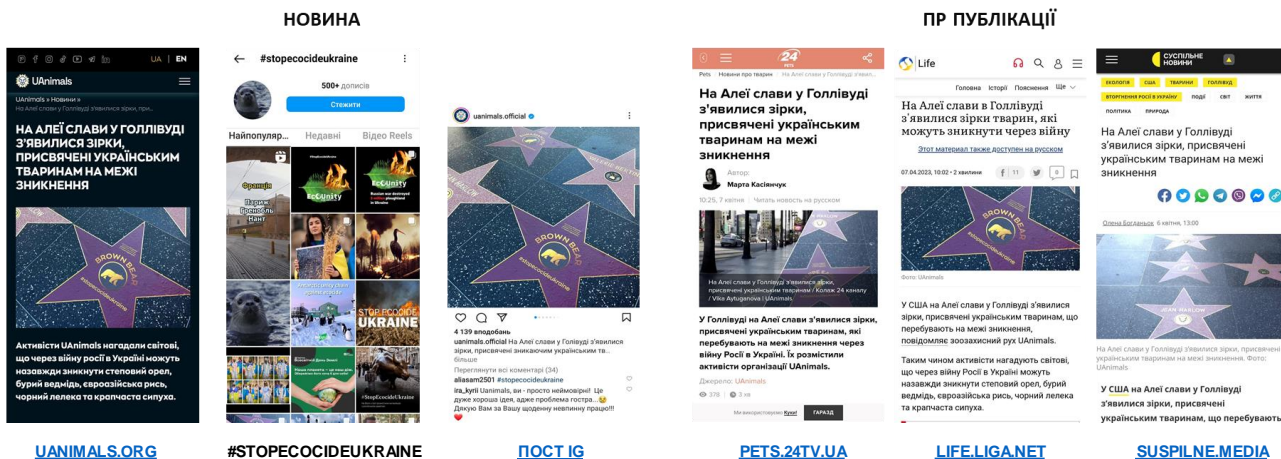


БАНЕР НА САЙТІ 24 КАНАЛУ

Кампанії військової тематики

У ГОЛЛІВУДІ НА АЛЕЇ СЛАВИ З'ЯВИЛИСЯ ЗІРКИ ВІД UANIMALS

- UAnimals в рамках міжнародної кампанії #StopEcosideUkraine, яка покликана притягнути росію до відповідальності за екологічні злочини під час війни в Україні, тимчасово розмістили на Алеї слави у Голлівуді зірки, присвячені українським тваринам на межі зникнення. Підтримати ініціативу та діяльність UAnimals можна [за посиланням](#).
- UAnimals опублікували новину на сайті та у соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.



У "ДІІ" З'ЯВИЛАСЯ ГРА "АРМІЯ ДРОНІВ"

- У "Дії" з'явилася нова гра "Армія дронів", де можна стати оператором дрона, нищити російську техніку, а також задонатити на ЗСУ. Щоб пограти в нову гру, необхідно оновити застосунок. Гра розташована у розділі "Послуги", між підрозділом "Опитування" та "Пошкоджене майно".
- Новина була опублікована в соцмережах представників "Дія", а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

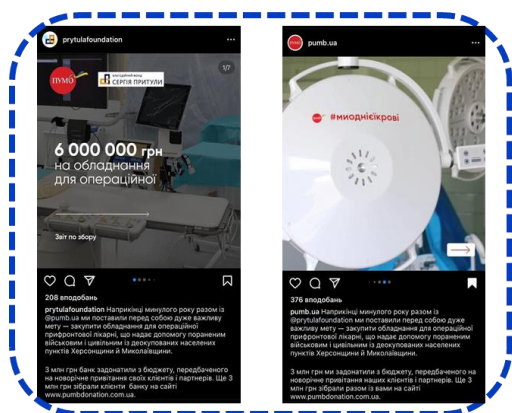


Кампанії військової тематики

ПУМБ РАЗОМ ІЗ БФ СЕРГІЯ ПРИТУЛИ ОБЛАДНАЛИ ПРИФРОНТОВУ ОПЕРАЦІЙНУ

- У грудні 2022 року команда ПУМБ вирішила спрямувати весь бюджет, передбачений на новорічне привітання клієнтів та партнерів, на порятунок життя українців. Партнером ініціативи виступив Благодійний фонд Сергія Притули, який давно зарекомендував себе як відповідальна організація. У квітні ПУМБ із фондом Притули надали повний звіт та фотографії обладнаної операційної, який можна переглянути на [сайті](#).
- Новина була опублікована в соцмережах брэнда та фонду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

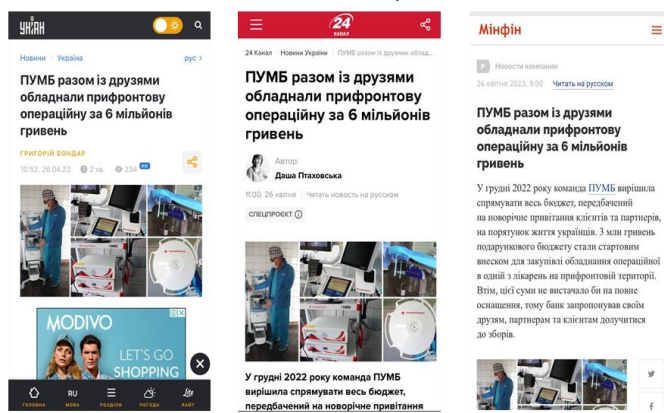
НОВИНА



ПОСТ IG БФ

ПОСТ IG ПУМБ

PR ПУБЛІКАЦІЇ



UNIAN.UA

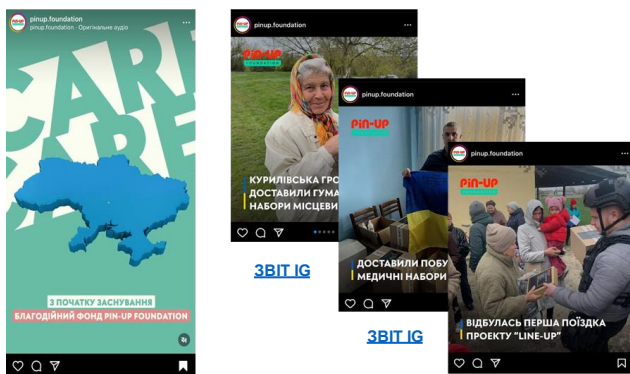
24TV.UA

MINFIN.COM.UA

БФ PIN-UP FOUNDATION ЗАПУСТИВ ГУМАНІТАРНИЙ ПРОЄКТ LINE-UP

- Благодійний фонд PIN-UP Foundation запустив гуманітарний проект LINE-UP для швидкої допомоги українцям у прифронтових містах. Професійні волонтери закуповують необхідні товари, вибудовують найбезпечніший маршрут і розвозять гуманітарну допомогу по прифронтовим містам України. Волонтери Фонду ведуть фіксацію своїх активностей у рамках проекту. Спостерігати за нею можна на сторінці PIN-UP Foundation в [Instagram](#).
- Новина була опублікована в соцмережах фонду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

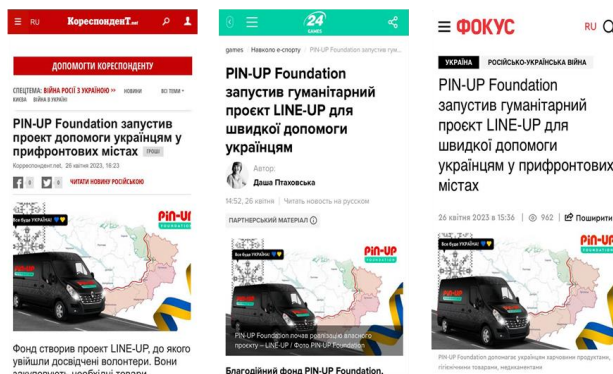
НОВИНА



НОВИНА

ЗВІТ IG

PR ПУБЛІКАЦІЇ



KORRESPONDENT.NET

24TV.UA

FOCUS.UA

Кампанії військової тематики

БЛАГОДІЙНА КАМПАНІЯ UNITED24 ТА ОБ'ЄДНАННЯ PONAD

- Українські митці з творчого об'єднання Ponad до Великодня зробили з відстріляних гільз писанки. Це благодійна кампанія United24 зі збору на розвідувальні БПЛА для ЗСУ. Усього створили п'ять видів писанок, кожна з яких представляє один тимчасово окупований регіон України: Луганську, Донецьку, Запорізьку, Херсонську області та Крим.
- Партнери опублікували новину у соцмережах та на сайті, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[U24.GOV.UA](https://u24.gov.ua)



[POST.IG](https://www.instagram.com/post_ig)

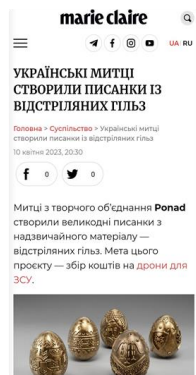


[PONAD.IG](https://www.instagram.com/ponad_ig)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](https://www.the-village.com.ua)



[MARIECLAIRE.UA](https://www.marieclaire.ua)



[NASHKIEV.UA](https://www.nashkiev.ua)

YASNO & ORNER & MALIUNOK ВИПУСТИЛИ БЛАГОДІЙНИЙ ПАЗЛ

- YASNO у співпраці з українським виробником настільних ігор ORNER запустила у продаж благодійний пазл "Як українці з відключеннями світла боролись". Прибуток від продажу відправлять у фонд "Повернись живим". Ціль – зібрати 1000000 гривень. Ціна пазлу – 300 гривень. Заповнити пазл можна [за посиланням](#).
- Партнери опублікували новину у соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[POST.IG](https://www.instagram.com/post_ig)



[POST.TWITTER](https://www.instagram.com/post_twitter)

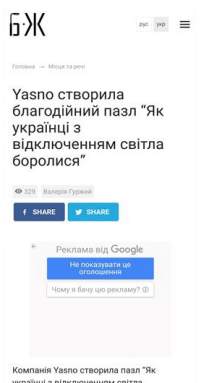


[BOT.IG](https://www.instagram.com/bot_ig)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



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



[BZH.LIFE](https://www.bzh.life)



[DELO.UA](https://www.delo.ua)

Благодійні кампанії

SOCAR & КАТЕРИНА ОСАДЧА & БФ "ТВОЯ ОПОРА": БЛАГОДІЙНИЙ ПРОЄКТ "ДІМ ДЛЯ ДІТЕЙ"

- У рамках проекту "Дім для дітей" SOCAR, благодійний фонд "Твоя опора" та Катерина Осадча збирають кошти на будинок для сім'ї, яка виховує дітей-сиріт. Приєднатися до проекту можна зробивши благодійний внесок у додатку SOCAR чи на платформі Твоя опора. Також SOCAR збиратиме кошти з продажу напоїв у спеціальних горнятках та брендovanого мерчу.
- Партнери опублікували новину у соцмережах та на сайті, а деякі медіа додатково розмістили ПР публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



Оголошуємо збір коштів на житло для дітей-сиріт

Разом з благодійним фондом "Твоя опора" та Катериною Осадчою у співпраці з радичево-управліннями Президента України з прав дитини та дитячої реабілітації Дарією Гарасимчук ми оголошуємо збір коштів на будинок для сім'ї, яка виховує дітей-сиріт. Ця особняк потребує нашого допомогу, адже її житло було зруйноване.

"Всі разом ми можемо допомогти тим, хто втратив свій дім, адже кожна дитина потребує захистного покриття. І в разі, що немає перспективи з SOCAR "Твоя опора" призначено саме дітям. Увійти – це просто купити заставку наву у благодійному горнячку, а насправді – робити внесок у майбутнє України", – каже Катерина Осадча.

"Ми дуже хочемо, щоб українські діти будували плани, мрії, завдали нових друзів і перебували себе у безпеці. Підтримати такі ініціативи означає захистити проєкт "Дім для дітей", – розповідає Валерія Таранюк, засновниця БФ "Твоя опора". – Минулого року, менше як за місяць, було зібрано 3,7 млн гривень.



Оголошуємо збір коштів на житло для дітей-сиріт

"Тепер ти вдома". Ми мріємо, щоб ці слова почула кожна дитина, яка через війну залишилася без батьківської опіки. Сьогодні втрачено мільйони і забуті історії – це найгірше через це доводиться пережити маленьким українцям. Нині майже 70 тисяч дітей-сиріт потребують батьківського опікування. Більшість з них перебувають у родинах, які довгошу втрачували російської бомби. В наші в вами силах допомогти – підтримати новий



2 099 уподобано

kosadcha Ми купуємо ще одні дім для дітей...

Прогнозуємо всі коментарі (19)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



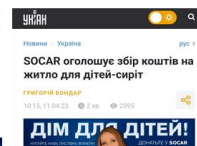
SOCAR, Катерина Осадча та БФ "Твоя опора" оголошили збір коштів на житло для дітей-сиріт

Лише перевірена інформація в нас у Telegram каналі (@obozrevatel) та Xiber. Не ведіться на фейки!



SOCAR оголошує збір коштів на житло для дітей-сиріт

Компанія SOCAR, благодійний фонд «Твоя опора» та Катерина Осадча у співпраці з радичево-уповноваженою Президента України з прав дитини та дитячої реабілітації Дарією Гарасимчук оголошують збір коштів на будинок для сім'ї, яка виховує дітей-сиріт.



SOCAR оголошує збір коштів на житло для дітей-сиріт

Близько 300 дитячих будинків сімейного типу втратили своє житло.

SOCAR.UA

TVOYA-OPORA

OSADCHA IG

OBOZREVATEL

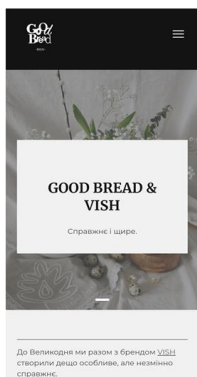
TSN.UA

UNIАН.UA

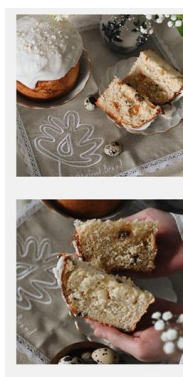
GOOD BREAD ТА VISH СТВОРИЛИ БЛАГОДІЙНІ ВЕЛИКОДНІ НАБОРИ

- Пекарня Good bread створила великодні набори у колаборації з брендом VISH. 100% від їхнього прибутку підуть на "підвішені паски" для жителів прифронтових територій. До Великодня Good bread та VISH зробили набір з вершковою паскою та вишитою серветкою.
- Партнери опублікували новину у соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



GOODBREAD.COM.UA

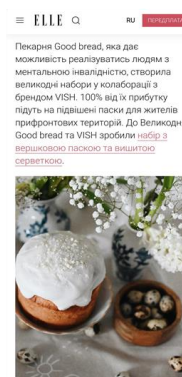


POST IG



ELLE.UA

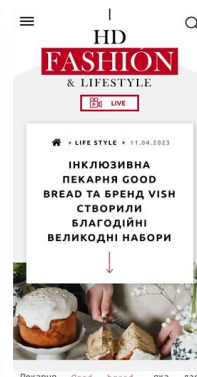
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



MARIECLAIRE.UA



HDFASHION.TV



Ситуаційні рекламні кампанії

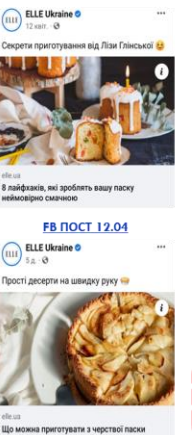
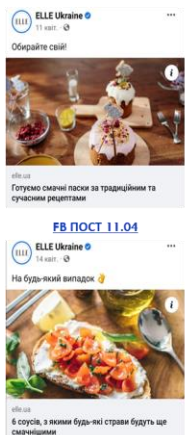
BUNGE ("ОЛЕЙНА"): ELLE.UA, "СПЕЦТЕМА: ВЕЛИКОДНІЙ СТІЛ"

- Elle.ua разом з брендом "Олейна" в рамках спецпроекту "Спецтема: Великодній стіл" запустили серію PR-публікацій з рецептами до Великодня.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах elle.ua.

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

ПРИКЛАДИ ПРОМО



[МАТЕРІАЛ 13.04](#)

[МАТЕРІАЛ 21.04](#)

[FB ПОСТ 14.04](#)

[FB ПОСТ 21.04](#)

[АНОНС ELLE.UA](#)

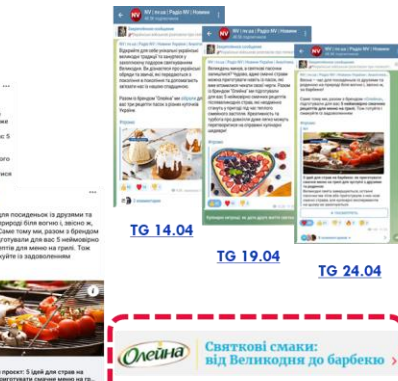
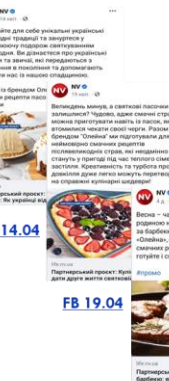
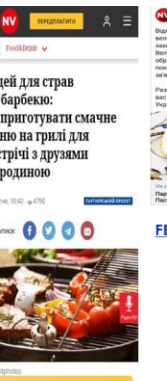
BUNGE ("ОЛЕЙНА"): NV.UA, "СВЯТКОВІ СМАКИ: ВІД ВЕЛИКОДНЯ ДО БАРБЕКЮ"

- NV.ua разом з брендом "Олейна" в рамках спецпроекту "Святкові смаки: від Великодня до барбекю" запустили серію PR-публікацій з рецептами до Великодня.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах nv.ua.

