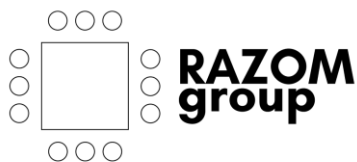




Digital кейси 2023

Видано у січні 2024



● Зміст

03 Команда проєкту

04 Жовтень

Приклади розміщень партнерства, спецпроєкти, кампанії військової тематики та трендові кампанії

19 Листопад
Трендові кейси, кампанії військової тематики, партнерство, спецпроєкти та благодійні кампанії

34 Грудень
Партнерство, спецпроєкти, новорічні та різдвяні рекламні кампанії, ситуаційні рекламні кампанії

50 Висновки четвертого кварталу 2023

● Команда проєкту:



Ольга Соловйова

Head of Strategic Havas Media Ukraine



Марина Захарова

Digital Head Havas Media Ukraine



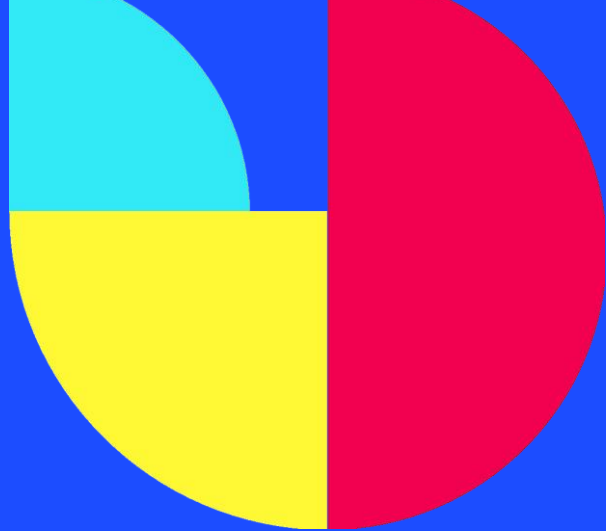
Валерія Поліщук

Digital Media Planner Havas Media Ukraine

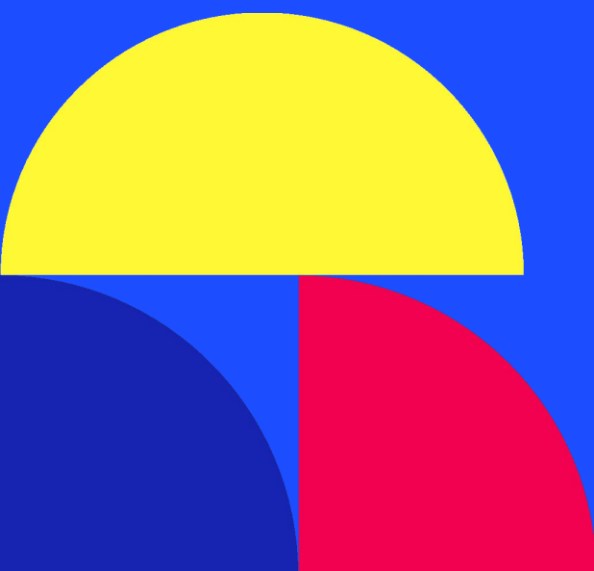


Марина Малишева

Digital Media Planner Havas Media Ukraine

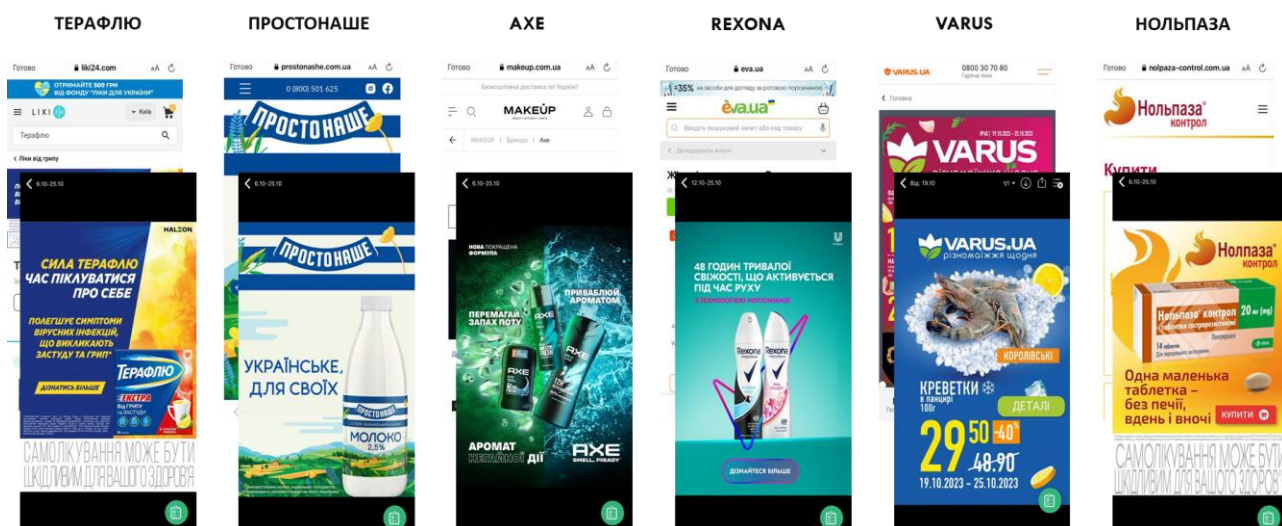


ЖОВТЕНЬ



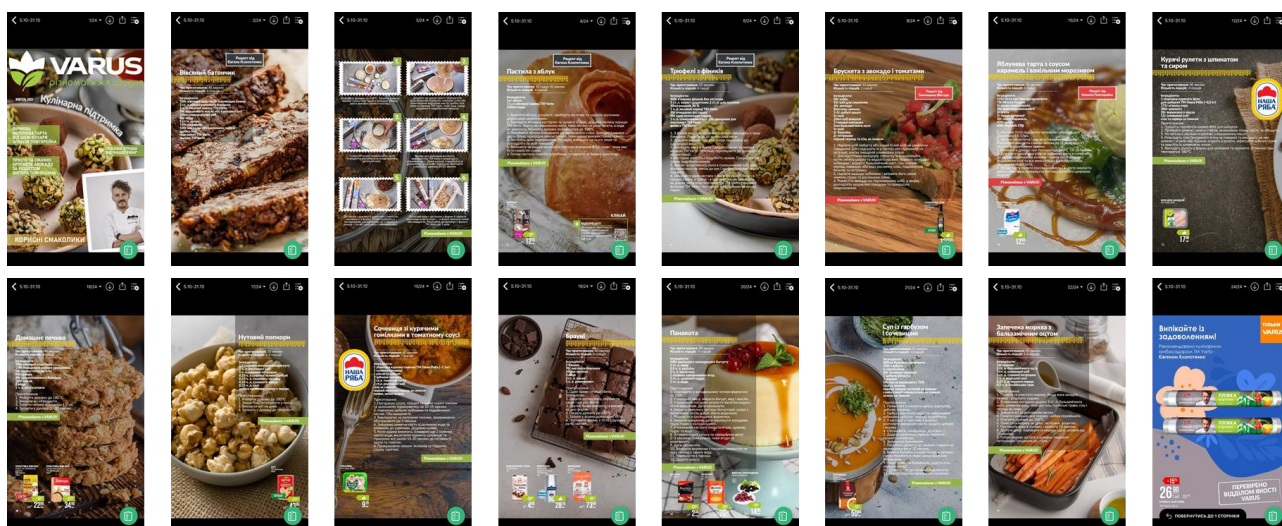
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ В VLIX UKRAINE