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

ПРИКЛАДИ ПРОМО



[МАТЕРІАЛ 16.04](#)

[МАТЕРІАЛ 20.04](#)

[МАТЕРІАЛ 24.04](#)

[FB 24.04](#)

[БАНЕР НА NV.UA](#)

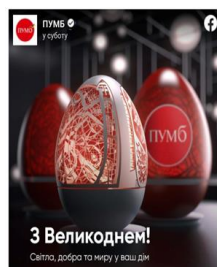
Ситуаційні рекламні кампанії

ДОБІРКА ВЕЛИКОДНЬОЇ КОМУНІКАЦІЇ БРЕНДІВ

ОЩАДБАНК



ПУМБ



ЕПІЦЕНТР



NOVUS



СІЛЬПО



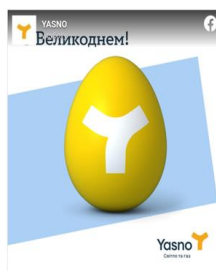
ОККО



WOG



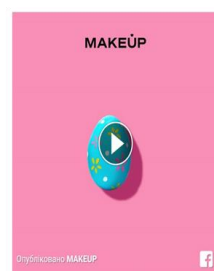
YASNO



ROBOTA.UA

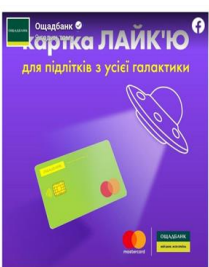


MAKEUP



МЕМИ ВІД БРЕНДІВ ПРО НАСТУП ІНОПЛАНЕТЯН

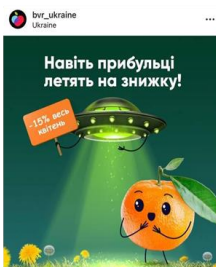
ОЩАДБАНК



ПУМБ



BYR UKRAINE



УКРПОШТА



COMFY



КІВІСТАР



MCDONALD'S



DODO SOCKS



ELMIR.UA



PROM.UA



Поточні рекламні кампанії

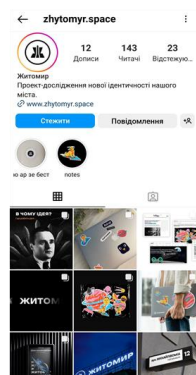
ПРОЄКТ РЕБРЕНДИНГУ МІСТА ЖИТОМИР

- Бренд-стратег із Житомира Кирило Онацький презентував альтернативну айдентичку міста, яку він розробив на честь українського конструктора космічних кораблів Сергія Корольова. Брендінг пропонують житомирянам для вільного користування. "Цей проєкт про мрійників і про те, що все можливо. Навіть якщо ти народився в Житомирі", – каже автор айдентики.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах проєкту, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

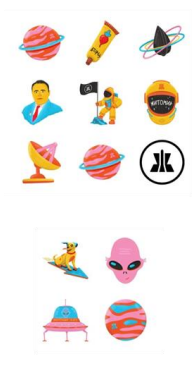
КРЕАТИВ



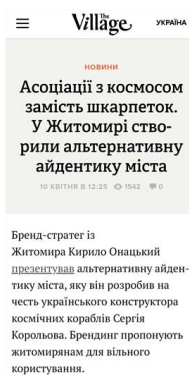
[ZHYTOMYR.SPACE](#)



[СТОПІНКА IG](#)

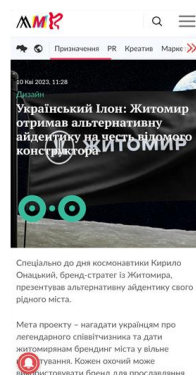


[STICKERS TG](#)

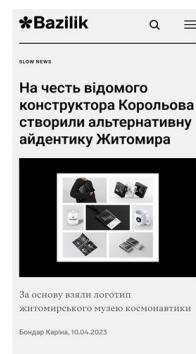


[THE-VILLAGE](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)

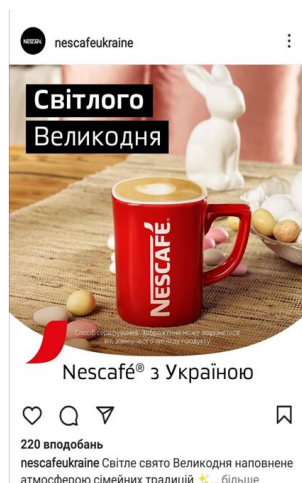


[BAZILIK.MEDIA](#)

NESCAFÉ: SMM, ПОСТИ INSTAGRAM



[ПОСТ IG 10.04](#)



[ПОСТ IG 14.04](#)



[ПОСТ IG 21.04](#)



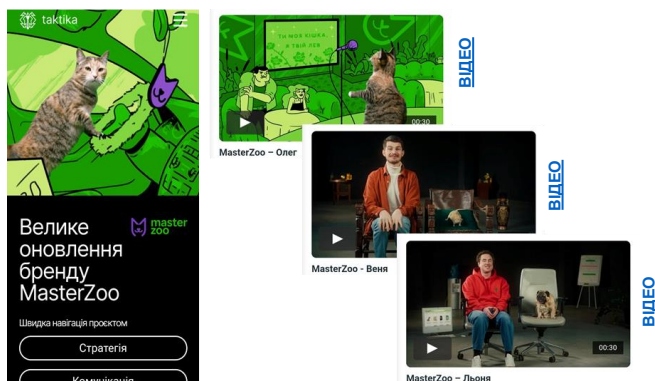
[ПОСТ IG 26.04](#)

Поточні рекламні кампанії

MASTERZOO ПРЕДСТАВИВ ПЕРШУ ВЕЛИКУ КАМПАНІЮ НА UA РИНКУ

- Спільно з агентством Тактика український бренд-лідер в категорії зоорітейлу MasterZoo зробив рестайлінг айдентики, представив нову бренд-стратегію та першу велику рекламну кампанію на українському ринку.
- Тактика Agency опублікували новину на сайті та в соцмережах, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

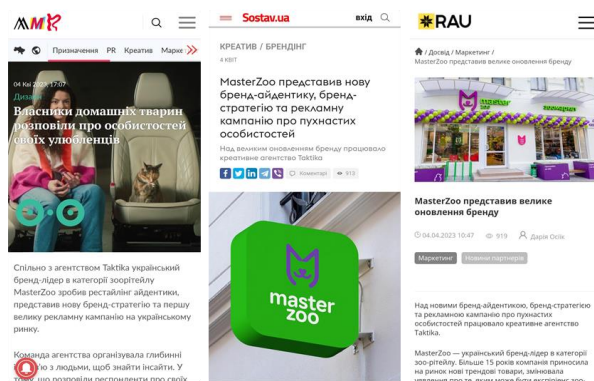
ТАКТИКА.AGENCY



[НОВИНА](#)

[КРЕАТИВ](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)

[SOSTAV.UA](#)

[RAU.UA](#)

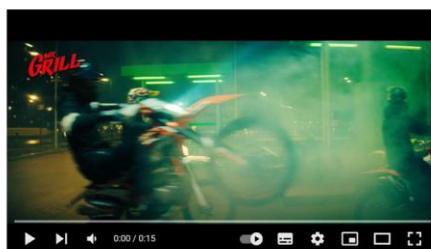
КАМПАНІЯ "ТІ САМІ ХОТ-ДОГИ З АЗК" ВІД MR.GRILL

Український бренд "Mr.Grill" запустив рекламну кампанію, щоб розповісти про свою історію, тривалість в 15 років, ключовим повідомленням якої є – "Ті самі хот-доги з АЗК". У рамках кампанії був знятий рекламний ролик тривалістю 30 секунд, який також адаптували під 15 та 6 секунд. Просування [найбільшої рекламної кампанії](#) за всю історію існування бренду "Mr.Grill", можна було побачити в інтернеті та на [носіях зовнішньої реклами](#).

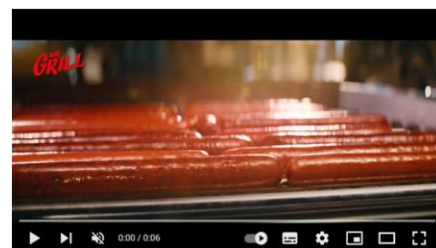
КРЕАТИВ



[РОЛИК 30 SEC](#)



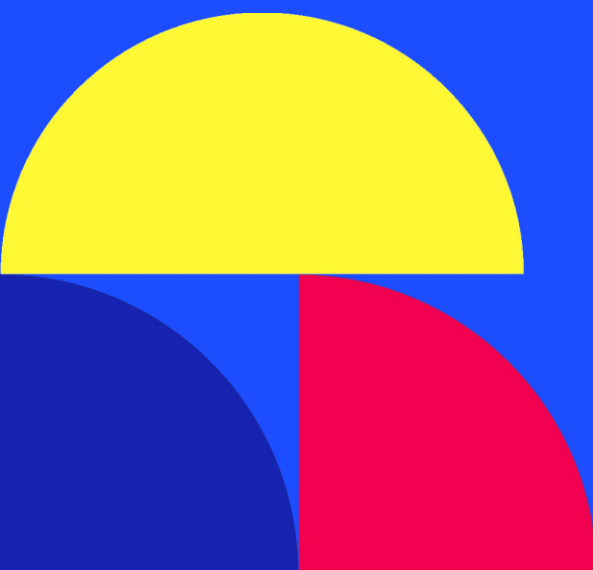
[РОЛИК 15 SEC](#)



[РОЛИК 6 SEC](#)

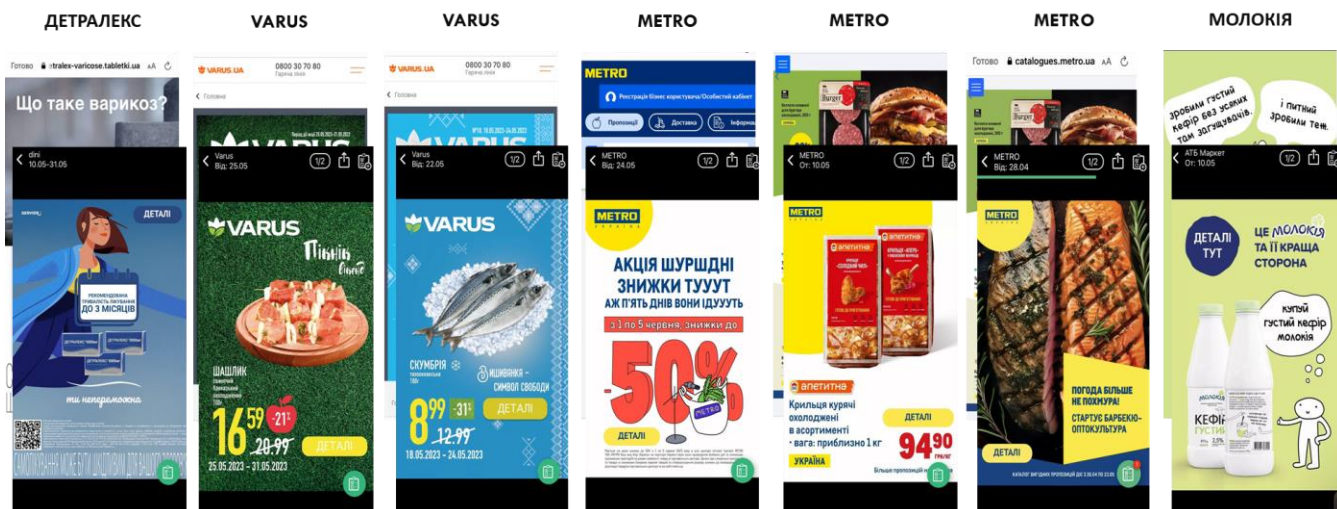


ТРАВЕНЬ



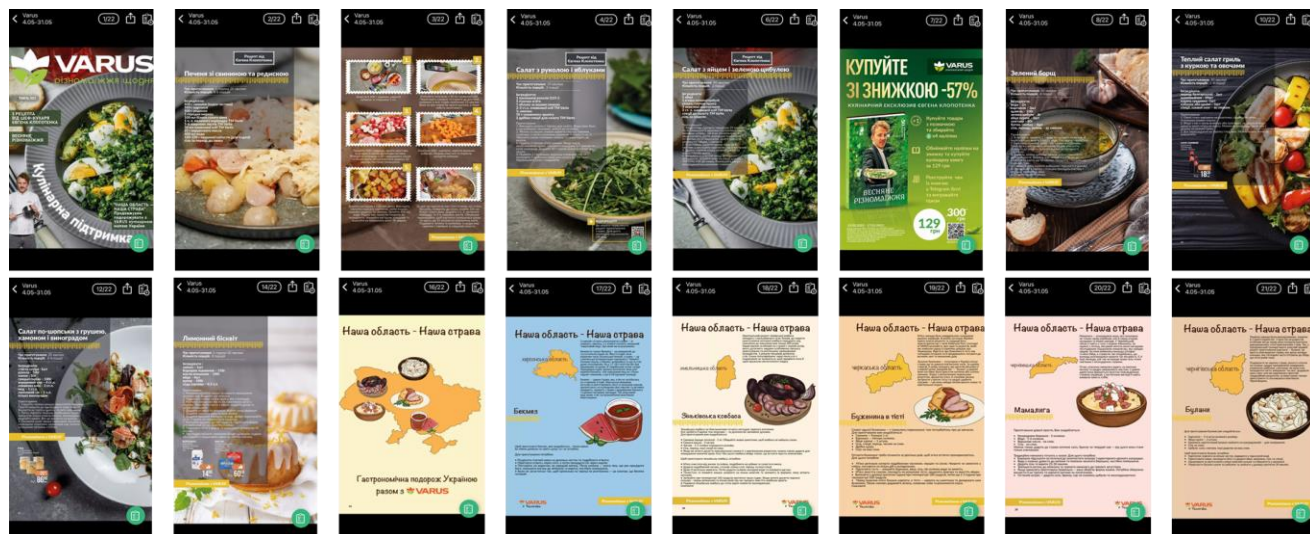
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ У VLIX UKRAINE

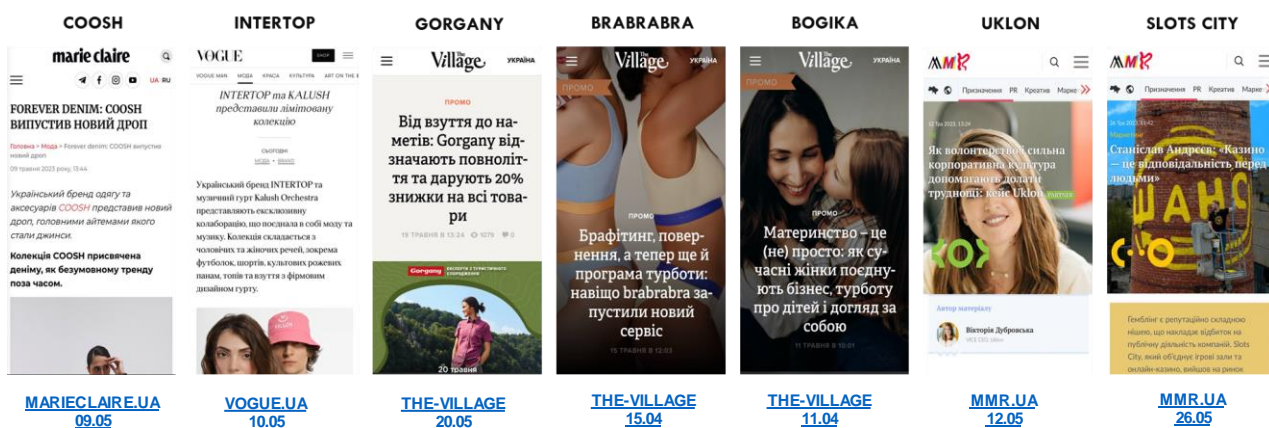
У травні в додатку Vlix Ukraine вийшов п'ятий випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проєкту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus були зібрані рецепти весняне різномайжжя.



Партнерство

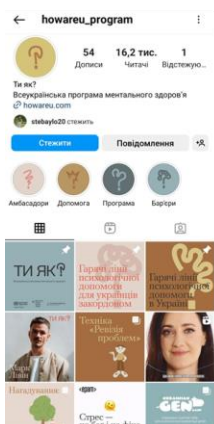
COOSH / INTERTOP / GORGANY / BRABRABRA / BOGIKA / UKLON / SLOTS CITY: MARIECLAIRE.UA & VOGUE.UA & MMR.UA & THE-VILLAGE.COM.UA

У травні вийшли такі партнерські матеріали на marieclaire.ua, vogue.ua, mmr.ua та the-village.com.ua: 1) "Український бренд одягу та аксесуарів COOSH представив новий дроп, головними айтемами якого стали джинси." ([COOSH, 09.05](http://COOSH.09.05)); 2) "Український бренд INTERTOP та музичний гурт Kalush Orchestra представляють ексклюзивну колаборацію." ([INTERTOP, 10.05](http://INTERTOP.10.05)); 3) "Від взуття до наметів: Gorgany відзначають повноліття та дарують 20% знижки на всі товари" ([GORGANY, 20.05](http://GORGANY.20.05)); 4) "Український бренд білизни brabrabra запустив нову програму задля більшої турботи про комфорт жінок під час підбору білизни як онлайн, так і офлайн." ([BRABRABRA, 15.04](http://BRABRABRA.15.04)); 5) "Бренд української натуральної косметики BOGIKA створив відеопроєкт до Дня матері." ([BOGIKA, 11.04](http://BOGIKA.11.04)); 6) "Як волонтерство і сильна корпоративна культура допомагають долати труднощі: кейс Uklon" ([UKLON, 12.05](http://UKLON.12.05)); 7) "Казино – це відповідальність перед людьми" ([SLOTS CITY, 26.05](http://SLOTS CITY.26.05)).

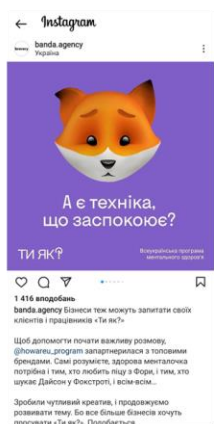


ПАРТНЕРСТВО ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ПРОГРАМИ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я "ТИ ЯК?", VANDA AGENCY ТА 6-ТИ БРЕНДІВ

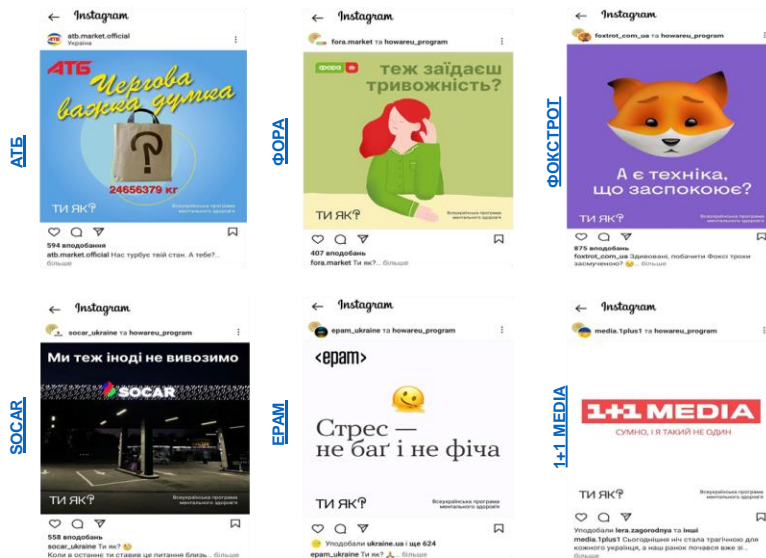
НОВИНА В INSTAGRAM



[СТОРІНКА "ТИ ЯК?"](#)



[ПОСТ BANDA AGENCY](#)



Партнерство

КОЛАБОРАЦІЯ БРЕНДІВ CHER17 & INTERTOP

- Fashion-ритейлер INTERTOP спільно з відомим українським масмаркет-брендом CHER'17, створеним лідерами думок Тетяною Парфільовою та Іваном Кришталем, об'єдналися та представили лімітовану колекцію взуття. Також бренди випустили спільний рекламний кампейн, у якому взяли участь відомі українські інфлюенсерки Анна Трінчер, Саша Бо і Таня Парфільєва.
- Новина була опублікована в соцмережах бренда, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

РЕКЛАМНИЙ СЕРІАЛ

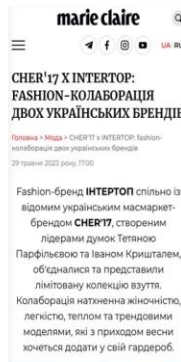


СЕРІЯ ПОСТІВ INSTAGRAM

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



VOGUE.UA



MARIECLAIRE.UA



ELLE.UA

КОЛАБОРАЦІЯ BICKERSTAFF.734 & УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ЛІДЕРСТВА & МЗС

- Українська креативна агенція Bickerstaff.734 разом з Українською академією лідерства і МЗС створили 50-кілограмову книгу "Злочин без покарання" на 6000 сторінок про злочини РФ в Україні, щоб привернути увагу до викрадення росіянами українських дітей. 6000 сторінок символізують 6000 дітей, яких викрали російські окупанти. Книжку презентують у НАТО, Європарламенті, Раді Європи, а також у Польщі, Німеччині, Франції, Бельгії та Австрії.
- Новина була опублікована в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА

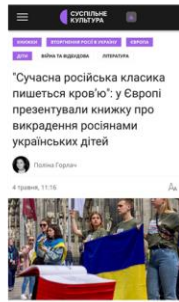


ПОСТ INSTAGRAM BICKERSTAFF.734 & UAL.UA



LIFE.LIGA.NET

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



SUSPILNE.MEDIA



BYKVU.COM

Special projects

JDE (L'OR) & KFC & FARMAC (ЕДЕМ): MEGOGO.NET

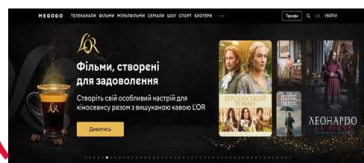
ДОБІРКА L'OR



ПРОМО ВІДЕО



ПРОМО СЛАЙДЕР



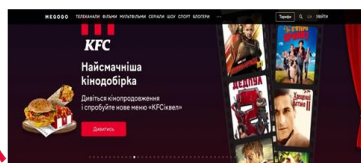
ДОБІРКА KFC



ПРОМО ВІДЕО



ПРОМО СЛАЙДЕР



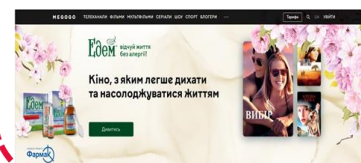
ДОБІРКА ЕДЕМ



ПРОМО ВІДЕО

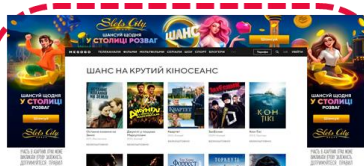


ПРОМО СЛАЙДЕР



SLOTS CITY & NATUBIOTIN & IQOS: MEGOGO.NET

ДОБІРКА SLOTS CITY



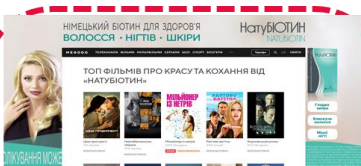
ПРОМО ВІДЕО



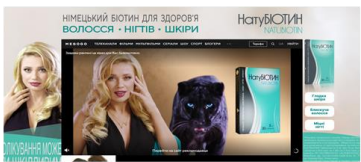
ПРОМО СЛАЙДЕР



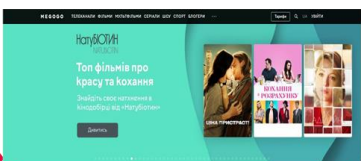
ДОБІРКА NATUBIOTIN



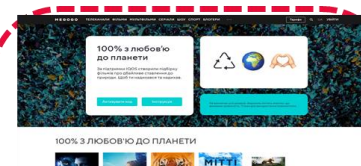
ПРОМО ВІДЕО



ПРОМО СЛАЙДЕР



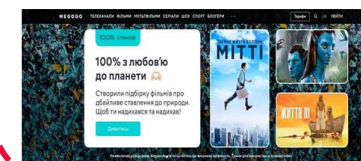
ДОБІРКА PROJECT IQOS



ПРОМО ВІДЕО



ПРОМО СЛАЙДЕР

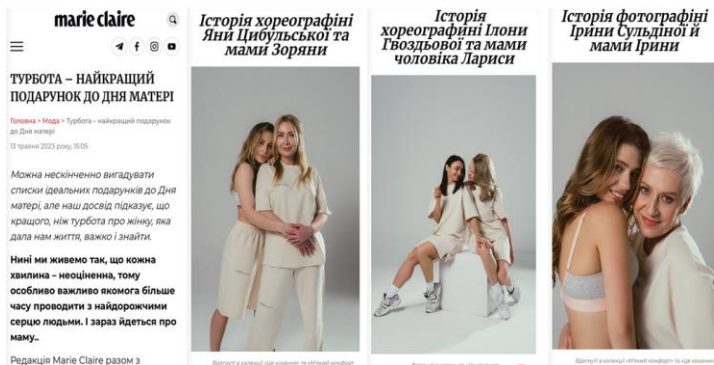


Special projects

BRABRABRA: MARIECLAIRE.UA

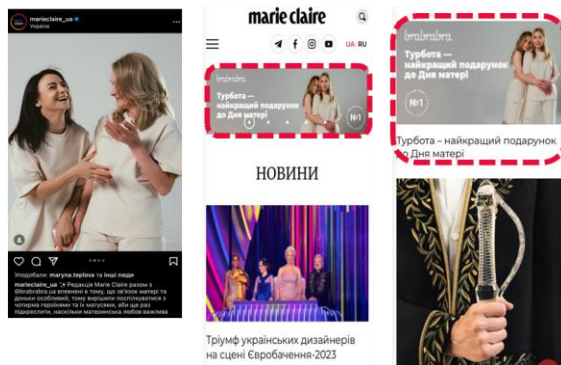
- Редакція Marie Claire разом з brabrabra впевнені в тому, що зв'язок матері та доньки особливий, тому в матеріалі "Турбота – найкращий подарунок до Дня матері" вирішили поспілкуватися з чотирма героїнями та їхніми матусями, аби ще раз підкреслити, наскільки материнська любов важлива для кожної з нас.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті marieclaire.ua та в соцмережах.

КРЕАТИВ



[МАТЕРІАЛ 13.05](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО



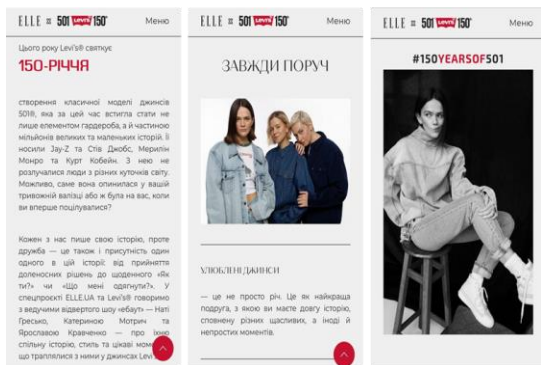
[ПОСТ IG MARIECLAIRE](#)

[АНОНСИ MARIECLAIRE.UA](#)

LEVI'S®: ELLE.UA

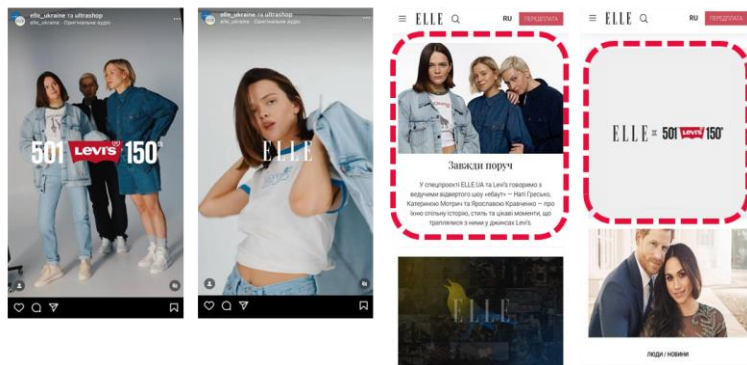
- У спецпроєкті "Завжди поруч" ELLE.UA та Levi's® говориться про розмови з ведучими відвертого шоу "ебаут" – Наті Гресько, Катериною Мотрич та Ярославом Кравченком – про їхню спільну історію, стиль та цікаві моменти, що траплялися з ними у джинсах Levi's®. Матеріал був розроблений та опублікований разом з тегом #150YEARSOF501 до 150-річчя створення класичної моделі джинсів 501®.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті elle.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ



[СТОПІНКА ПРОЄКТУ](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО



[ПОСТ IG ELLE & ULTRASHOP](#)

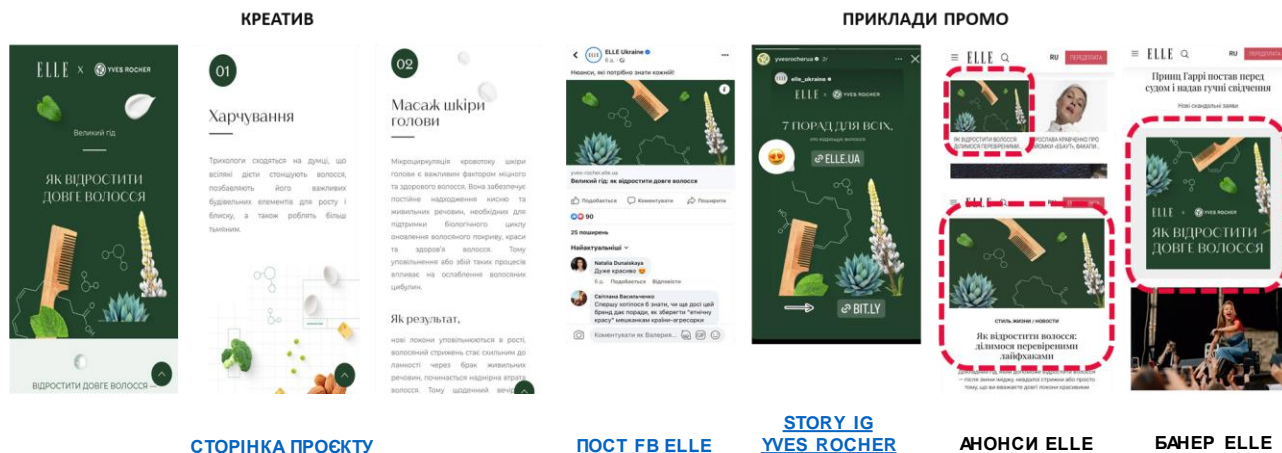
[АНОНС ELLE](#)

[БАНЕР ELLE](#)

Special projects

YVES ROCHER: ELLE.UA

- У спецпроекті "Як відростити довге волосся" ELLE.UA разом із брендом рослинної французької косметики Yves Rocher склали докладний гід, який допоможе відростити волосся – після зміни іміджу, невдалої стрижки або просто тому, що ви вважаєте довгі локони красивими.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті elle.ua та в соцмережах усіх партнерів.



SLOTS CITY: 24TV.UA, "ШАНС НА УСПІХ"

- 24TV.UA у новому спецпроекті "Шанс на успіх" з підтримки Slots City розповідає про видатних людей України та світу, які змогли скористатися шансом та досягти успіху. Перший випуск присвячений знаковій постаті XX століття, якій довелося керувати Великою Британією у найважчі часи за всю її історію. Це – Вінстон Черчилль, легендарний прем'єр-міністр.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA.

ПР ПУБЛІКАЦІЯ



[МАТЕРІАЛ 30.05](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[TG 31.05](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

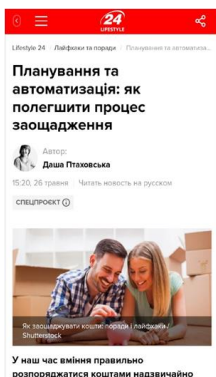


Special projects

RAIFFEISEN BANK & VISA: 24TV.UA, "СМАРТ-ЗАОЩАДЖЕННЯ"

- 24TV.UA за підтримки Raiffeisen Bank та Visa в спецпроекті "Смарт-заощадження" розбираються, як раціонально відкладати кошти та зробити процес заощаджень легшим, комфортнішим та ефективнішим.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA.

ПР ПУБЛІКАЦІЯ



[МАТЕРІАЛ 26.05](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ

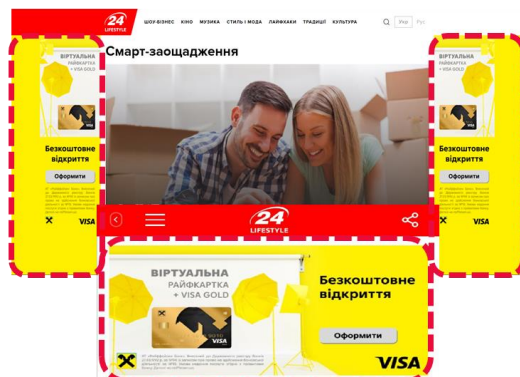


[FB 29.05](#)



[TG 29.05](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

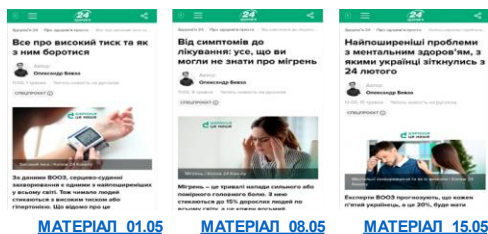


БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

ДАРНИЦЯ: 24TV.UA, "ПРО ЗДОРОВ'Я ПРОСТО"

- 24TV.UA спільно з партнером фармацевтичною компанією "Дарниця" в рамках спецпроекту "Про здоров'я просто" в травні продовжують серію ПР-публікацій про здоров'я.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 01.05](#); [пост 08.05](#); [пост 15.05](#); [пост 22.05](#); [пост 29.05](#))

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

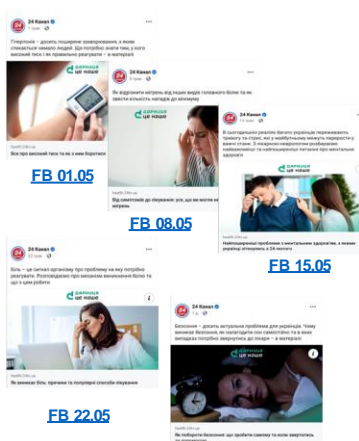


[МАТЕРІАЛ 01.05](#)

[МАТЕРІАЛ 08.05](#)

[МАТЕРІАЛ 15.05](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[FB 01.05](#)

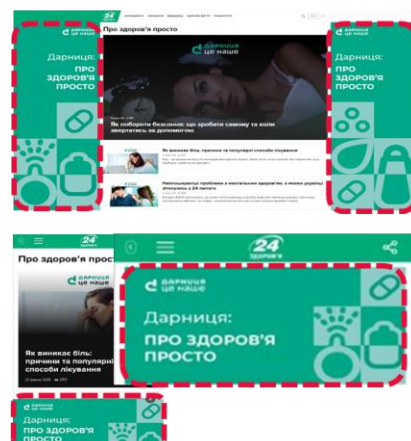
[FB 08.05](#)

[FB 15.05](#)

[FB 22.05](#)

[FB 29.05](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

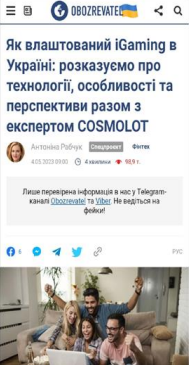
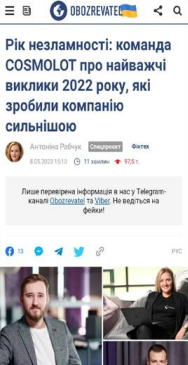





БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

Special projects

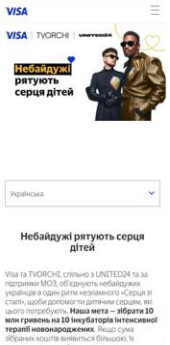

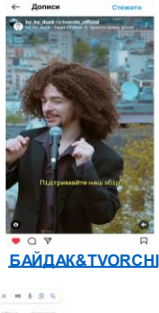
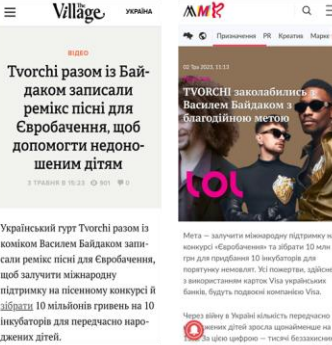
COSMOLOT / НОВА ПОШТА: OBOZREVATEL.COM

- У травні на OBOZREVATEL вийшли партнерські матеріали: 1) Як влаштований iGaming в Україні: розкажемо про технології, особливості та перспективи разом з експертом COSMOLOT ([COSMOLOT 04.05](#)); 2) Рік незламності: команда COSMOLOT про найважчі виклики 2022 року, які зробили компанію сильнішою ([COSMOLOT 08.05](#)); 3) Шопінг без пригод. Як безпечно замовляти та продавати товари в інтернеті ([Нова Пошта 12.05](#)).

COSMOLOT	НОВА ПОШТА	ПРОМО COSMOLOT	ПРОМО НОВА ПОШТА
 <p>Як влаштований iGaming в Україні: розкажемо про технології, особливості та перспективи разом з експертом COSMOLOT</p> <p>Ліана перевірила інформацію в нас у Telegram-каналі Obozrevatel та Ukrainian. Не відкривай на фейки!</p> <p>ПРОЕКТ 04.05</p>	 <p>Рік незламності: команда COSMOLOT про найважчі виклики 2022 року, які зробили компанію сильнішою</p> <p>Ліана перевірила інформацію в нас у Telegram-каналі Obozrevatel та Ukrainian. Не відкривай на фейки!</p> <p>ПРОЕКТ 08.05</p>	 <p>Шопінг без пригод. Як безпечно замовляти та продавати товари в інтернеті</p> <p>Ліана перевірила інформацію в нас у Telegram-каналі Obozrevatel та Ukrainian. Не відкривай на фейки!</p> <p>ПРОЕКТ 12.05</p>	 <p>Рік незламності: команда COSMOLOT про найважчі виклики 2022 року, які зробили компанію сильнішою</p> <p>Ліана перевірила інформацію в нас у Telegram-каналі Obozrevatel та Ukrainian. Не відкривай на фейки!</p> <p>TG 04.05</p>
			 <p>Шопінг без пригод. Як безпечно замовляти та продавати товари в інтернеті</p> <p>Ліана перевірила інформацію в нас у Telegram-каналі Obozrevatel та Ukrainian. Не відкривай на фейки!</p> <p>TG 12.05</p>

БЛАГОДІЙНА КАМПАНІЯ “НЕБАЙДУЖІ РЯТУЮТЬ СЕРЦЯ ЛЮДЕЙ” ВІД TVORCHI & VISA & UNITED24

- Visa та TVORCHI, спільно з UNITED24 та за підтримки MOZ, організували благодійну кампанію “Небайдужі рятують серця людей” зі збору коштів, щоби допомогти дитячим серцям, які цього потребують. Мета – зібрати 10 млн гривень на 10 інкубаторів інтенсивної терапії новонароджених. В рамках кампанії були створені умови виграти унікальні прикраси від SOVA та FROLOV для TVORCHI!
- Партнери опублікували новину у соцмережах та на сайтах, додатково був запуск Google пошук та розміщені рекламні пости у лідерів думок, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

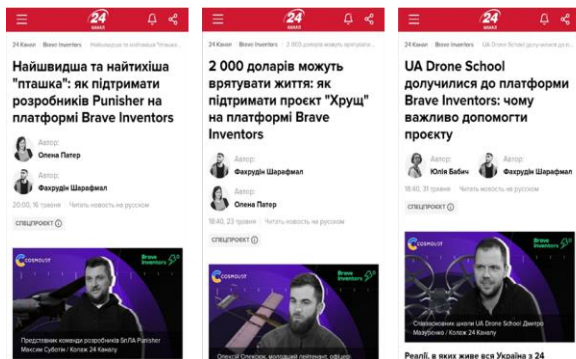
НОВИНА НА САЙТАХ ПАРТНЕРІВ	ПОСТИ INSTAGRAM	PR ПУБЛІКАЦІЇ
 <p>Небайдужі рятують серця дітей</p> <p>Українська</p> <p>VISA.COM.UA</p>	 <p>VISA&TVORCHI</p>  <p>БАЙДАК&TVORCHI</p>	 <p>Tvorchі разом із Байдаком записали ремікс пісні для Євробачення, щоб допомогти недоношеним дітям</p> <p>MMR.UA</p> <p>THE-VILLAGE</p>

Кампанії військової тематики

COSMOLOT: 24TV.UA, "BRAVE INVENTORS"

- Українські винахідники створюють дивовижні речі, які допомагають ЗСУ прогнати ворога з нашої землі. Саме про них 24TV.UA за підтримки компанії Cosmolot розповідає у новому спецпроекті – "Brave Inventors".
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 17.05](#); [пост 24.05](#); [пост 01.06](#)).