У жовтні в додатку Vlix Ukraine вийшов випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проекту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus, були зібрані рецепти "Різномаїжжя щодня" Корисні смаколики.



Партнерство

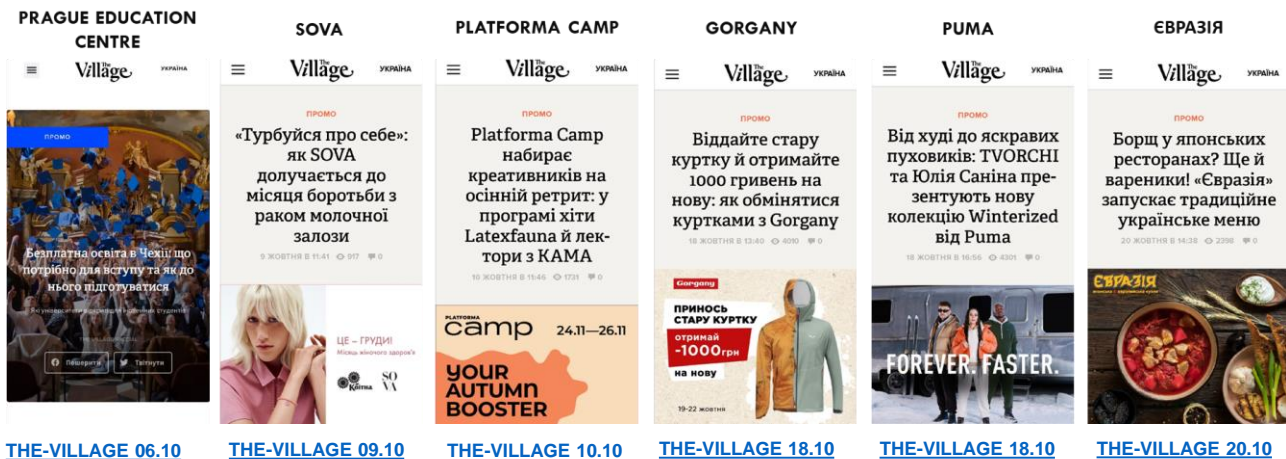
BROCARD/ KitKat / BMW Україна / BOBKOVA / NADYA DZYAK / GNZ: MARIECLAIRE.UA & VOGUE.UA

У жовтні вийшли такі партнерські матеріали на marieclaire.ua та vogue.ua 1) "Beauty-рятівники: новинки косметичних брендів, які допоможуть завжди виглядати ідеально" ([BROCARD, 24.10](#)); 2) «Особливі Instagram-маски доповненої реальності від KitKat» ([KITKAT, 31.10](#)); 3) «BMW Україна презентувала найочікуваніші автомобільні новинки 2024 року» ([BMW Україна, 03.10](#)); 4) "Сила та крихкість у колекції BOBKOVA осінь-зима 2023/24" ([BOBKOVA, 04.10](#)); 5) "Наївне мистецтво Поліни Райко у новій колекції NADYA DZYAK" ([NADYA DZYAK, 08.10](#)); 6) "Back to office: нова колекція українського бренду GNZ." ([GNZ, 31.10](#)).