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

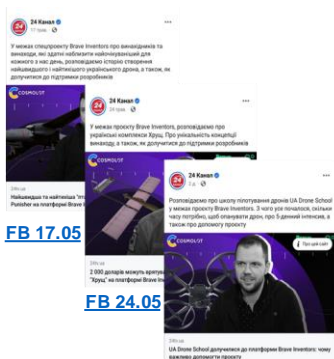


[МАТЕРІАЛ 16.05](#)

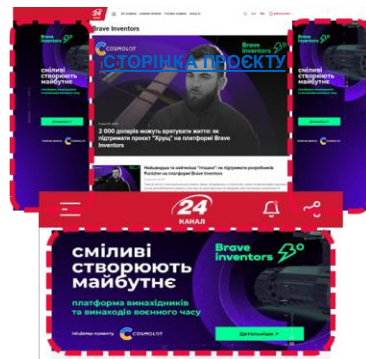
[МАТЕРІАЛ 23.05](#)

[МАТЕРІАЛ 31.05](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[FB 01.06](#)



[БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA](#)

BICKERSTAFF.734 СТВОРИЛА НОВИЙ РОЛИК ДЛЯ БРЕНДУ "ГАЛИЧИНА"

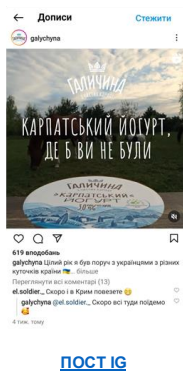
- Агенція BICKERSTAFF.734 представила новий ролик для бренду "Галичина". Його героями стали захисники, волонтери, рятівники – ті, хто допомагає сьогодні Україні, та йогурт "Галичина". У ролику разом з волонтерами "Печерських котиків" і "Brave for Rebuild" "Карпатський" йогурт показав, як українці, працюючи пліч-о-пліч, об'єднуються та перемагають.
- Новина була опублікована в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

ГАЛИЧИНА

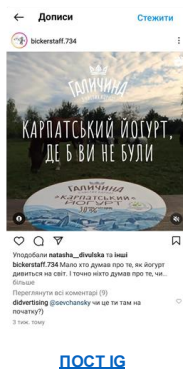


[ВІДЕО YOUTUBE](#)

BICKERSTAFF.734

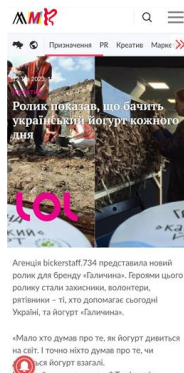


[ПОСТ IG](#)



[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)



[BAZILIK.MEDIA](#)



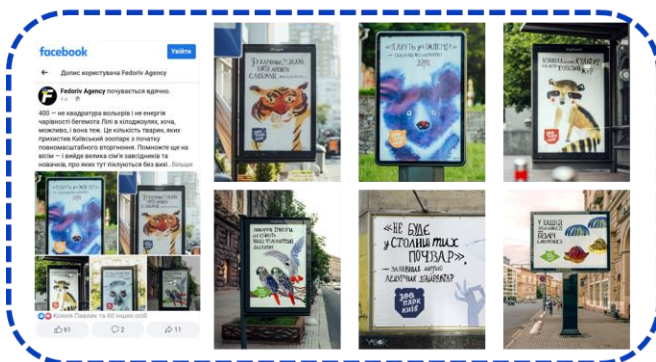
[TELEGRAF.DESIGN](#)

Кампанії військової тематики

КАМПАНІЯ ДЛЯ КИЇВСЬКОГО ЗООПАРКУ ВІД FEDORIV AGENCY

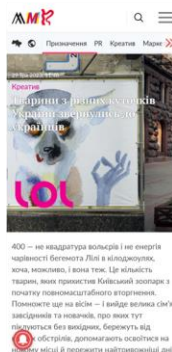
- Fedoriv Agency разом з ілюстраторкою Марічкою Рубан створили постери із зображенням тварин, яких довелося евакуювати з-під обстрілів з різних міст України. Це стало продовженням кампанії на підтримку Київського зоопарку, який після 24 лютого став домівкою для 400 тварин.
- Новина була опублікована в соцмережах Fedoriv Agency, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[ПОСТ FACEBOOK FEDORIV AGENCY](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)



[NASHKIEV.UA](#)



[PLATFOR.MA](#)

КАМПАНІЯ "ТИ, ГОЛОВНЕ, ЛЮБИТЬСЯ" ВІД VETERAN HUB ТА PATSANY AGENCY

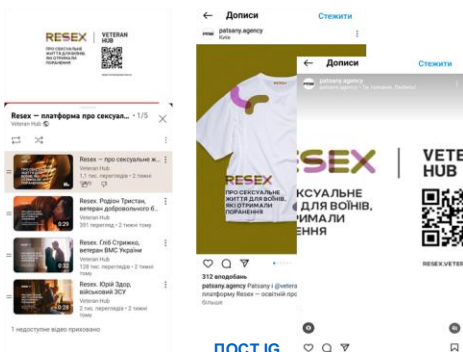
- Veteran Hub разом із Patsany Agency запустили освітню кампанію "Ти, головне, Любицься" про сексуальне життя для воїнів, які мають бойові поранення. Серія відеороликів і постерів говорить, що секс людини з бойовим пораненням може бути таким же чуттєвим, пристрасним, різноманітним, як і будь-який інший. Кампанія є першим комунікаційним етапом платформи Resex – освітнього проекту про сексуальне життя для воїнів із пораненнями.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

VETERAN HUB



[ПРОЄКТ](#)

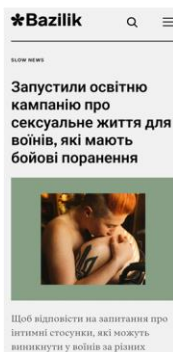
PATSANY AGENCY



[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

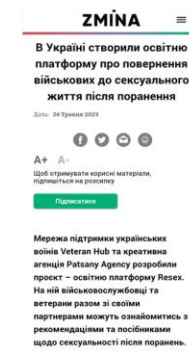
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK.MEDIA](#)



[SOSTAV.UA](#)

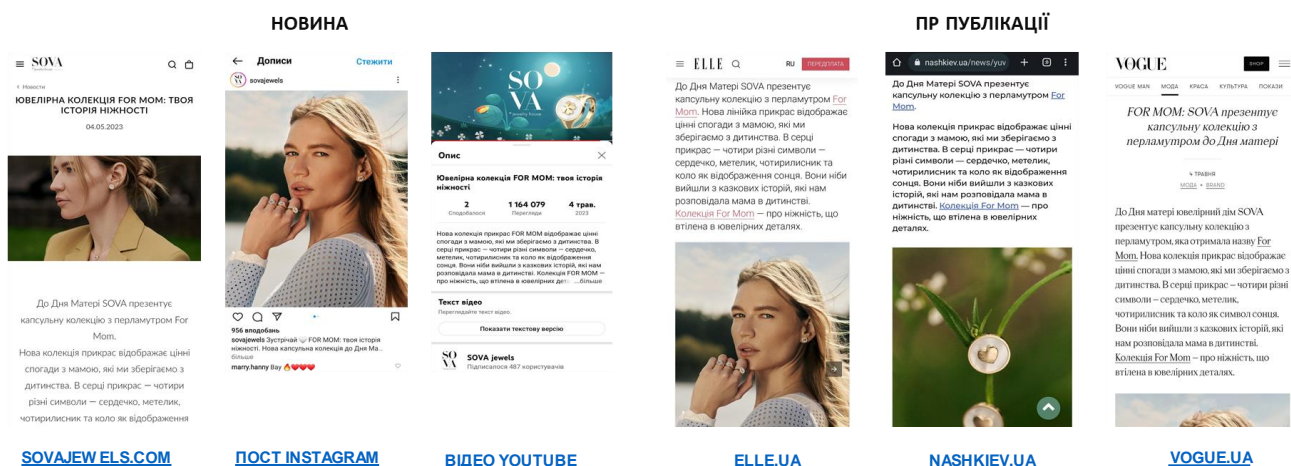


[ZMINA.INFO](#)

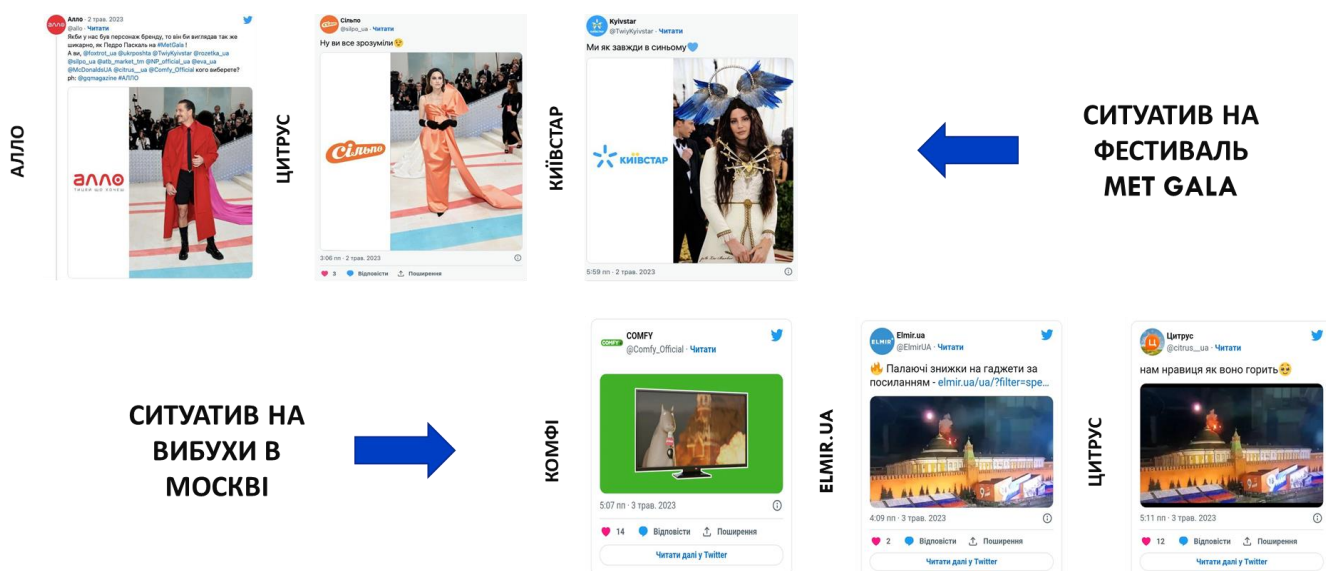
Ситуаційні рекламні кампанії

ДО ДНЯ МАТЕРІ SOVA ПРЕЗЕНТУВАЛА КОЛЕКЦІЮ FOR MOM

- До Дня матері ювелірний дім SOVA презентував [капсульну колекцію з перламутром](#), яка отримала назву For Mom. Нова колекція прикрас відображає цінні спогади з мамою, які ми зберігаємо з дитинства. У основі прикрас – чотири різні символи – сердечко, метелик, чотирилисник та коло як символ сонця. Колекція For Mom – про ніжність, що втілена в ювелірних деталях.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренда, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.



РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА MET GALA ТА ВИБУХИ В МОСКВІ



Ситуаційні рекламні кампанії

РЕАКЦІЯ БРЕНДІВ НА 200 ТИСЯЧ ОРКІВ ТА ДЕНЬ МАТЕРІ

СИТУАТИВ НА 200 ТИСЯЧ ОРКІВ

СИТУАТИВ ДО ДНЯ МАТЕРІ

UKLON
200 вподобань
uklon.ua 200 000 🌸🌸🌸 Єдиний випадок, коли такі цифри сварилося нашим серцем.

АТБ
200.000
ОРКІВ
ПІШЛО НА ВУГІЛЛЯ
І САМЕТОМУ
НАС ТОРУЄ ДОВКІЛЛЯ

ОЩАДБАНК
конвертація
успішна
200000

СИТУАТИВ ДО ДНЯ МАТЕРІ

СІЛЬПО
3 ДНЕМ МАТЕРІ!

VARUS
3 Днем матери!

МОНОБАНК
ЛЮБЛЮ МАМУ
ТА СЮ

СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ ДО ДНЯ ВИШИВАНКИ

ПРИВАТБАНК
420 вподобань
privatbank_original
Філансова мудрість

ОТП
53 вподобання
otrbank.ua
3 Дном вишиванки!

РАЙФБАЙЗЕН
1 222 вподобання
raiffeisenbank.ua
Долучайтесь до флешмобу до Дня вишиванки від Райфу

NOVUS
64 вподобання
novus_ukraine
ДЕНЬ ВИШИВАНКИ – ДЕНЬ ЄДНАННЯ!

СІЛЬПО
337 вподобань
silpo.ua
3 Днем вишиванки!

ОККО
707 вподобань
okkoo.ua
Сьогодні українці по всьому світу!

UKLON
181 вподобання
uklon.ua
Він неможливий!

ЕПІЦЕНТР
142 вподобання
epicentru.ua
3 Дном вишиванки!

ЦИТРУС
ВІВРІЗНЯТИСЬ
ЦИТРУС
ДОВОЛЕНО

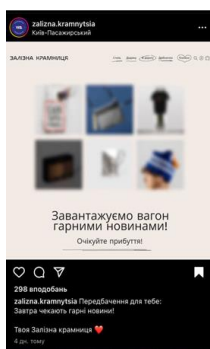
АЛЛО
Вітаємо з Днем вишиванки!
Зі святом, українці всього світу!

Кампанії "Укрзалізниці"

"ЗАЛІЗНА КРАМНИЦЯ" ЗАПУСТИЛА ОНЛАЙН-ПРОДАЖІ

- Офіційний мерч-шоп "Укрзалізниці" запускає онлайн-продажі, повідомила команда "Залізної крамниці". На сайті можна обрати товар із символікою "Укрзалізниці", Києва, України.
- Новина була опублікована в соцмережах брэнда, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



[ПОСТ INSTAGRAM](#)

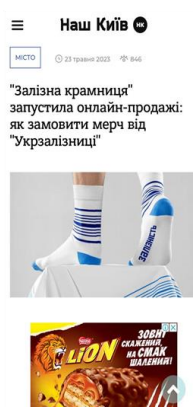


[ПОСТ INSTAGRAM](#)



[THE-VILLAGE](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[NASHKIEV.UA](#)



[MAXIMUM.FM](#)

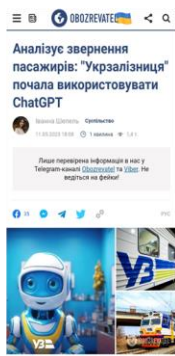
"УКРЗАЛІЗНИЦЯ" ПОЧАЛА ВИКОРИСТОВУВАТИ CHATGPT

- "Укрзалізниця" почала використовувати ChatGPT для аналізу звернень пасажирів. Протягом одного дня УЗ отримує в середньому 1300 оцінок подорожей від пасажирів через застосунок. Приблизно 300 з них – текстові відгуки, які стосуються безпосередньо роботи залізниці. Кожен такий відгук у компанії раніше обробляли вручну – тепер цю роботу виконує ChatGPT.
- Новина була опублікована в Telegram каналі брэнда, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА



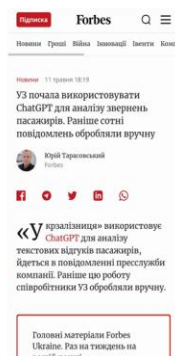
[ПОСТ TG](#)



[OBOZREVATEL](#)



[BIZ.NV.UA](#)



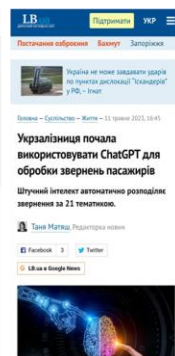
[FORBES.UA](#)



[BIT.UA](#)



[THE-VILLAGE](#)



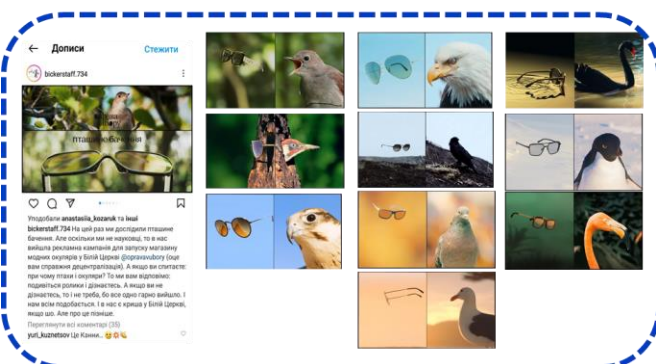
[LB.UA](#)

Поточні рекламні кампанії

КАМПАНІЯ ДЛЯ МАГАЗИНУ ОПТИКИ "ОПРАВА ВИБОРУ" ВІД BICKERSTAFF.734

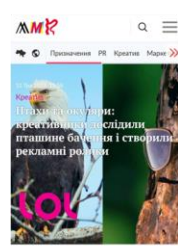
- Креативна агенція Bickerstaff.499 створила брендінг і рекламну кампанію для українського магазину оптики "Оправа вибору". Але її визначальна риса, точніше, риси – у птахів. Крім того, агенція розробила айдентику, концепт зовнішнього вигляду магазину "Оправа вибору" у м. Біла Церква, візуали для соцмереж і спеціальну зовнішню рекламу на дахах.
- Новина була опублікована в соцмережах BICKERSTAFF.734, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА

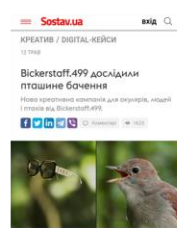


[ПОСТ INSTAGRAM BICKERSTAFF.734](#)

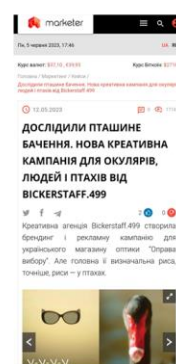
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)



[SOSTAV.UA](#)

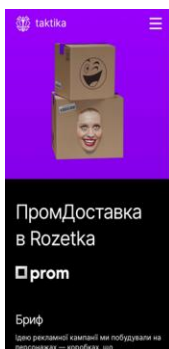


[MARKETER.UA](#)

КАМПАНІЯ "ПРОМДОСТАВКА В ROZETKA" ВІД PROM.UA ТА ТАКТИКА.AGENCY

- Рекламна кампанія приурочена тому, що Prom запуснув безкоштовну доставку до точок видачі Rozetka. Ідея кампанії побудована на персонажах – коробках, що розмовляють. Все найважливіше, тобто продуктове повідомлення, розміщене в роликах у перші 15 секунд. А далі персонажам дали просто "пожити" в рекламі, потеревеніти про свої буденні справи. З досвіду минулих кампаній з Prom, майже 60% глядачів додивлювалися до кінця всю ігрову частину, бо в ній є прив'язка до локального українського контексту. Тут зробили так само – після рекламної частини коробки просто обговорили останні новини з їхнього та нашого життя.
- Додатково кампанія анонсувалася на сайтах та в соцмережах партнерів.