PRAGUE EDUCATION CENTRE / SOVA / PLATFORMA CAMP / GORGANY / PUMA / ЄВРАЗІЯ: THE-VILLAGE.COM.UA

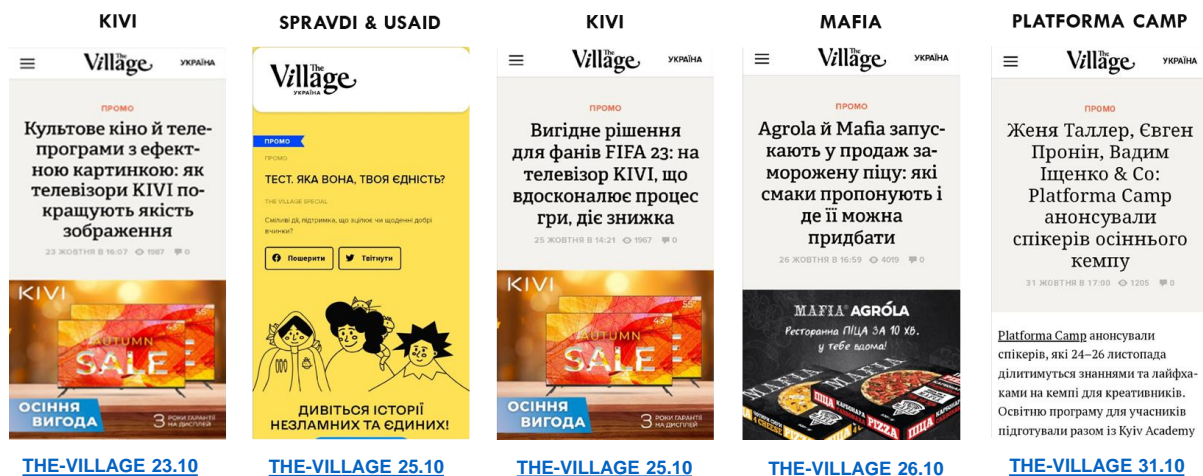
У жовтні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Безплатна освіта в Чехії: що потрібно для вступу та як до нього підготуватися" ([Prague Education Centre, 06.10](#)); 2) "Турбуйся" про себе: як SOVA долучається до місяця боротьби з раком молочної залози" ([SOVA, 09.10](#)); 3) "Platforma Camp набирає креативників на осінній ретрит: у програмі хіти Latexfauna й лектори з KAMA" ([Platforma Camp, 10.10](#)); 4) "Віддайте стару куртку й отримайте 1000 гривень на нову: як обмінятися куртками з Gorgany" ([Gorgany, 18.10](#)); 5) "Від худі до яскравих пуховиків: TVORCHI та Юлія Саніна презентують нову колекцію Winterized від Puma" ([Puma, 18.10](#)); 6) "Борщ у японських ресторанах? Ще й вареники! «Євразія» запускає традиційне українське меню" ([Євразія, 20.10](#)).



Партнерство

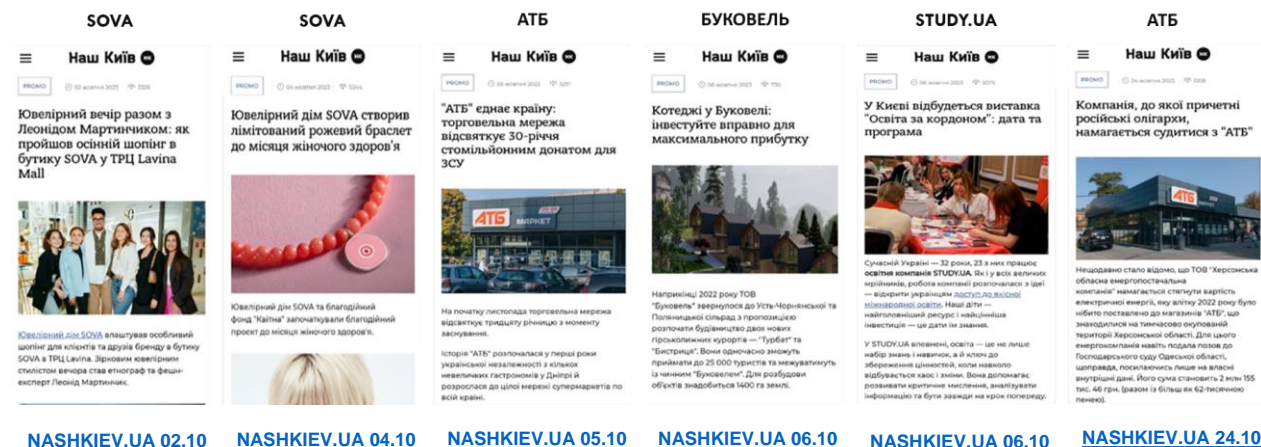
KIVI / SPRAVDI & USAID / MAFIA / PLATFORMA CAMP: THE-VILLAGE.COM.UA

У жовтні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Культове кіно й телепрограми з ефектною картинкою: як телевізори KIVI покращують якість зображення" ([KIVI, 23.10](#)); 2) "ТЕСТ. ЯКА ВОНА, ТВОЯ ЄДНІСТЬ?" ([SPRAVDI & USAID, 25.10](#)); 3) "Вигідне рішення для фанів FIFA 23: на телевізор KIVI, що вдосконалює процес гри, діє знижка" ([KIVI, 25.10](#)); 4) "Agrola й Mafia запускають у продаж заморожену піцу: які смаки пропонують і де її можна придбати" ([Mafia, 26.10](#)); 5) "Женя Таллер, Євген Пронін, Вадим Іщенко & Co: Platforma Camp анонсували спікерів осіннього кемпу" ([Platforma Camp, 31.10](#)).



SOVA / АТБ / БУКОВЕЛЬ / STUDY.UA: NASHKIEV.UA

У жовтні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "Ювелірний вечір разом з Леонідом Мартинчиком: як пройшов осінній шопінг в бутику SOVA у ТРЦ Lavina Mall" ([SOVA, 02.10](#)); 2) "Ювелірний дім SOVA створив лімітований рожевий браслет до місяця жіночого здоров'я" ([SOVA, 04.10](#)); 3) "АТБ" єднає країну: торговельна мережа відсвяткує 30-річчя стомільйонним донатом для ЗСУ" ([АТБ, 05.10](#)); 4) "Котеджі у Буковелі: інвестуйте вправно для максимального прибутку" ([Буковель, 06.10](#)); 5) "У Києві відбудеться виставка "Освіта за кордоном": дата та програма" ([STUDY.UA, 06.10](#)); 6) "Компанія, до якої причетні російські олігархи, намагається судитися з "АТБ"" ([АТБ, 24.10](#)).



Партнерство

KITKAT / SOVA / LOGITECH / NO STARS: NASHKIEV.UA & BIT.UA & MMR.UA

У жовтні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua, bit.ua, mmr.ua: 1) "Перерва на спокій від KitKat: дихальні вправи для зняття тривожності та стресу" ([KitKat, 27.10](#)); 2) "Гор Донських на один вечір стане ювелірним стилістом в оновленому бутику SOVA в Ocean Plaza" ([SOVA, 31.10](#)); 3) "Бути справжнім собою: як живе та про що мріє покоління центеніалів" ([Logitech, 16.10](#)); 4) "Видихнути та зробити перерву: дихальні практики, які допоможуть почуватися краще" ([KitKat, 31.10](#)); 5) "Комунікація та робота в парі: відбувся третій «ЗНАХІД» від продакшену No Stars" ([No Stars, 24.10](#)).

KITKAT	SOVA	LOGITECH	KITKAT	NO STARS
<p>Перерва на спокій від KitKat: дихальні вправи для зняття тривожності та стресу</p>	<p>Гор Донських на один вечір стане ювелірним стилістом в оновленому бутику SOVA в Ocean Plaza</p>	<p>Бути справжнім собою: як живе та про що мріє покоління центеніалів</p>	<p>Видихнути та зробити перерву: дихальні практики, які допоможуть почуватися краще</p>	<p>Комунікація та робота в парі: відбувся третій «ЗНАХІД» від продакшену No Stars</p>
<p>Світ вже давно ввійшов, що українці — той ще міщій горішок. Але навіть супергером потрібно час від часу зупинитися, відпочити, і відновити внутрішню рівновагу.</p> <p>Бренд KitKat створив інста-маски, які допоможуть швидко зняти стрес і відновити рівновагу завдяки дихальним вправам. Як це може допомогти — у нашому матеріалі. Але все по черзі.</p> <p>NASHKIEV.UA 27.10</p>	<p>У Києві в ТРЦ Ocean Plaza 3 листопада відбулася презентація оновленого бутика SOVA. В цей день ювелірним стилістом в оновленому бутику стане інфлюенсер Igor Донськ.</p> <p>З 17.00 до 20.00 клієнти бренду зможуть познайомитися зі стилістом Igorom Донським, підібрати ідеальний ювелірний образ, приміряти новинки від SOVA, зробити фото та поспілкуватися.</p> <p>NASHKIEV.UA 31.10</p>	<p>Люди покоління центеніалів, або зети вперше народилися в 1997 до 2012 року і першим поколінням, яке народилося в цьому цифровому світі. Це афінське-серві від народження, законодавці трендів та творці контенту.</p> <p>У партнерстві з брендом Logitech ми розповіли, як покоління зетів формує нові сенси, не боїться самовиражатися та балансує між роботою та особистим життям.</p> <p>BIT.UA 16.10</p>	<p>За останній рік ми звикли бути сигнальними 24/7: не бачити від надлишкової інформації та водночас поділяти роботу у волонтерстві.</p> <p>Втім, навіть найсильнішим потребам перепочинку: якщо довго віддається у ступінь новини і гвардія-чоловік заважає собі купити спокій, стрес немилучий.</p> <p>BIT.UA 31.10</p>	<p>Ми дуже любимо дивитися на гарні речі і знімати гарні речі. А дивитися на гарні людей, які знімають гарні речі, ми любимо ще більше, тому ми і вирішили познайомитися з ними уніка. Так вийшов твіт «ЗНАХІД».</p> <p>ЩО ЗА «ЗНАХІД»?</p> <p>Третій «ЗНАХІД», на якому ми шукаємо молоді таланти, щоб вони могли познайомитися та обмінятися</p> <p>MMR.UA 24.10</p>