ДЕТАЛИ НА САЙТАХ

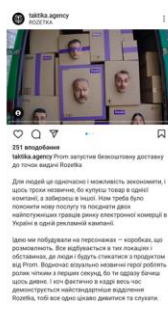


[ТАКТИКА.AGENCY](#)



[PROM.UA](#)

INSTAGRAM

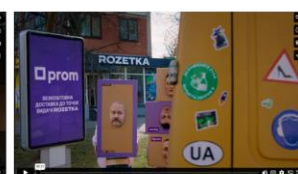


[ПОСТ ТАКТИКА](#)

РОЛИК "ПРОМ – СКЛАД"



РОЛИК "ПРОМ – ЗУПИНКА"

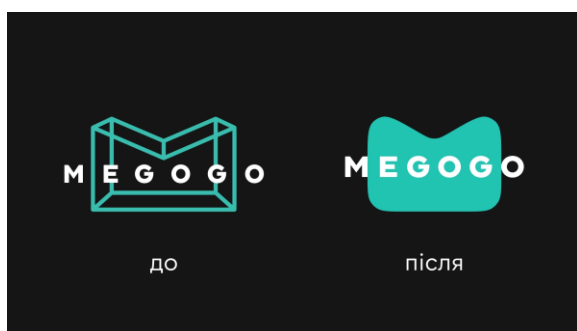


[РОЛИК "ПРОМ – МАШИНА"](#)

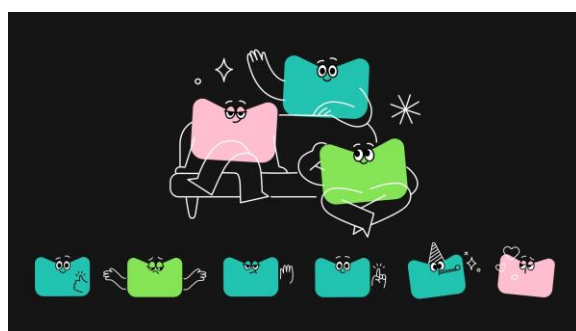
● Поточні рекламні кампанії

MEGOGO ПРЕДСТАВИВ ОНОВЛЕНИЙ ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ

Найбільший медіасервіс України MEGOGO представив оновлений візуальний стиль. Айдентику розробив Володимир Смирнов, арт-директор MEGOGO і дизайн-директор Spilka design büro. Відтепер платформа має [оновлений логотип](#), бренд-моушен, яскравих персонажів і власний корпоративний шрифт – MEGOGO Interface та MEGOGO Display, створений українським дизайнером Дмитром Растворцевим спеціально для MEGOGO.



ЛОГОТИП



ФІРМОВІ ПЕРСОНАЖІ

ФІРМОВИЙ ШРИФТ

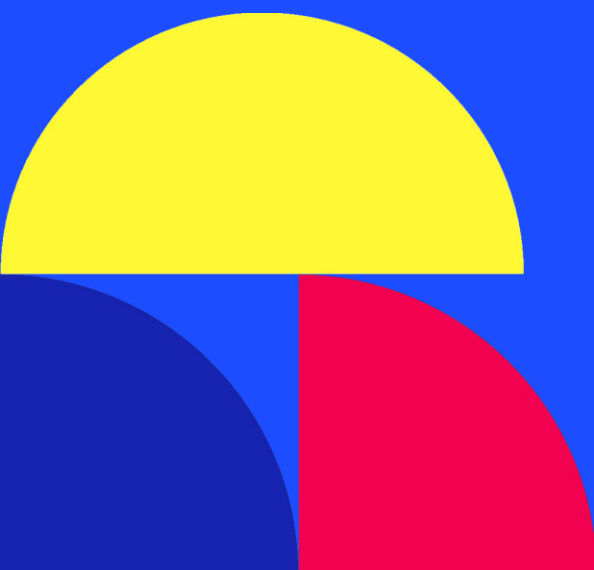
Шрифт

Megogo Interface

Megogo Display

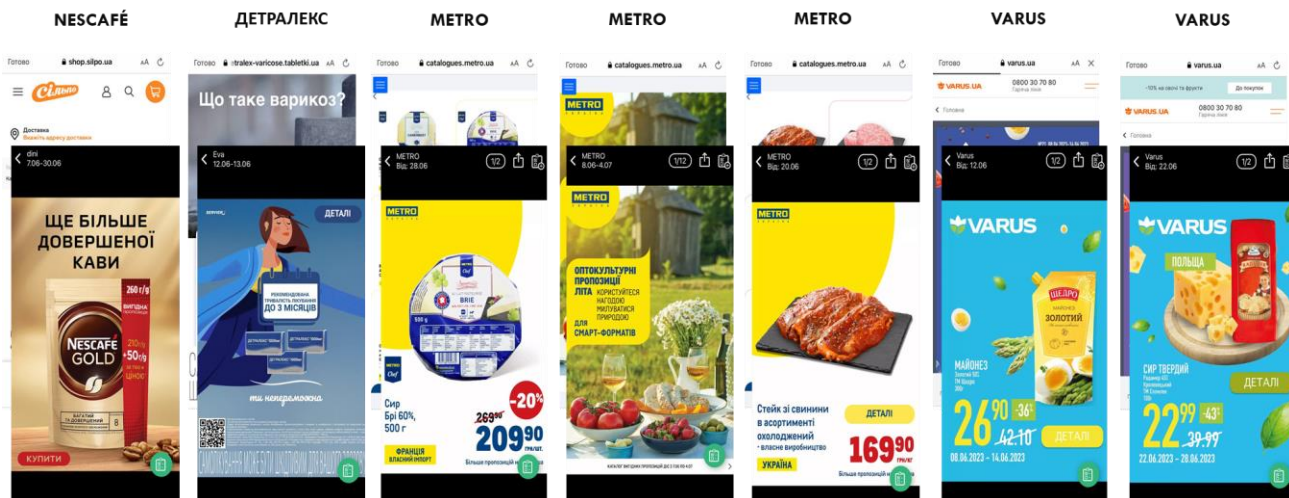


ЧЕРВЕНЬ



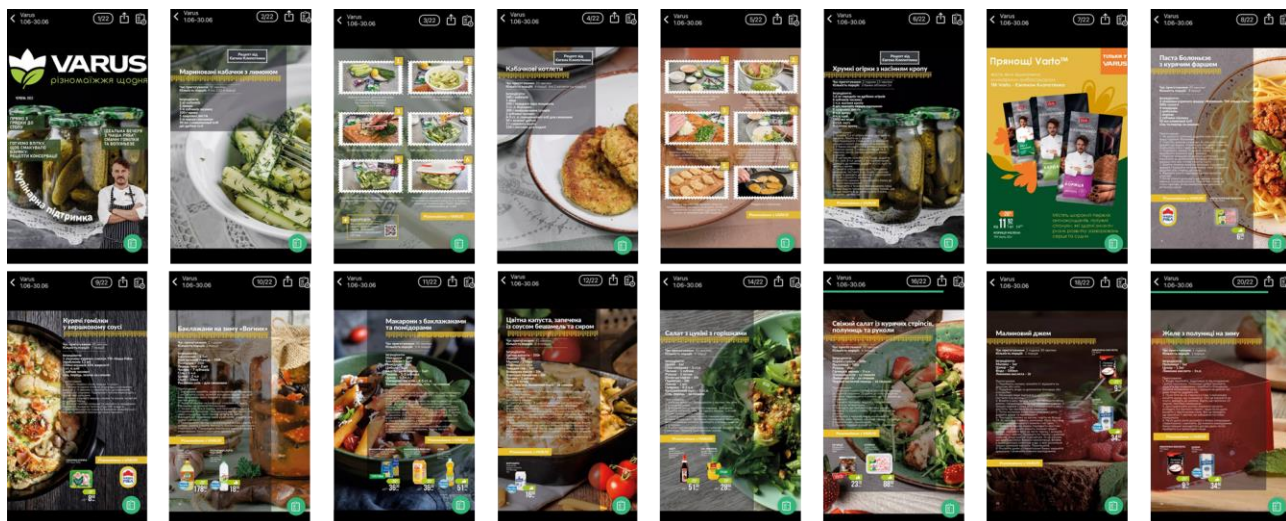
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ У VLIX UKRAINE

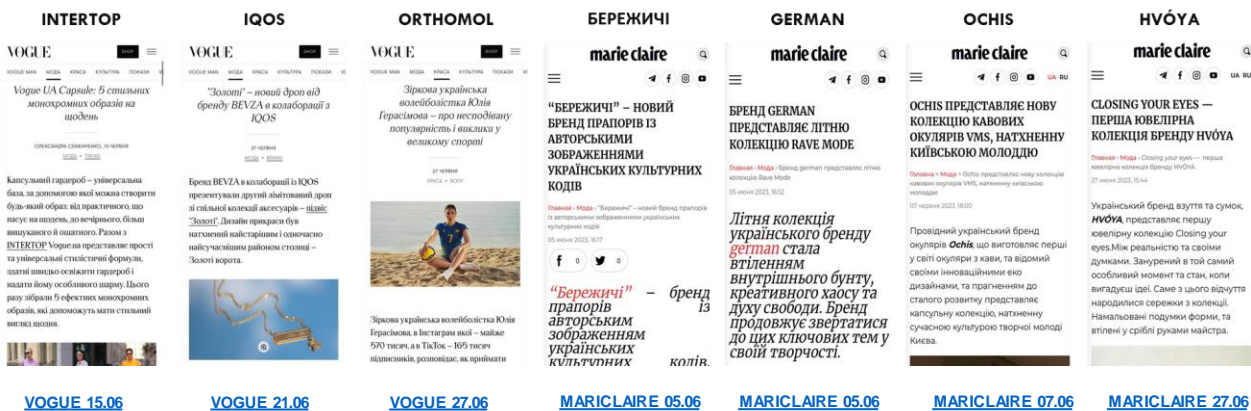
У червні в додатку Vlix Ukraine вийшов шостий випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проєкту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus, були зібрані рецепти різномайжжя щодня.



Партнерство

INTERTOP / IQOS / Orthomol / БЕРЕЖИЧИ / GERMAN / OCHIS / HVÓYA: VOGUE.UA & MARIECLAIRE.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на vogue.ua та marieclaire.ua. 1) "Разом з INTERTOP Vogue.ua представляє прості та універсальні стилістичні формули, здатні швидко освіжити гардероб і надати йому особливого шарму." ([INTERTOP, 15.06](#)); 2) "Золоті – новий дроп від бренду BEVZA в колаборації з IQOS." ([IQOS, 21.06](#)); 3) "Комплекс від Orthomol дбає про організм на багатьох рівнях" ([ORTHOMOL, 27.06](#)); 4) "Бережичі – новий бренд прапорів із авторськими зображеннями українських культурних кодів" ([БЕРЕЖИЧИ, 05.06](#)); 5) "Літня колекція українського бренду getman стала втіленням внутрішнього бунту, креативного хаосу та духу свободи." ([GERMAN, 05.06](#)); 6) "Провідний український бренд окулярів Ochis, що виготовляє перші у світі окуляри з кави." ([OCHIS, 07.06](#)); 7) "Український бренд взуття та сумок, HVÓYA, представляє першу ювелірну колекцію Closing your eyes." ([HVOYA, 27.06](#)).



АТБ / SOVA VS HONEY / INTO-SANA / NARSCARS.UA / BRITISH COUNCIL: NASHKIEV.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "АТБ" відкриває в Бучі відновлений магазин, який майже вщент зруйнували ворожі обстріли" ([АТБ, 01.06](#)); 2) "SOVA та HONEY випустили благодійний подарунковий набір до Дня захисту дітей" ([SOVA VS HONEY, 01.06](#)); 3) "Разом до перемоги! Українці разом із "АТБ" зібрали 70 млн грн для допомоги Збройним силам" ([АТБ, 02.06](#)); 4) "Перший рік малюка: практичні поради батькам" ([Мед. мережа INTO-SANA, 07.06](#)); 5) "Оренда авто для подорожей: як обрати" ([NARSCARS.UA, 08.06](#)); 6) "Як побороти страх розмовляти англійською: методи й головні правила" ([BRITISH COUNCIL, 08.06](#)).



Партнерство

АТБ/AERODIUM KYIV/SOVA VS ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ / UWE HUB/ SOVA: NASHKIEV.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "Як проходить переробка зібраних покупцями "АТБ" використаних батарейок" ([АТБ_13.06](#)); 2) "Нова аеротруба AERODIUM KYIV відкрилась у ТРЦ Respublika Park" ([AERODIUM KYIV_14.06](#)); 3) "Ювелірний дім SOVA спільно з "Повернись Живим" збирають кошти на розмінування країни" ([SOVA vs "Повернись Живим"_14.06](#)); 4) "Програма UWE Hub 3.0: Перетвори свою ідею на бізнес" ([UWE Hub_16.06](#)); 5) "Знаменита 93-тя бригада "Холодний Яр" отримала сучасні авто та дрони від "АТБ" ([АТБ_28.06](#)); 6) "23 роки ювелірної історії: SOVA презентує фільм про бренд" ([SOVA_30.06](#)).

АТБ	AERODIUM KYIV	SOVA VS ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ	UWE HUB	АТБ	SOVA
<p>Наш Київ</p> <p>Як проходить переробка зібраних покупцями "АТБ" використаних батарейок</p> <p>Наше завдання на стратегічний плановий період збільшити обсяги виробництва енергозберігаючих елементів до найбільш економічних стандартів. Ця історія почала від першої нашої жемі, економіки, державних установах, бізнесу, побуту та енергетики. Крім за країною ми мобілізуємо партнерів, які зможуть зрубливати бар'єри та націлювати на цілі, надійти до нас.</p> <p>Зверніть увагу на цю статтю в нашій мережі</p> <p>NASHKIEV.UA_13.06</p>	<p>Наш Київ</p> <p>Нова аеротруба AERODIUM KYIV відкрилась у ТРЦ Respublika Park</p> <p>Системна ідея у розвитку аеродіуму AERODIUM відкрила нову аеротрубу в Україні у ТРЦ Respublika Park. Аеротруба AERODIUM KYIV працює у режимі постійного аеродіуму, який зберігає енергію в акумуляторі.</p> <p>Літайте легше та швидше, ніж будь-коли.</p> <p>NASHKIEV.UA_14.06</p>	<p>Наш Київ</p> <p>Ювелірний дім SOVA спільно з "Повернись Живим" збирають кошти на розмінування країни</p> <p>З метою діяти на розмінування країни з 1 червня до 30 липня, асоціація SOVA презентує частину коштів з продажів продукції, яка мобілізує дії співпраці з "Повернись Живим".</p> <p>Спільно Україна є найбільш захищеною країною Європи.</p> <p>Важко повірити, що ми розвиваємося, саморозвиваємося, виробляємо, захищаємо економіку в умовах війни, створюємо інноваційну економіку для майбутнього економічного розвитку нашої країни.</p> <p>Саме співпраця партнерів, порадників та донаторів мобілізує кошти, щоб зберегти Україну та вийти від економічної кризи та наблизити країну, що не розвивається. Без допомоги партнерів економічний розвиток неможливо.</p> <p>NASHKIEV.UA_14.06</p>	<p>Наш Київ</p> <p>Програма UWE Hub 3.0: Перетвори свою ідею на бізнес</p> <p>Програма "Менеджер Бізнесу" Hub 3.0 стартувала в Україні, щоб допомогти підприємствам збільшити продажі та знизити витрати. UWE Hub 3.0, яка реалізується в Україні, це нова програма, яка допомагає підприємствам збільшити продажі та знизити витрати. UWE Hub 3.0, яка реалізується в Україні, це нова програма, яка допомагає підприємствам збільшити продажі та знизити витрати.</p> <p>UWE Hub 3.0 - це програма, яка допомагає підприємствам збільшити продажі та знизити витрати. UWE Hub 3.0, яка реалізується в Україні, це нова програма, яка допомагає підприємствам збільшити продажі та знизити витрати.</p> <p>NASHKIEV.UA_16.06</p>	<p>Наш Київ</p> <p>Знаменита 93-тя бригада "Холодний Яр" отримала сучасні авто та дрони від "АТБ"</p> <p>Компанія "АТБ", лідер вітчизняного ринку, вже кілька років підтримує українських військовиків. Навіть втрачені члени екіпажу, вона продовжує надавати підтримку. Зброя, техніка, автомобілі, гуманітарна допомога, медичні установи, постраждалим від ракетних ударів, місцями дислокованих територіях.</p> <p>NASHKIEV.UA_28.06</p>	<p>Наш Київ</p> <p>23 роки ювелірної історії: SOVA презентує фільм про бренд</p> <p>Ювелірний дім SOVA створив 23 роки. З цієї нагоди компанія презентує новий фільм про ювелірну історію бренду.</p> <p>Перегляньте фільм онлайн вже на YouTube!</p> <p>NASHKIEV.UA_30.06</p>

IRC / LOKO / НАША РЯБА / APPLE / AENO VS CANYON / НЕНАЧАСІ / MICROSOFT UKRAINE: BIT.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на bit.ua: 1) "Ринок праці у Польщі: як убезпечити себе у професійному плані" ([IRC_02.06](#)); 2) "Приготувати вечерю або замовити: ідеї для твого смачного дозвілля" ([LOKO_05.06](#)); 3) "Тест. Яка ти курочка з кіновесіву?" ([Наша Ряба_12.06](#)); 4) "Цифрове шахрайство. Як захистити свій смартфон" ([Apple_13.06](#)); 5) "Замість рутини: гаджети, які зроблять літне дозвілля приємним" ([AENO VS CANYON_16.06](#)); 6) "Сила ком'юніті та бізнес під час війни: у столиці пройде конференція, яку важливо не пропустити" ([Неначасі_26.06](#)); 7) "Відповідати вимогам часу: як прокачати скіли, аби отримати бажану роботу в IT" ([Microsoft Ukraine_27.06](#)).

IRC	LOKO	НАША РЯБА	APPLE	AENO VS CANYON	НЕНАЧАСІ	MICROSOFT UKRAINE
<p>BIT-UA</p> <p>Ринок праці у Польщі: як убезпечити себе у професійному плані</p> <p>Польща - це країна, де працюють тисячі українців, які шукають нові можливості для професійного зростання.</p> <p>BIT-UA_02.06</p>	<p>BIT-UA</p> <p>Приготувати вечерю або замовити: ідеї для твого смачного дозвілля</p> <p>Центральна тема статті - це особливі рецепти, які допоможуть вам провести час з родиною або друзями. Також ми розповімо про нові гаджети, які допоможуть вам зробити вечерю ще смачнішою.</p> <p>BIT-UA_05.06</p>	<p>BIT-UA</p> <p>Тест. Яка ти курочка з кіновесіву?</p> <p>Про свій стиль життя та інтереси ми розповімо в нашому тесті. Це допоможе вам зрозуміти, чи ви справді курочка з кіновесіву, чи ні.</p> <p>BIT-UA_12.06</p>	<p>BIT-UA</p> <p>Цифрове шахрайство. Як захистити свій смартфон</p> <p>Пароль на смартфон - це перший бар'єр, який захищає ваші дані. Але це не завжди достатньо. Ми розповімо, як захистити свій смартфон від шахраїв.</p> <p>BIT-UA_13.06</p>	<p>BIT-UA</p> <p>Замість рутини: гаджети, які зроблять літне дозвілля приємним</p> <p>Літній відпочинок - це час, коли ми хочемо відпочити та насолодитися життям. Ми розповімо про нові гаджети, які допоможуть вам зробити літнє дозвілля ще приємнішим.</p> <p>BIT-UA_16.06</p>	<p>BIT-UA</p> <p>Сила ком'юніті та бізнес під час війни: у столиці пройде конференція, яку важливо не пропустити</p> <p>1-2 липня у Києві відбудеться бізнес-конференція "Сила ком'юніті та бізнес під час війни". Це буде чудова нагода для українських підприємців обмінятися досвідом та знайти нові можливості для розвитку бізнесу.</p> <p>BIT-UA_26.06</p>	<p>BIT-UA</p> <p>Відповідати вимогам часу: як прокачати скіли, аби отримати бажану роботу в IT</p> <p>Щоб отримати бажану роботу в IT, потрібно постійно вчитися та прокачувати свої навички. Ми розповімо, як це зробити.</p> <p>BIT-UA_27.06</p>

Партнерство

JÄGERMEISTER / OLX / CHEESECAKE FAMILY / PLATFORMA SUMMER CAMP / GORGANY / ТЕПЛЕ МІСТО: THE-VILLAGE.COM.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Від видавців і музикантів до тату-майстрів: Jägermeister підтримав грантами 56 українських митців" ([Jägemeister, 01.06](#)); 2) "Наша сила – у єднанні": OLX розповідають, як підсилюють волонтерів, лікарні та рятувальні служби" ([OLX, 05.06](#)); 3) "Без смачної випічки не буде смачного сніданку": що спробувати в новому меню від Cheesecake Family" ([Cheesecake Family, 10.06](#)); 4) "Нові знайомства та знання на кемпі для креативного бізнесу: навіщо їхати в Platforma Summer Camp" ([Platforma Summer Camp, 13.06](#)); 5) "Коли вже час "потрогати траву": як міст'янам небанально перезавантажувати голову" ([Gorgany, 14.06](#)); 6) "Що таке література пам'яті та чому ми забуваємо: як потрапити до книжкового клубу від "Читай" ([Івано-Франківська платформа "Тепле місто", 15.06](#)).