ПАРТНЕРСТВО З "НОВА ПОШТА"

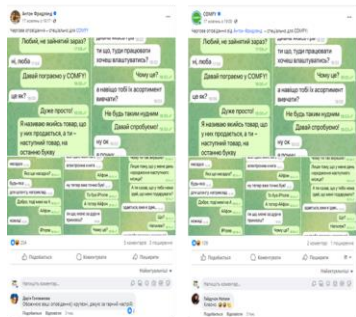
MEMBER SHOP	FAUNA	TEHNOIZHAK	PRIVATBANK	MASTERCARD	ПРИВАТ БАНК
<p>MemberShop.ua</p>	<p>faunamarket.com</p>	<p>Завантажи пакетні на суму від 200 грн у приватбанку, ти отримаєш безкоштовну доставку у найбільшій мережі дріт країни</p>	<p>Позичив на свій смак в Приваті та отримав «ЗНАХІД» на свій смак! І навіть більше, отримав, а ще</p>	<p>АВТОСПИСАННЯ + КАРТКА = УЧАСТЬ У РОЗІГРАШІ</p>	<p>ДОДАТКОВА 2000 ТА БЕЗКОШТОВНО</p> <p>СКАЖ ДО РАЙОНУ BLACK</p> <p>ЗАДОНАТЬ</p>

Партнерство

ПАРТНЕРСТВО COMFY ТА ПИСЬМЕННИКА АНТОНА ФРІДЛЯНДА

- Мережа магазинів побутової техніки та електроніки в Україні COMFY продовжує свою арт-колаборацію з київським письменником Антоном Фрідляндом. Цього разу автор гумористичного оповідання розповів історію про пару, яка зіграла у гру "Comfy".
- Співпраця анасувалася постами в соцмережах партнерів.

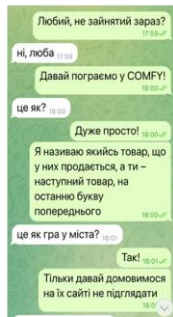
ПОСТИ FACEBOOK



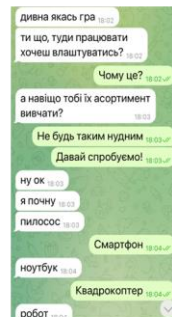
[ПИСЬМЕННИК](#)

[COMFY](#)

ОПОВІДАННЯ



1-ша сторінка



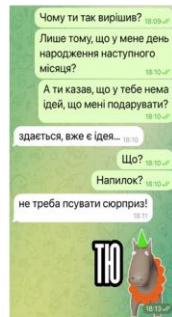
2-га сторінка



3-тя сторінка



4-та сторінка



5-та сторінка

JUL I KATSURINA ПРЕЗЕНТУВАЛИ ПЕРШУ ЧАСТИНУ КОЛАБОРАЦІЇ

- Українські бренди одягу JUL та Katsurina презентують першу частину колаборації. Тут все про затишок та таке важливе відчуття дому, що здатні зігріти навіть у найтемніші часи. І трошки доброї іронії. Перша частина колекції Katsurina + Jul представлена базовими речами. Друга частина буде містити більше аксесуарів, вона вийде в листопаді.
- Новина була опублікована на ресурсах брендів, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

НОВИНА KATSURINA & JUL



[ПОСТ IG](#)



[ПОСТ IG](#)



[THEVILLAGE.COM](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MARIECLAIRE.UA](#)



[DIVOCHE-MEDIA](#)

Партнерство

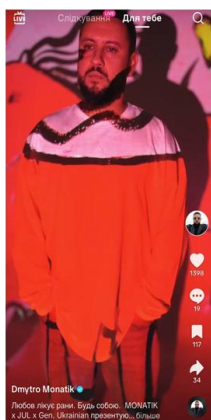
“ЛЮБОВ ЛІКУЄ РАНИ”: УКРАЇНСЬКИЙ БРЕНД ОДЯГУ ТА MONATIK ВИПУСТИЛИ СПІЛЬНУ КОЛЕКЦІЮ

- Співак MONATIK разом із українським брендом одягу JUL та громадською організацією Gen. Ukrainian представили спільну лімітовану колекцію мерчу. Основним елементом колекції стало яскраве серце, доповнене написом “Любов лікує рани. Будь собою”. Це – відсканований малюнок дитини, що проходила реабілітацію в спеціальному освітньо-реабілітаційному таборі Gen. Camp, що займається дітьми, які втрачали батьків на війні.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

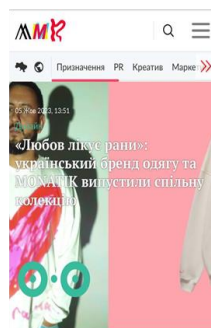
MONATIK & JUL & GEN



ПОСТ IG



ПОСТ ТІКТОК



MMR.UA

PR ПУБЛІКАЦІЇ

ELLE

Спільна благодійна колекція MONATIK x JUL x Gen. Ukrainian



Український співак та композитор MONATIK разом із брендом одягу JUL та громадською організацією Gen.

ELLE.UA

WOMAN.EU

MONATIK x JUL x Gen. Ukrainian презентували спільну колекцію одягу

Артист об'єднався з брендом задля благодійної справи.



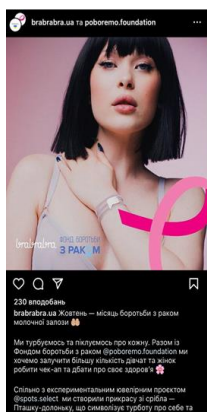
37-річний український співак Дмитро MONATIK

WOMAN.EU.COM

SPOTS ТА BRABRABRA СТВОРИЛИ КОЛАБОРАЦІЮ, СПРЯМОВАНУ НА ЗАПОБІГАННЯ РАКУ ГРУДЕЙ

- До місяця боротьби з раком молочної залози бренд жіночої білизни brabrabra в колаборації з ювелірним проектом SPOTS створили [прикрасу зі срібла "Пташка-долонька"](#). Прикраса символізує пташку як уособлення надії та майбутнього і долоньку – турботу про себе та інших жінок. Протягом жовтня український бренд brabrabra дарував прикрасу до комплекту білизни "[Відчуття](#)", щоб нагадати про необхідність подбати про здоров'я молочних залоз.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

BRABRABRA



ПОСТ IG



ПОСТ IG

PR ПУБЛІКАЦІЇ

Наш Київ

SPOTS та brabrabra створили колаборацію, спрямовану на запобігання раку грудей



Прикраса символізує пташку як уособлення надії та майбутнього і долоньку – турботу про себе та інших жінок.

Протягом жовтня український бренд

NASHKIEV.UA

INSIDER

«Пташка-долонька»: лімітована колекція Spots і brabrabra для сбора на чекан



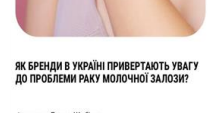
Ініціатива по предотвращению рака груди

К місяцю боротьби з раком молочної

INSIDER

HUBZ Інформаційна агенція

ЯК БРЕНДИ В УКРАЇНІ ПРИВЕРТАЮТЬ УВАГУ ДО ПРОБЛЕМИ РАКУ МОЛОЧНОЇ ЗАЛОЗИ?



Автор: Тетяна Шубіна
Журналістка HUBZ Inform, експертка з моніторингу та аналітики

25.10.2023, 3 хвилини, 327 переглядів

Жовтень – місяць, присвячений проблемі раку молочної залози, щоб підтримати жінок, які лікуються і щоб профілактику жінок про профілактику цієї хвороби.

Рак молочної залози залишається одним із найпоширеніших онкологічних захворювань серед

HUBZ.UA

Партнерство

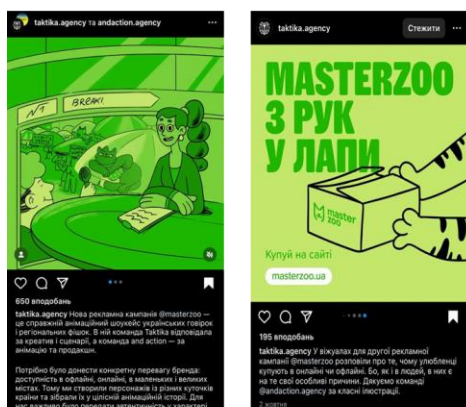
VARUS РАЗОМ ІЗ СВІТЛАНЮ ТАРАБАРОВОЮ ЗАПУСТИЛИ КАМПАНІЮ “В ЛЮДЯХ ВАША СИЛА! РОБОТА КОЖНОГО ВАЖЛИВА!”