[THE-VILLAGE 01.06](#)

[THE-VILLAGE 05.06](#)

[THE-VILLAGE 10.06](#)

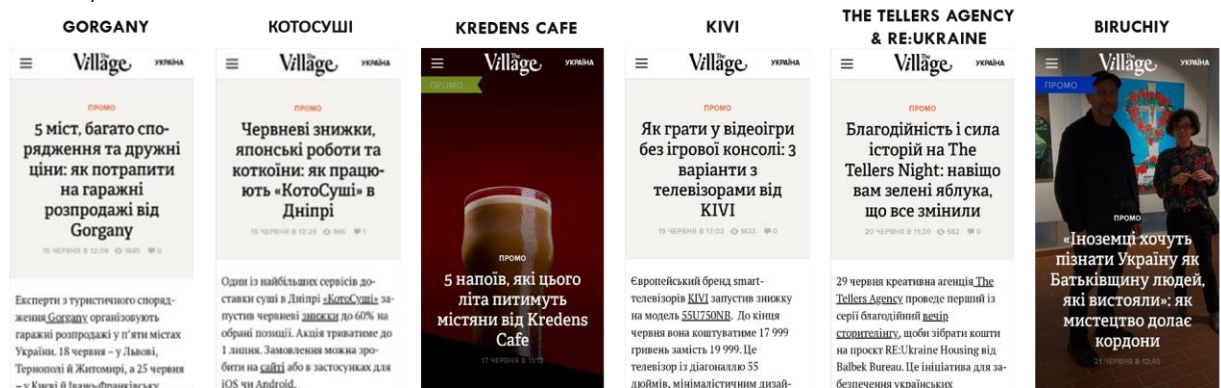
[THE-VILLAGE 13.06](#)

[THE-VILLAGE 14.06](#)

[THE-VILLAGE 15.06](#)

GORGANY / КОТОСУШІ / KREDENS CAFE / KIVI / THE TELLERS AGENCY & RE:UKRAINE / BIRUCHIY: THE-VILLAGE.COM.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "5 міст, багато спорядження та дружні ціни: як потрапити на гаражні розпродажі від Gorgany" ([Gorgany, 15.06](#)); 2) "Червневі знижки, японські роботи та коткоіни: як працюють "КотоСуші" в Дніпрі" ([КотоСуші, 15.06](#)); 3) "5 напоїв, які цього літа питимуть міст'яни від Kredens Cafe" ([Kredens Cafe, 17.06](#)); 4) "Як грати у відеоігри без ігрової консолі: 3 варіанти з телевізорами від KIVI" ([KIVI, 19.06](#)); 5) "Благодійність і сила історій на The Tellers Night: навіщо вам зелені яблука, що все змінили" ([The Tellers Agency & RE:Ukraine Housing, 20.06](#)); 6) "«ноземці хочуть пізнати Україну як Батьківщину людей, які вистояли»: як мистецтво долає кордони" ([Biruchiy, 21.06](#)).



[THE-VILLAGE 15.06](#)

[THE-VILLAGE 15.06](#)

[THE-VILLAGE 17.06](#)

[THE-VILLAGE 19.06](#)

[THE-VILLAGE 20.06](#)

[THE-VILLAGE 21.06](#)

Партнерство

BRABRABRA & ХУІЗИТ / НЕНАЧАСІ / KAN MARKET / АРТ-ЗАВОД ПЛАТФОРМА / LUCKYREEF: THE-VILLAGE.COM.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Колаборація brabrabra та "Хуїзит": як виглядає колекція гордості в кольорах прайду" ([brabrabra & Хуїзит, 22.06](#)); 2) "Відверті розмови про бізнес під час війни: навіщо підприємцям і не тільки конференція "Неначасі" ([Неначасі, 22.06](#)); 3) "Які правила треба знати бізнесу під час війни: 7 причин піти на конференцію "Неначасі" ([Неначасі, 23.06](#)); 4) "Швидко й без комісії: як KAN Market допомагає купувати й орендувати квартири в Києві" ([KAN Market, 27.06](#)); 5) "Медитації, кіно просто неба та багато музики: навіщо йти на Рісніс на Арт-завод Платформа" ([Арт-завод Платформа, 27.06](#)); 6) "Асиметрія та різноманіття фактур від Luckyreef: які купальники дівчата носитимуть цього літа" ([Luckyreef, 28.06](#)).

BRABRABRA & ХУІЗИТ



Українські бренди [brabrabra](#) та «Хуїзит» створили лімітовану колекцію гордості в кольорах прайду, щоб підтримати всіх квір-українців. Головний меседж – усі ми різні, але однаково важливі.

[THE-VILLAGE 22.06](#)

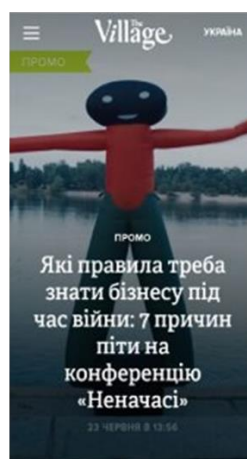
НЕНАЧАСІ



1 та 2 липня в Києві відбудеться конференція для бізнесу «Неначасі». Слухачі почують 11 спікерів, чії бізнеси в нових умовах змогли віднайти лівий пічів по великому спав.

[THE-VILLAGE 22.06](#)

НЕНАЧАСІ



[THE-VILLAGE 23.06](#)

KAN MARKET



[THE-VILLAGE 27.06](#)

АРТ-ЗАВОД ПЛАТФОРМА



1 та 2 липня на Арт-завод Платформа відбудеться затішний фестиваль Рісніс. Відвідувачі зможуть відпочити, відпочити, перезавантажитися та отримати теплі й присмії емоції. 10% від вартості кожного квитка спрямують на

[THE-VILLAGE 27.06](#)

LUCKYREEF



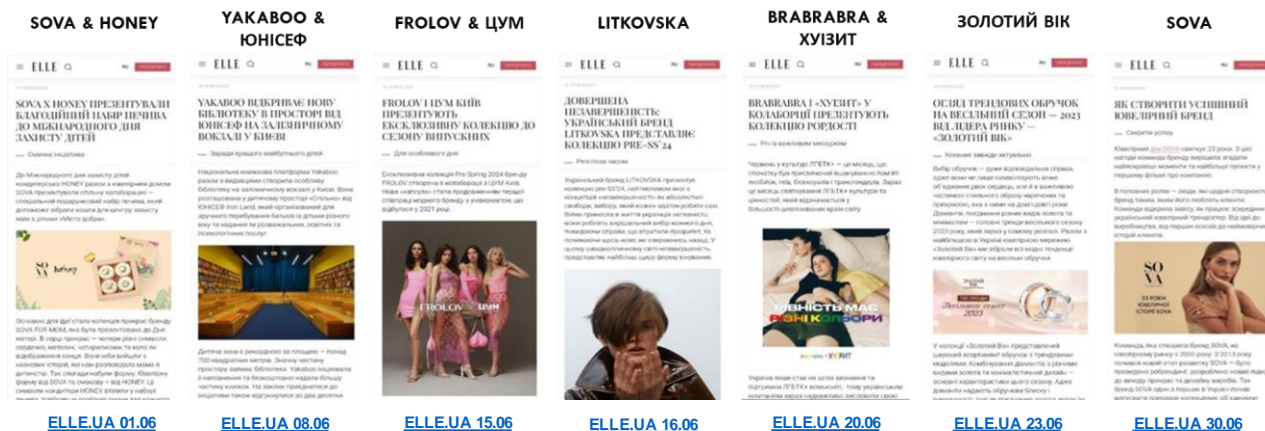
Український бренд купальників та одягу [Luckyreef](#) презентував капсульну колекцію купальників із трендовими асиметричними моделями та цікавими вирізами.

[THE-VILLAGE 28.06](#)

Партнерство

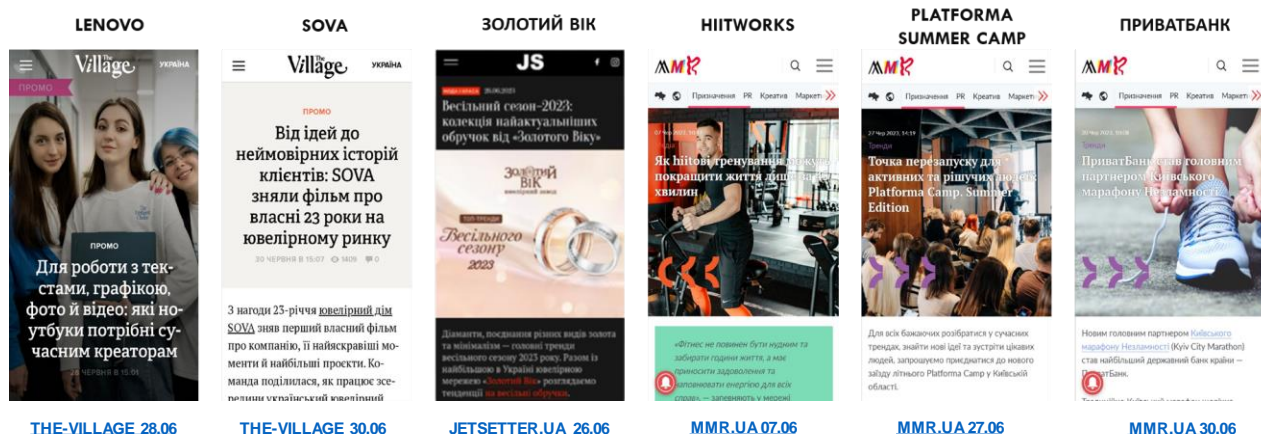
SOVA&HONEY / YAKABOO&ЮНІСЕФ / FROLOV&ЦУМ / LITKOVSKA / BRABRABRA&ХУІЗИТ / ЗОЛОТИЙ ВІК / SOVA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на elle.ua: 1) "SOVA&HONEY презентували благодійний набір печива до міжнародного дня захисту дітей" ([SOVA & HONEY_01.06](#)); 2) "Yakaboo відкриває нову бібліотеку в просторі від ЮНІСЕФ на залізничному вокзалі у Києві" ([Yakaboo & ЮНІСЕФ_08.06](#)); 3) "FROLOV і ЦУМ Київ презентують ексклюзивну колекцію до сезону випускних" ([FROLOV & ЦУМ_15.06](#)); 4) "Довершена незавертність: український бренд LITKOVSKA представляє колекцію pre-ss'24" ([LITKOVSKA_16.06](#)); 5) "brabrabra і "Хуїзит" у колаборції презентують колекцію Гордості" ([brabrabra & Хуїзит_20.06](#)); 6) "Огляд трендових обруччю на весільний сезон – 2023 від лідера ринку – "Золотий Вік" ([Золотий Вік_23.06](#)); 7) "Як створити успішний ювелірний бренд" ([SOVA_30.06](#)).



LENOVO / SOVA / ЗОЛОТИЙ ВІК / HIITWORKS/PLATFORMA SUMMER CAMP/ПРИВАТБАНК: THE-VILLAGE.COM.UA&JETSETTER.UA&MMR.UA

У червні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua, jetsetter.ua, mmr.ua: 1) "Для роботи з текстами, графікою, фото й відео: які ноутбуки потрібні сучасним креаторам" ([Lenovo_28.06](#)); 2) "Від ідей до неймовірних історій клієнтів: SOVA зняли фільм про власні 23 роки на ювелірному ринку" ([SOVA_30.06](#)); 3) "Весільний сезон–2023: колекція найактуальніших обруччю від "Золотого Віку"" ([Hiitworks_07.06](#)); 4) "Як hiitові тренування можуть покращити життя лише за 45 хвилин" ([Hiitworks_07.06](#)); 5) "Точка перезапуску для активних та рішучих людей: Platforma Camp. Summer Edition" ([Platforma Summer Camp_27.06](#)); 6) "ПриватБанк став головним партнером Київського марафону Незламності" ([ПриватБанк_30.06](#)).



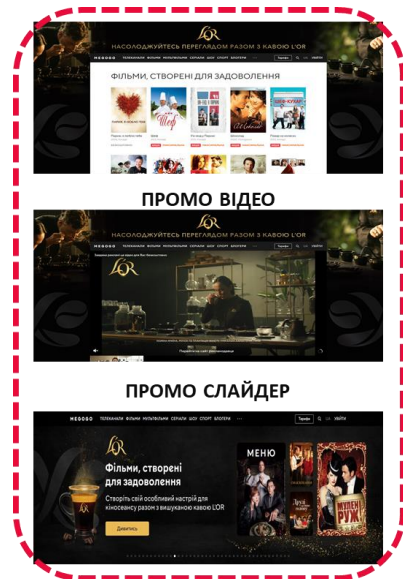
Special projects

JDE (L'OR) & SLOTS CITY & ФАРМАК (ЕСТЕЗИФІН): MEGOGO.NET

ДОБІРКА L'OR

ДОБІРКА SLOTS CITY

ДОБІРКА ЕСТЕЗИФІН

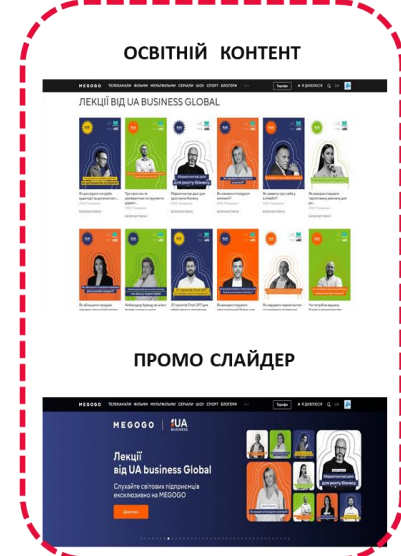
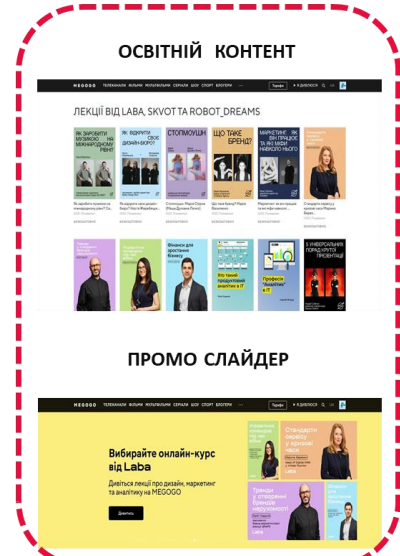
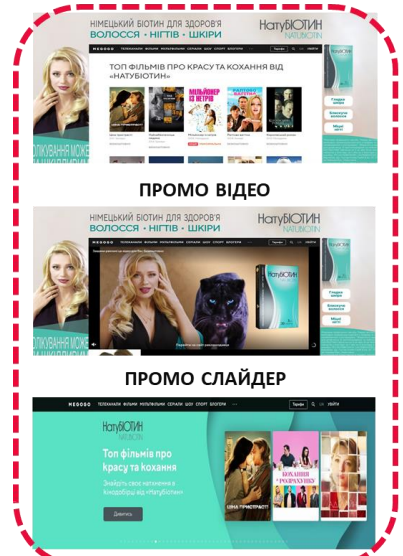


NATUBIOTIN & LABA & BUSINESS GLOBAL: MEGOGO.NET

ДОБІРКА NATUBIOTIN

SPECIAL PROJECT LABA

SPECIAL PROJECT BUSINESS GLOBAL



Special projects

MASTERCARD & 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 червні вийшли такі партнерські проєкти: 1) "Сильні та амбітні. Історії українських підприємців, які надихають" ([MASTERCARD, 16.06](#)); 2) "КРИЗЬ ТЕМНІ ЧАСИ. Як громадські організації партнери коаліції Реанімаційний Паке́т Реформ почали допомагати Україні під час повномасштабного вторгнення." ([Реанімаційний Паке́т Реформ, 15.06](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net.

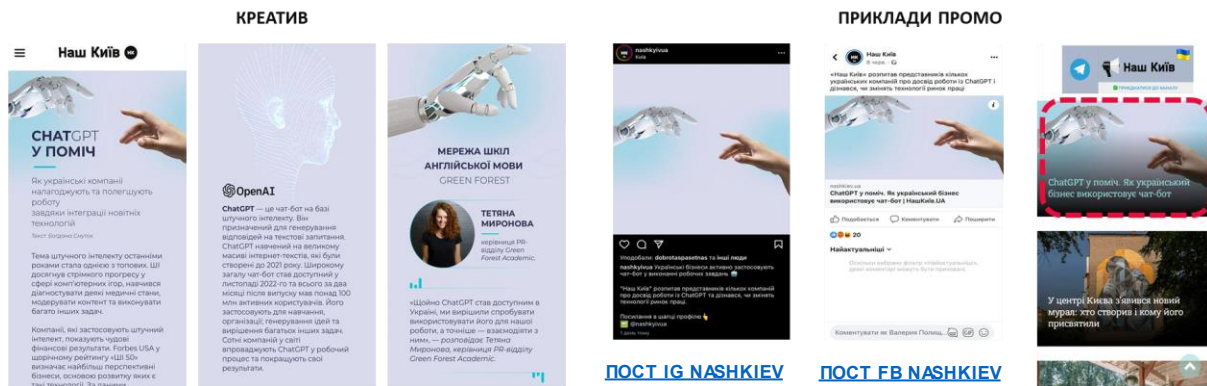


[МАТЕРІАЛ LIGANET](#)

[МАТЕРІАЛ LIGANET](#)

GERMAN MARSHALL FUND: NASHKIEV.UA, "CHATGPT У ПОМІЧ"

- Спецпроєкт "CHATGPT у поміч" на сайті nashkiev.ua реалізований за підтримки German Marshall Fund. В рамках цього проєкту розповідається, як українські компанії налагоджують та полегшують роботу завдяки інтеграції новітніх технологій та детальніше розбирається тема штучного інтелекту (ШІ).
- Додатково проєкт анонсувався на сайті nashkiev.ua та в соцмережах.



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)


АНОНС NASHKIEV

Special projects

GERMAN MARSHALL FUND: NASHKIEV.UA, "ТЕХНОЛОГІЧНА ЕКСПАНСІЯ"

- Спецпроект "Технологічна експансія" на сайті nashkiev.ua реалізований за підтримки German Marshall Fund. У рамках цього проекту розповідається, як інтернет, мобільний зв'язок та онлайн-банкінг підкорили українців. А ще – як за роки Незалежності технології докорінно змінили українську реальність та стали невід'ємною частиною нашого життя.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті nashkiev.ua та в соцмережах.

КРЕАТИВ



ТЕХНОЛОГІЧНА ЕКСПАНСІЯ
ЯК ІНТЕРНЕТ, МОБІЛЬНИЙ ЗВ'ЯЗОК ТА ОНЛАЙН-БАНКІНГ ПІДКОРИЛИ УКРАЇНЦІВ

За роки Незалежності технології докорінно змінили українську реальність. У 1991 році майже ніхто навіть не чув про інтернет, мобільний зв'язок і темніше про онлайн-банкінг. А зараз вони стали невідомою частинкою нашого життя.

Текст: Вікторія Павлюк

Увійти в мережу

КРЕАТИВ

По-перше, на початку інтернет був дуже повільним – 25 кБіт/с. Це приблизно 24 000 разів менше, ніж швидкість інтернету зараз у середнестатистичному українському домі. За таких умов фото зі смартфона пересяглося б кілька годин, а відео – кілька днів.

По-друге, інтернет містить надто багато меншої цінної інформації для персонального користувача.