- Щоб привернути увагу до важливості ввічливого спілкування з працівниками магазинів, VARUS разом із агенцією Trembita PR запустили рекламну кампанію “В людях ваша сила! Робота кожного важлива!”.
- Амбасадоркою проекту стала українська співачка, композиторка та авторка пісень Світлана Тарабарова. У зовнішній рекламі та в соціальних мережах вона підняла важливе питання, говорить про вдячність і повагу до співробітників супермаркетів. Крім того, в супермаркетах мережі VARUS з'явилися тематичні наліпки, які нагадуватимуть клієнтами, як важливо бути ввічливим і доброзичливим із іншими людьми.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



КАМПАНІЯ ВІД ТАКТИКА AGENCY ДЛЯ MASTERZOO

НОВИНА В INSTAGRAM



ПОСТ IG ТАКТИКА&AND ACTION

ПОСТ IG ТАКТИКА



Special projects

ALPEN PHARMA (ПРОСПАН, АЛЬПЕНТА) & NISSAN: MEGOGO.NET

ДОБІРКА ALPEN PHARMA (ПРОСПАН)



ДОБІРКА ALPEN PHARMA (АЛЬПЕНТА)



ДОБІРКА NISSAN



ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ / PAYFORCE: LIGA.NET & AIN.UA

- Liga.net [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям. У жовтні вийшов матеріал "Каско під час війни. Необов'язкове страхування, яке насправді потрібне" ([ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ, 20.10](#)).
- На AIN.ua розміщувався брендовий проєкт такий як – "Чим унікальні рішення PayForce для українського ринку. Повний цикл розробки онлайн-банкінгу та адаптивність до змін" ([PAYFORCE, 13.10](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net та ain.ua.

ЕКСПРЕС СТРАХУВАННЯ



EXPRESS СТРАХУВАННЯ LIGA.net



Після початку повномасштабного вторгнення велика кількість українців виїхала за кордон, зокрема на власних автомобілях. Частина з них повернувшись, частіше зустрічає великі пошкодження. Більшість. Активність використання автомобілів зростається й на кількості ДТП. Так, за 7 місяців 2023 року кількість ДТП в Україні на 15% порівняно до довоєнного рівня. Водіювачі стають більш обачними, але ситуація суттєво скоротилася. Ремонт машини для більшості нас – це серйозний фінансовий, який відіграв адекватно по сімейному бюджету.

В такій ситуації саме КАСКО, яке багато хто доволі скептично розглядає або ігнорує, стає надійним помічником у разі надзвичайних ситуацій, дозволяючи швидко отримувати гроші на ремонт або заміну автомобіля.

НАВІЩО ПОТРІБНЕ КАСКО І СКІЛЬКИ ВОНО КОШТУЄ. ТА ЧИ ПОТРІБЕН МЕНІ ТАКИЙ ПОЛІС, ЯКЩО Я – ДОСВІДЧЕНИЙ ВОДІЙ

Кожна людина в Україні за законом повинна мати "автоцивілку", щоб мати можливість законно користуватися автомобілем. Це обов'язок кожного водія. Якщо власник полісу ОСЦПВ став винуватим у ДТП, страхова компанія відшкодує ремонт автомобіля потерпілому, якщо третій сторони. А винуватець ДТП має право компенсувати власним коштом. Якщо жодні з них не виступають, створюється договір КАСКО.

КАСКО – це добровільне страхування саме свого автомобіля. У разі пошкодження авто, що викликається страховим випадком, власник отримує грошову виплату на його відшкодування.

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

PAYFORCE



AIN.UA поговорила із **Тетяною Павлик**, співзасновницею та заступницею CEO PayForce, а у спільному проєкті розповідає про деталі, які послужили надихаючим фактором, які послужили набором рішень унікальних для українського ринку.



Ключовий продукт PayForce – багатомодульна система онлайн-банкінгу

Продукти PayForce – не лише для банківського сектора

Завдяки тому, що рішення PayForce – адаптивні, вони використовуються банками з фінансового сектора, та ретельно, як і банківські, «фізичні» інвестори та заощадження, «корпоративні банки, надстраховники, «інтегровані індустріальні банки та АМС Банку серед них».

Один з наших продуктів кінцевої бачить користувачів і для наших банків, і також для фізичних інвесторів, фінансових компаній та кредитних установ, а також страхових компаній.



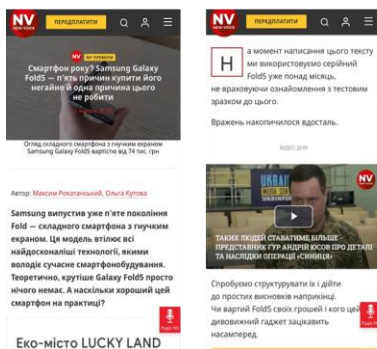
[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

Special projects

SAMSUNG / STIHL: NV.UA

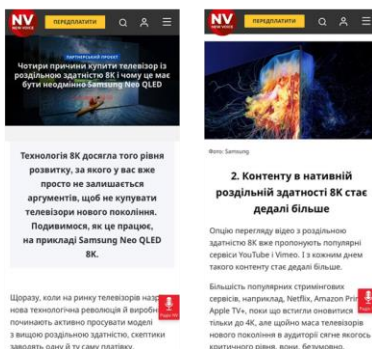
- У жовтні на [NV.ua](https://nv.ua) були опубліковані такі партнерські матеріали: 1) "Смартфон року? Samsung Galaxy Fold5 – п'ять причин купити його негайно й одна причина цього не робити" ([SAMSUNG, 02.10](https://nv.ua/samsung-galaxy-fold5-5-prichyn-kupiti-yogo-negayno-i-odna-prichyna-cyogo-ne-robityti)). 2) "Чотири причини купити телевизор із роздільною здатністю 8K і чому це має бути неодмінно Samsung Neo QLED" ([SAMSUNG, 24.10](https://nv.ua/samsung-neo-qled-8k-4-prichyn-kupiti)). 3) "20-річній ювілей STIHL в Україні. Секрет стабільності та рекордних здобутків в умовах воєнного часу" ([STIHL, 25.10](https://nv.ua/stihl-20-richniy-yuviley-ukrayini)).
- Додатково матеріали анонсувалися на nv.ua.