ОЛЕКСІЙ БАЛЮРА
Спеціалізований проєктувальник, дизайнер.

КРЕАТИВ

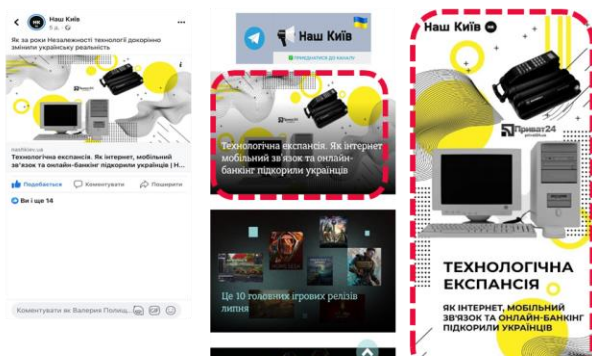
Мобільна альтернатива

ВІКТОРІЯ ПАВЛЮК
пресекретарка Vodafone Україна

Мобільний зв'язок запровадили в Україні в березні 1993 року. Вікторія Павлюк, пресекретарка Vodafone Україна, розповідає, що саме той спробиєчний період і на той час єдиного мобільного оператора ЗМЄ (нині Vodafone) зробив великий крок для перевірки обслуговування та якості ідентифікації в мережі. Спроби, вдалою чи ні, залишилися маркованими.

А от і людина, телефону розмову президента Леоніда Кравчука з лідером Надіїв у Навальній Палаті в Києві він показав по мобільному. Тоді саме з

ПРИКЛАДИ ПРОМО



ПОСТ FB NASHKIEV

АНОНС NASHKIEV

БАНЕР НА САЙТІ

[СТОРИНКА ПРОЄКТУ](#)

[ПОСТ FB NASHKIEV](#)


[АНОНС NASHKIEV](#)

[БАНЕР НА САЙТІ](#)

ОЩАДБАНК: VOGUE.UA

- Вихід книги "Сучасна українська проза та поезія у Vogue Ukraine Edition" та її презентація на "Книжковому Арсеналі" відбулися за підтримки Ощадбанку. На презентації збірки членкиня наглядової ради Ощадбанку Роза Тапанова говорила про особливу роль мистецтва під час війни і не тільки. Придбати книгу можна [за посиланням на посадкову](#), яка була спеціально розроблена для цієї мети на сайті vogue.ua.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті vogue.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ



ЗАМОВИТИ КНИГУ

КРЕАТИВ

Ціна в гривні актуальна у разі доставки тільки по Україні

Ціна в євро – тільки доставка в інші країни

Надання на Україну здійснюється виключно шляхом доставки за рахунок Поштовий (у відповідній або поштомат, кур'єрська доставка не передбачена)

Доставка в інші країни здійснюється виключно у відповідності з персональним рішенням оператору. Доставка в інші країни – за рахунок клієнта.

Надання замовлення здійснюється протягом 10 робочих днів з моменту отримання заявки. Доставка по Україні – 1-3 дні. На сайті – від 20 днів.

Спеціалізований проєктувальник, дизайнер Вікторія Павлюк, пресекретарка Vodafone Україна, розповідає, що саме той спробиєчний період і на той час єдиного мобільного оператора ЗМЄ (нині Vodafone) зробив великий крок для перевірки обслуговування та якості ідентифікації в мережі. Спроби, вдалою чи ні, залишилися маркованими.

А от і людина, телефону розмову президента Леоніда Кравчука з лідером Надіїв у Навальній Палаті в Києві він показав по мобільному. Тоді саме з

VOUCHER

Доставка по Україні тільки поштою

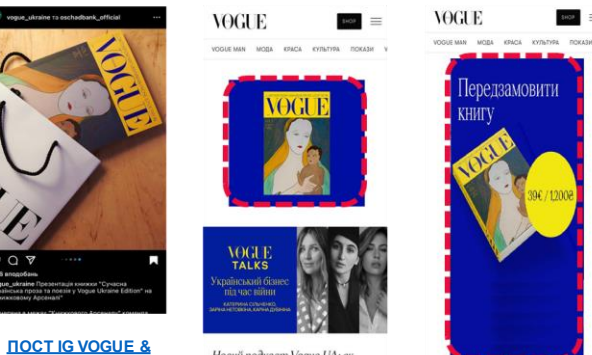
Доставка за кордон тільки кур'єром

VISA

Доставка по Україні тільки поштою

Доставка за кордон тільки кур'єром

ПРИКЛАДИ ПРОМО



ПОСТ IG VOGUE & OSCHADBANK

АНОНС VOGUE

БАНЕР VOGUE

Special projects

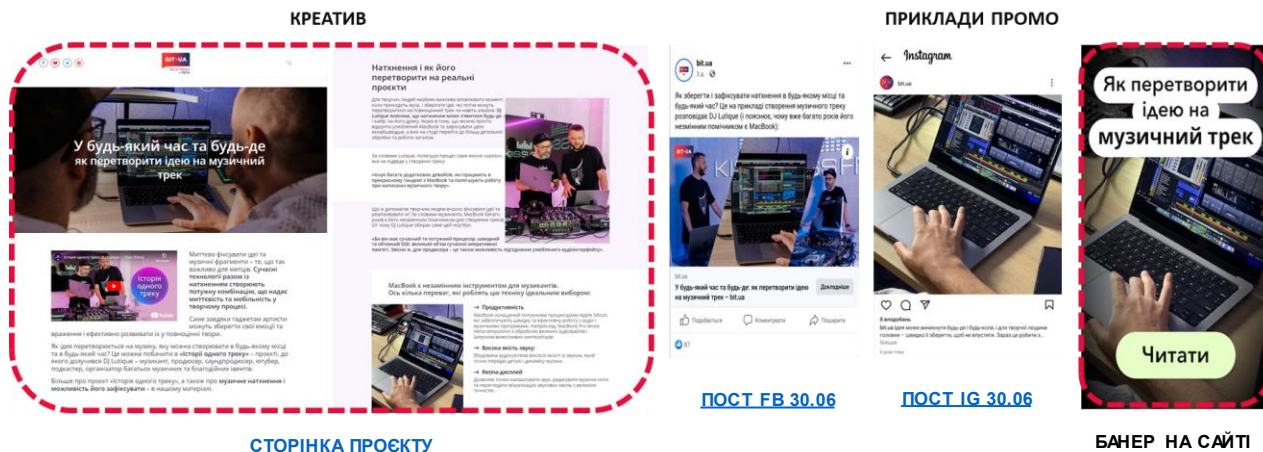
GLO™: BIT.UA, "КРИЗЬ СТОРІЧЧЯ"

- BIT.UA разом із брендом glo™ HYPER X2 AIR у спецпроекті "Кризь сторіччя. Візуальний код українців" досліджують, яким чином проявлялась українськість, як збереглися її прояви та які візуальні елементи наразі виділяють нас серед інших. Той культурний код, за яким нас можна впізнати де завгодно.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах BIT.UA.



DJ LUTIQUE VS MACBOOK: BIT.UA, "ІСТОРІЯ ОДНОГО ТРЕКУ"

- Як ідея перетворюється на музику, яку можна створювати в будь-якому місці та в будь-який час, можна побачити на BIT.UA в "Історії одного треку" – проєкті, до якого долучився DJ Lutique – музикант, продюсер, саундпродюсер, ютубер, подкастер, організатор багатьох музичних та благодійних івентів. А ще в цьому матеріалі органічно згадується MacBook від Apple.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах BIT.UA



Special projects

SLOTS CITY: 24TV.UA "ШАНС НА УСПІХ"

- 24TV.UA у спецпроекті "Шанс на успіх" за підтримки Slots City в червні продовжують серію PR-публікацій про видатних людей України та світу.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 13.06](#); [пост 23.06](#); [пост 30.06](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЯ

Мерлін Монро – найвідоміша акторка Голлівуду, яка виборола свій шанс знятися в культовому кіно

Кіно мова Ада про білосніжку, перша ім'я, що спалах на думку... це Мерлін Монро. І це дивно, адже ця жінка не тільки стала кіновою зіркою, ще й обрала і дові наслідувати, але в легендарно цікавості, яка підкорює весь світ.

[МАТЕРІАЛ 07.06](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ

Леоїд Каденюк – видатний українець, який отримав шанс створити культові комікси Marvel

[FB 13.06](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

ШАНС НА УСПІХ

ІСТОРІЯ ЛЮДЕЙ

ШАНС ТАМ ДЕ УЩЕ

БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

RAIFFEISEN BANK & VISA: 24TV.UA, "СМАРТ-ЗАОЩАДЖЕННЯ"

- 24TV.UA за підтримки Raiffeisen Bank та Visa в спецпроекті "Смарт-заощадження" в червні продовжують серію PR-публікацій про заощадження.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 07.06](#); [пост 12.06](#); [пост 22.06](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЯ

Від продуктів до одягу: на яких витратах можна заощадити та як це зробити

Кожу безпечно можна пережити свій підхід до особистої кошти і їх заощадження. За жовт 8 не було вашої єдиної мети, буде більш адекватна, ви допоможете скоротити витрати, не погіршуючи при цьому якість життя.

[МАТЕРІАЛ 06.06](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ

Віртуальна та фізична скарбничка: яке рішення для заощаджень підійде саме вам

[FB 07.06](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

ВІРТУАЛЬНА РАЙКАРТКА + VISA GOLD

Безкоштовне відкриття

Оформити

БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

Special projects

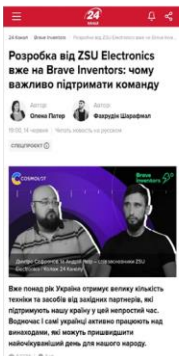
COSMOLOT: 24TV.UA, "BRAVE INVENTORS"

- 24TV.UA за підтримки компанії Cosmolot в червні продовжують серію PR-публікацій про винахідників та їх винаходи в спецпроекті Brave Inventors.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 07.06](#); [пост 15.06](#); [пост 25.06](#)).

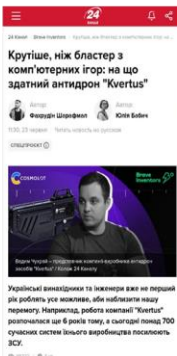
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[МАТЕРІАЛ 07.06](#)

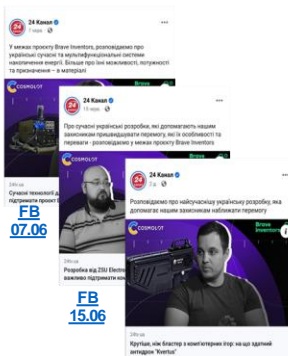


[МАТЕРІАЛ 14.06](#)



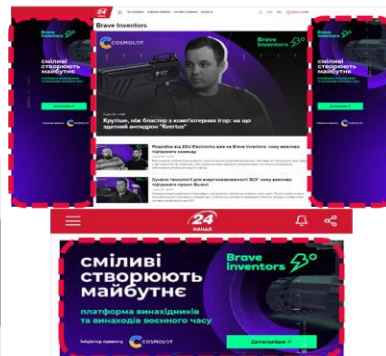
[МАТЕРІАЛ 23.06](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[FB 23.06](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

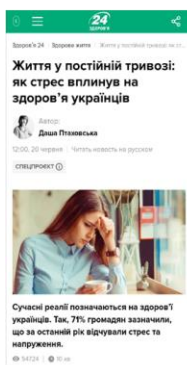


БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

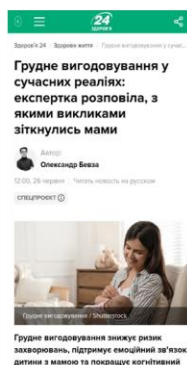
BAYER: 24TV.UA, "ЗДОРОВ'Я СЬОГОДНІ"

- У червні на 24TV.UA вийшли 2 PR-публікації в рамках спецпроект "Здоров'я сьогодні". Спонсором проєкту є компанія Байєр.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 20.06](#); [пост 26.06](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[МАТЕРІАЛ 20.06](#)



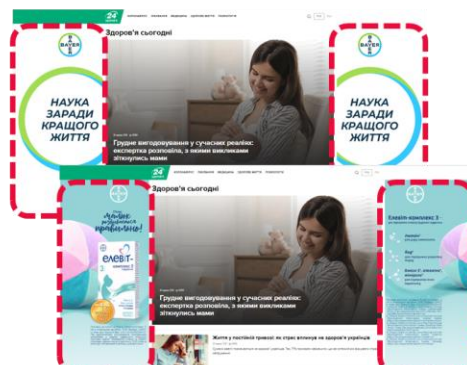
[МАТЕРІАЛ 26.06](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[FB 26.06](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

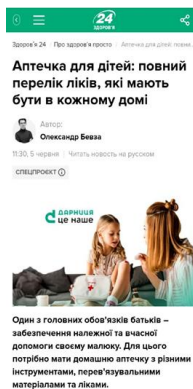


Special projects

ДАРНИЦЯ: 24TV.UA, "ПРО ЗДОРОВ'Я ПРОСТО"

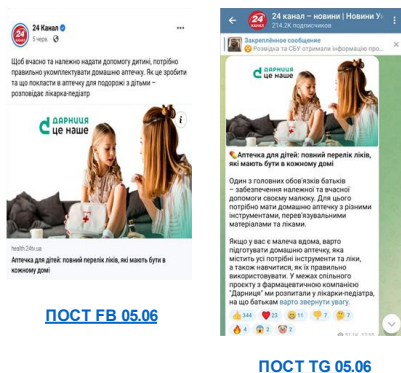
- 24TV.UA спільно з партнером фармацевтичною компанією "Дарниця" в рамках спецпроєкту "Про здоров'я просто" в червні опублікували ще один матеріал про здоров'я.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA.

ПР ПУБЛІКАЦІЯ

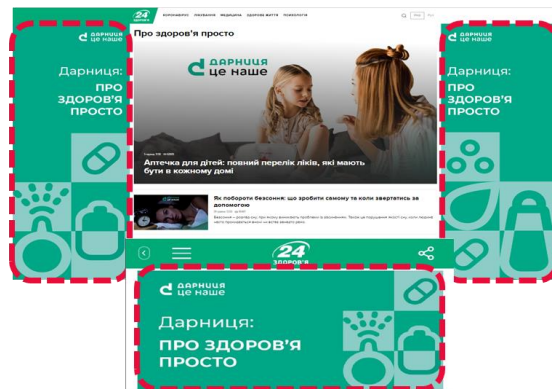


[МАТЕРІАЛ 05.06](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



СТОРІНКА ПРОЄКТУ



БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

КРЕАТИВНИКИ ЗАПУСТИЛИ САЙТ ОФІЦІЙНИХ КОЛЬОРІВ УКРАЇНСЬКОГО ПРАПОРА

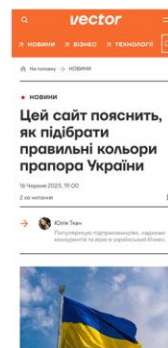
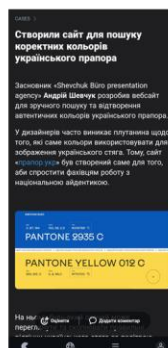
- Креативники запустили вебсайт прапор.укр для зручного пошуку та відтворення автентичних кольорів українського прапора. Проєкт, реалізований засновником "Shevchuk Büro presentation agency" Андрієм Шевчуком та дизайнером Іваном Вергуном, розрахований на дизайнерів та ілюстраторів, які звертаються у своїй роботі до української національної айдентики.
- Новина була опублікована на ресурсах творців, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

КОЛЬОРИ ПРАПОРУ



[ПРАПОР.UKR](#)

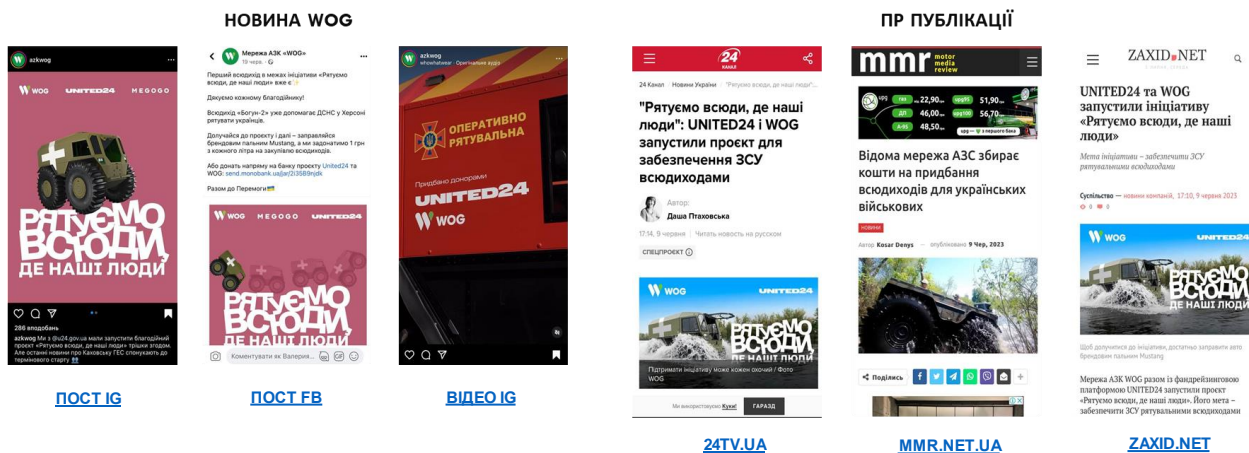
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



Кампанії військової тематики

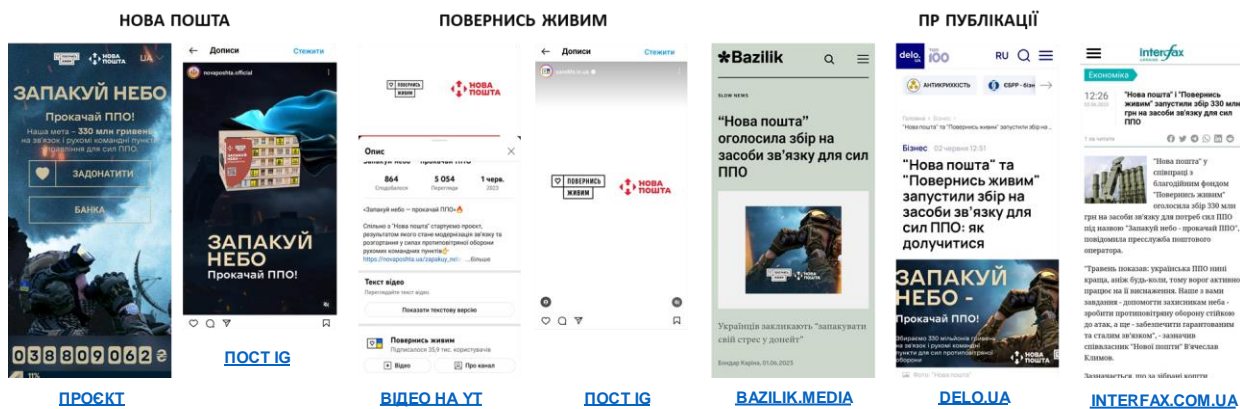
WOG & UNITED24 ЗАПУСТИЛИ ПРОЄКТ "РЯТУЄМО ВСЮДИ, ДЕ НАШІ ЛЮДИ"

- Мережа АЗК WOG разом із фандрейзинговою платформою UNITED24 запустили проєкт "Рятуємо всюди, де наші люди". Його мета – забезпечити ЗСУ рятувальними всюдиходами "Богун-2", які можуть здійснювати евакуацію з місць, важкодоступних для звичайної евакуаційної техніки.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.



ПРОЄКТ "ЗАПАКУЙ НЕБО – ПРОКАЧАЙ ППО" ВІД "НОВА ПОШТА" ТА БФ "ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ"

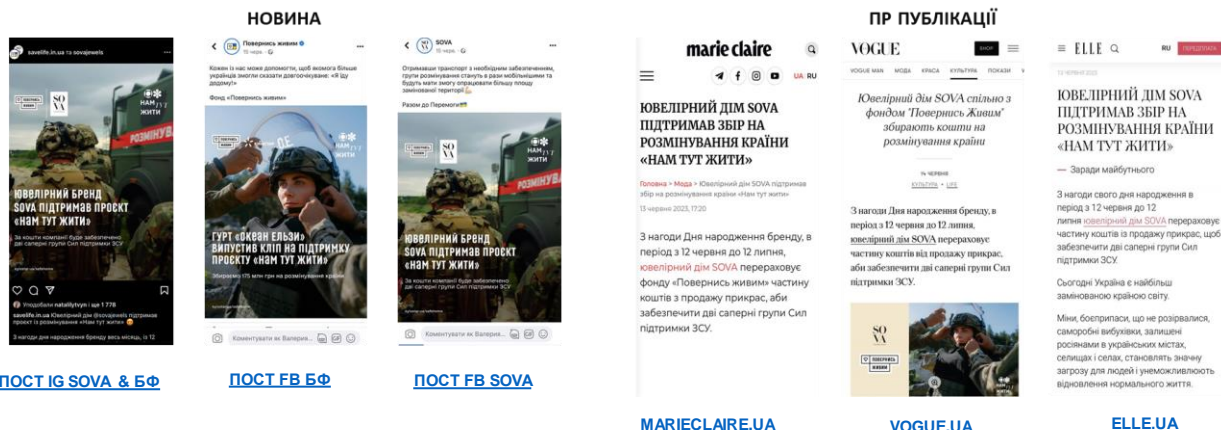
- "Нова пошта" та Фонд компетентної допомоги армії "Повернись живим" запустили спільний благодійний проєкт "Запакуй небо – прокачай ППО". Його мета – зібрати 330 мільйонів гривень на сучасні засоби зв'язку для сил протиповітряної оборони.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



Кампанії військової тематики

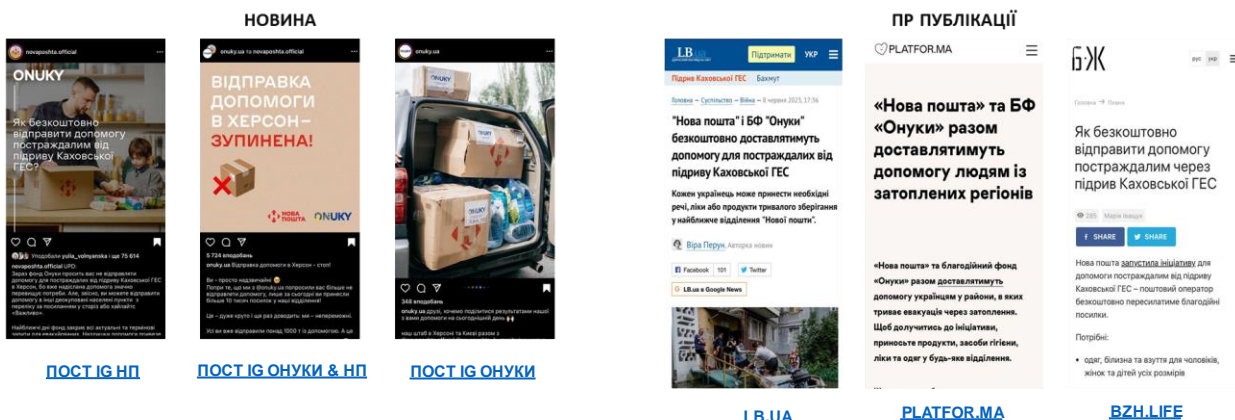
SOVA СПІЛЬНО З БФ "ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ" ЗБИРАЮТЬ КОШТИ НА РОЗМІНУВАННЯ КРАЇНИ

- Ювелірний дім SOVA підтримав збір на розмінування країни "Нам тут жити". З нагоди Дня народження бренду, в період з 12 червня до 12 липня, ювелірний дім SOVA перерахує фонду "Повернись живим" частину коштів з продажу прикрас, аби забезпечити дві саперні групи Сил підтримки ЗСУ.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.



"НОВА ПОШТА" І БФ "ОНУКИ" БЕЗКОШТОВНО ДОСТАВЛЯЮТЬ ДОПОМОГУ ДЛЯ ПОСТРАЖДАЛИХ ВІД ПІДРИВУ КАХОВСЬКОЇ ГЕС

- "Нова пошта" із благодійним фондом "Онуки" безкоштовно доставляють гуманітарну допомогу для постраждалих від підриву Каховської ГЕС. БФ "Онуки" склали список найнеобхідніших речей, яких потребують жителі населених пунктів, які опинилися в зоні катастрофи. Щоб відправити посилку з допомогою для постраждалих, треба принести необхідне на відділення, передати оператору, а отримувачем вказати БФ "Онуки" та зазначити, що відправлення за рахунок отримувача.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.



Кампанія військової тематики

"ПОШУК ЗНИКЛИХ": КАТЯ ОСАДЧА ТА УКРАЇНСЬКИЙ БРЕНД ONE BY ONE ВИПУСТИЛИ БЛАГОДІЙНИЙ ДРОП

- Телеведуча Катерина Осадча разом із українським брендом "One by One" презентувала нову колекцію на підтримку діяльності волонтерської ініціативи "Пошук зниклих". Місія пошуку зниклих людей під час військових дій – найважливіший сенс, який закладено в колекцію.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

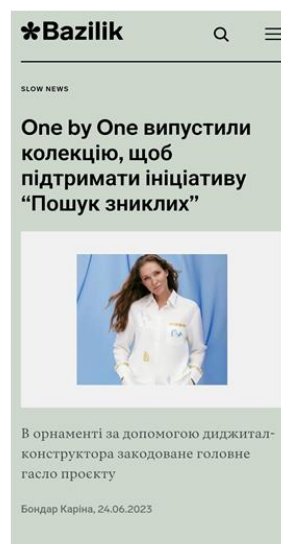
НОВИНА



[ONEBYONE.UA](https://onebyone.ua)



[ПОСТ IG ОСАДЧА & ONE BY ONE](https://www.instagram.com/kosadcha)



[BAZILIK.MEDIA](https://www.bazilik.media)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[NASHKIEV.UA](https://nashkiev.ua)



[VIVA.UA](https://viva.ua)

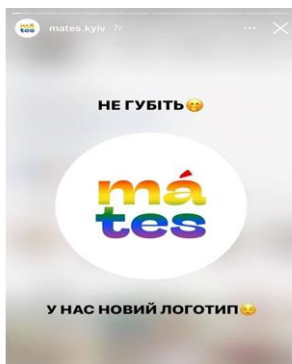


[PRAVDA.COM.UA](https://pravda.com.ua)

Ситуаційні рекламні кампанії

СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ ДО PRIDE MONTH

MATES



КІЇВ24



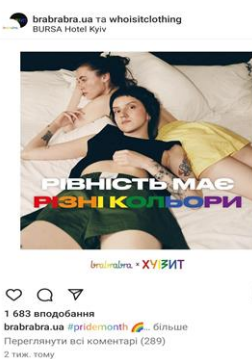
КІЇВ FM



COMFY



BRABRABRA



СЕНС



VYDAVNYSTVO



MFA UA



LOVESPACE



AXON PARTNERS

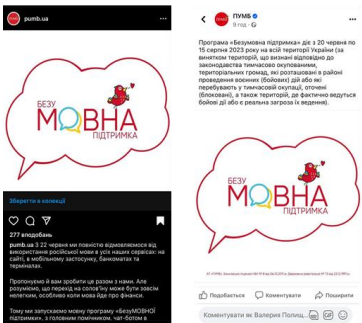


Поточні рекламні кампанії

ПЕРЕХОДЬ НА УКРАЇНСЬКУ ЛЕГКО З ЧАТ-БОТОМ ВІД ПУМБ


- ПУМБ ініціює програму Безумовної підтримки для всіх українців. Аби швидко та легко разом зі своїми клієнтами, працівниками та всіма охочими опанувати українську, ПУМБ започатковує мовну програму з головним помічником – **чат-ботом "Безумовна підтримка"**. Бот підкаже переклад, вимову і значення фінансових термінів, підбадьорить та змотивує переходити на українську в повсякденному житті.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА ПУМБ




ПОСТ IG **ПОСТ FB**

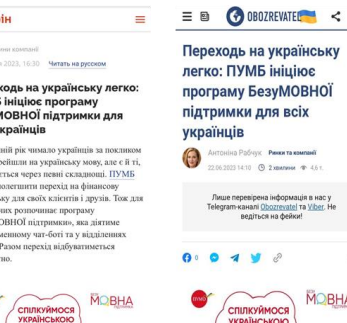
PR ПУБЛІКАЦІЇ



UNIAN.UA



MINFIN.COM.UA

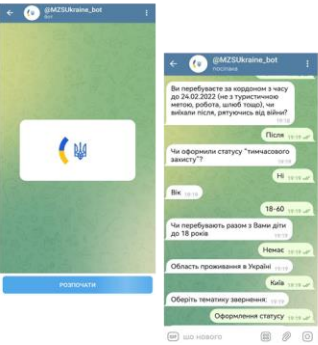


OBOZREVATEL.COM

МЗС І WHITEBIT ЗАПУСТИЛИ ЧАТ-БОТ ДЛЯ ДОПОМОГИ В КОНСУЛЬСЬКИХ ПИТАННЯХ


- Міністерство закордонних справ за підтримки криптовалютної біржі WhiteBit запустили чат-бот у Telegram для допомоги українцям у консульських питаннях. Чат-бот може "проконсультувати" щодо найбільш поширених звернень, як-от правила переїзду до іншої країни, оформлення тимчасового захисту, соціальне забезпечення, повернення в Україну консульські послуги.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

МЗС

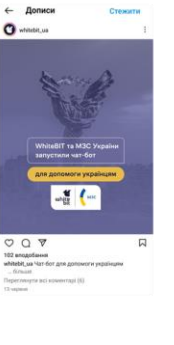


ЧАТ-БОТ

НОВИНА

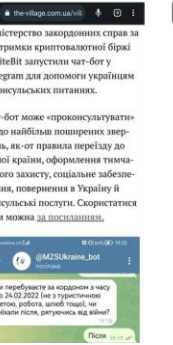


MFA.GOV.UA

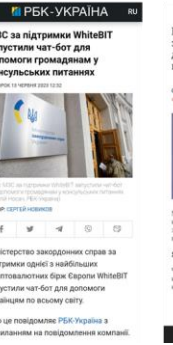


WHITEBIT IG

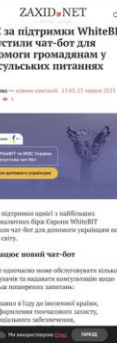
PR ПУБЛІКАЦІЇ



THE-VILLAGE



RBC.UA

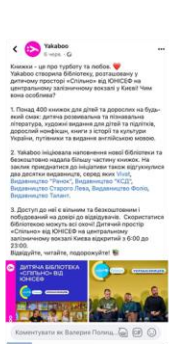


ZAXID.NET

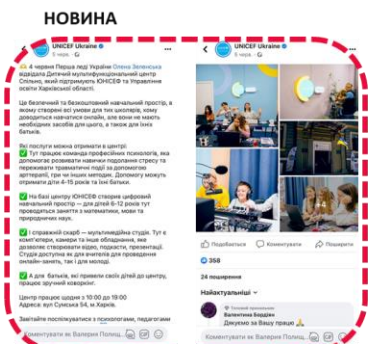
Поточні рекламні кампанії

YAKABOO ВІДКРИВАЄ НОВУ БІБЛІОТЕКУ В ПРОСТОРИ ВІД UNICEF

- Національна книжкова платформа Yakaboo разом з видавцями створила особливу бібліотеку на залізничному вокзалі у Києві. Вона розташована у дитячому просторі "Спільно" від Unicef Iron Land, який організований для зручного перебування батьків із дітьми різного віку та надання їм розважальних, освітніх та психологічних послуг.
- Новина була опублікована в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.



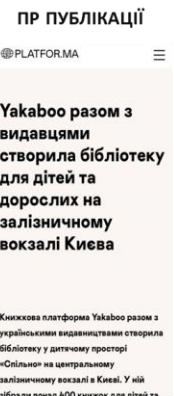
[ПОСТ FB YAKABOO](#)



[ПОСТ FB UNICEF](#)



[DETECTOR](#)



[PLATFOR.MA](#)



[ELLE.UA](#)

"ГАЛИЧИНА" ТА BICKERSTAFF.836 СТВОРИЛИ КАМЕРУ-ОБСКУРУ З БАНОЧКИ ЙОГУРТУ І ЗНЯЛИ НА НЕЇ РЕКЛАМУ

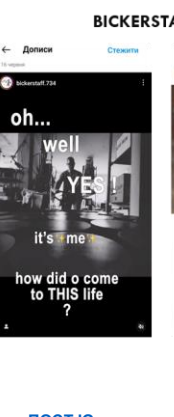
- Агенція Bickerstaff.836 зняла рекламу для Карпатського йогурту "Галичина" на його ж власну баночку. З неї зробили камеру-обскуру – прототип першого у світі фотоапарата. На сайті "Галичини" також додали [покрокову інструкцію](#), як зробити власну камеру.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



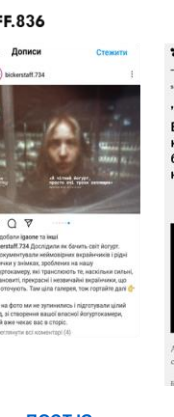
[GALYCHYNA.COM.UA](#)



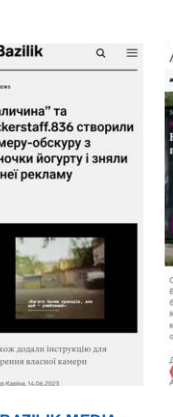
[ПОСТ IG](#)



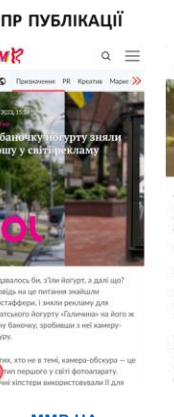
[ПОСТ IG](#)



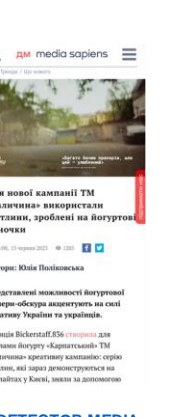
[ПОСТ IG](#)



[BAZILIK.MEDIA](#)



[MMR.UA](#)



[DETECTOR.MEDIA](#)



ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ



Висновки

У другому кварталі 2023 року нестандартні кейси були згруповані в такі блоки: партнерство, спецпроекти, кампанії військової тематики, благодійні кампанії, ситуаційні рекламні кампанії, поточні рекламні кампанії. Далі детальніше про ключові тенденції та найбільш яскраві приклади.

Напрямок **партнерства** в квітні та травні не відзначався великою активністю, а от червень здивував найбільшою кількістю публікацій в інтернеті, у порівнянні з попередніми місяцями. Із позитивного слід відмітити, що в креативі бренди використовували гумор, як от смішні оповідання в [кейсі арт-колаборації](#) COMFY з київським письменником Антоном Фрідляндом. А ще – турботу, коли бізнеси теж могли запитати своїх клієнтів і працівників "Ти як?", як от в [кейсі колаборації Всеукраїнської програми ментального здоров'я "Ти як?", Banda Agency та 6-ти брендів](#) (АТБ, Форс, Фокстрот, SOCAR, EPAM та 1+1 Media). Також продовжували запускатися продуктові кампанії, наприклад, український бренд [CHER'17 та INTERTOP представили лімітовану колекцію взуття](#).

В основі більшості **спеціальних проєктів** ключовими залишалися теми підтримки українців та української культури, досягнення успіху та здійснення мрій. Так, наприклад, фармацевтична компанія "Дарниця" в рамках [спецпроекту "Про здоров'я просто"](#) відповідала на поширені питання українців в серії ПР-матеріалів на сайті 24tv.ua протягом трьох місяців підряд. А український бренд жіночого одягу Cher'17, за підтримки креативної агенції DRAMA QUEEN, [презентували нову кампанію "Краса врятує"](#), в якій показали, як жінки самостійно вибудовують своє життя та досягають успіху без сторонньої допомоги.

Кампанії військової та благодійної тематики не втратили свою актуальність, максимально залучали до зборів коштів та сприяли підняттю важливих тем. У своїх комунікаціях бренди виконували просвітницьку функцію, наприклад, "Козацька Рада" в квітні продовжила серію публікацій в рамках [проєкту "Зброя перемоги"](#), в яких розкривається більше цікавих деталей про зброю, що вже допомагає українським військовим на полі бою. А Veteran Hub разом із Patsany Agency в травні запустили [освітню кампанію "Ти, головне, Любись"](#) про сексуальне життя для воїнів, які мають бойові поранення. Ще клієнти старалися залучити аудиторію інтерактивними проявами, наприклад, у ["Дії" з'явилася нова гра "Армія дронів"](#), де можна стати оператором дрона, нищити російську техніку, а також задонатити на ЗСУ. А от YASNO у співпраці з українським виробником настільних ігор ORNER запустили у продаж [благодійний пазл "Як українці з відключеннями світла боролись"](#).

Висновки

У **ситуаційній реакції брендів** на поточні події спостерігалось різке зменшення кількості учасників, які реагували на той чи інший ситуатив. Якщо раніше приклади можна було зустріти скрізь з неодноразовим повторенням, то зараз треба постаратися, щоб знайти хоч якісь кейси, особливо великих брендів. Це пов'язано з загальною виснаженістю від війни та відсутністю яскравих інфоприводів, які б клієнти могли використовувати в своїх комунікаціях. Тим не менш, **у квітні** відбулись рекламні кампанії присвячені Великодню та наступу інопланетян. Наприклад, проекти бренду "Олейна", які ми реалізували разом з клієнтом Bunge на сайтах elle.ua (["Спецтема: Великодній стіл"](#)) та nv.ua (["Святкові смаки: від Великодня до барбекю"](#)), мали гарний відгук в соцмережах. А от **у травні** клієнти вітали свою аудиторію з Днем вишиванки та Днем матері, а ще привертали увагу реакціями на – Met Gala (Алло, Цитрус, Київстар), вибухи в москві (Комфі, Цитрус, Elmir.ua) та 200 тисяч орків (Uklon, АТБ, Ощадбанк). При цьому найбільш яскравим кейсом ситуативу другого півріччя стала реакція брендів **в червні** на Pride Month (від Comfy, brabrabra, MFA тощо).

В **поточних рекламних кампаніях** можна було зустріти, як запуски перших великих кампаній. Наприклад, [MasterZoo спільно з агентством Taktika](#) розробили рестайлінг айдентики, представили нову бренд-стратегію та першу велику рекламну кампанію на українському ринку. Так і просто нагадування про себе, як от [кейс українського бренду "Mr.Grill"](#), який запустив рекламну кампанію, щоб розповісти про свою історію, тривалість в 15 років, ключовим повідомленням якої є – "Ті самі хот-доги з АЗК". Окремо слід відмітити кейси, які свідчать про бажання змін та оновлення, а саме: [оновлений візуальний стиль від MEGOGO](#) та [проект ребрендингу міста Житомир](#).

Загалом другий квартал почав набирати оберти у порівнянні з першим півріччям поточного року. Єдине, об'єм партнерських проявів та кількість спецпроектів значно зменшилися у травні. При цьому у червні навпаки, спостерігалось збільшення активності. Крім цього, відновили свою активність ті клієнти (наприклад, Bunge з брендом "Олейна", JDE з брендом L'OR тощо), які не були в розміщенні в 2022 році, що говорить про позитивні тенденції до збільшення нестандартних кейсів в наступних кварталах 2023 року.