SAMSUNG



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

SAMSUNG



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

STIHL

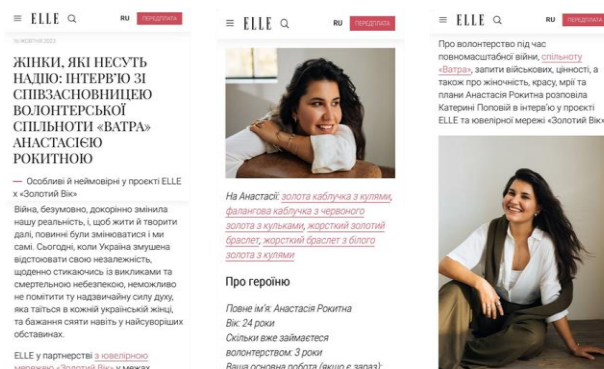


[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

"ЗОЛОТИЙ ВІК": ELLE.UA, "ЖІНКИ, ЯКІ НЕСУТЬ НАДІЮ"

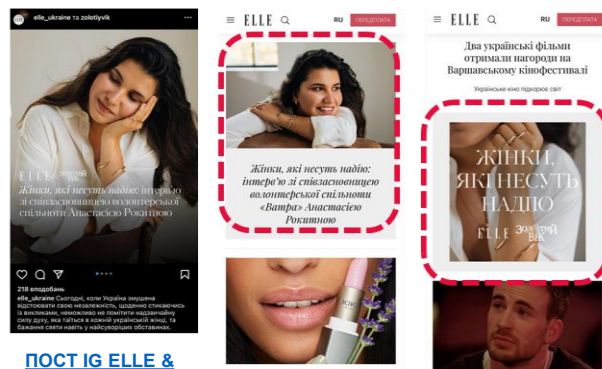
- ELLE у партнерстві з ювелірною мережею "Золотий Вік" у межах спецпроєкту "Жінки, які несуть надію" розповідають про жінок, які заслуговують найкращого і варті найдорожчих коштовностей світу. Волонтерки, жінки, які служать у Нацгвардії, громадські діячки – це героїні нашої сучасності, які не лише рятують життя українців, але й відкривають перед нами новий погляд на справжню жіночу силу та красу.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті elle.ua та в соцмережах.

КРЕАТИВ



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО



[ПОСТ IG ELLE & ZOLOTYVIK](#)

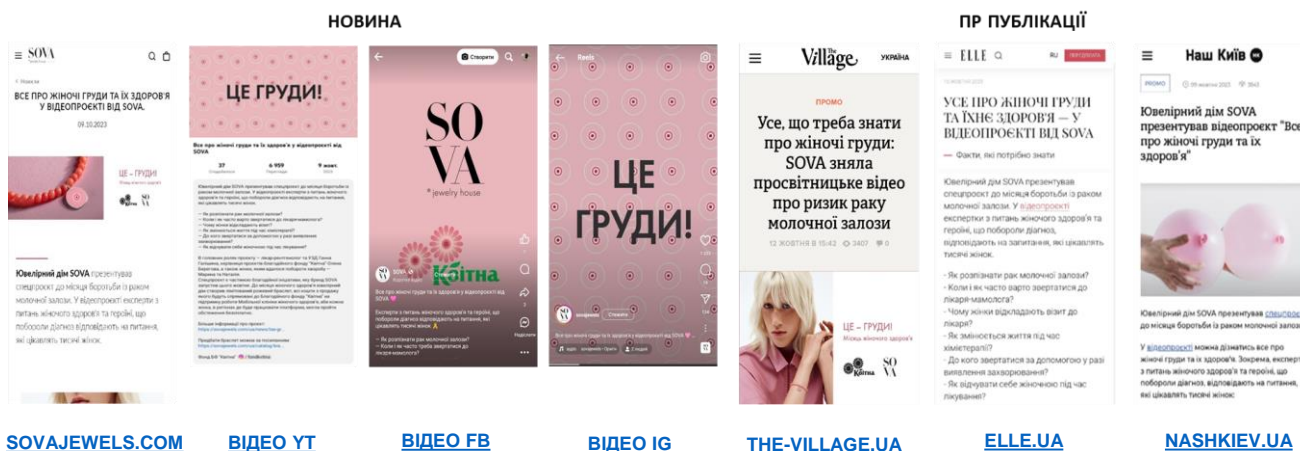
АНОНС ELLE

БАНЕР НА САЙТІ

Special projects

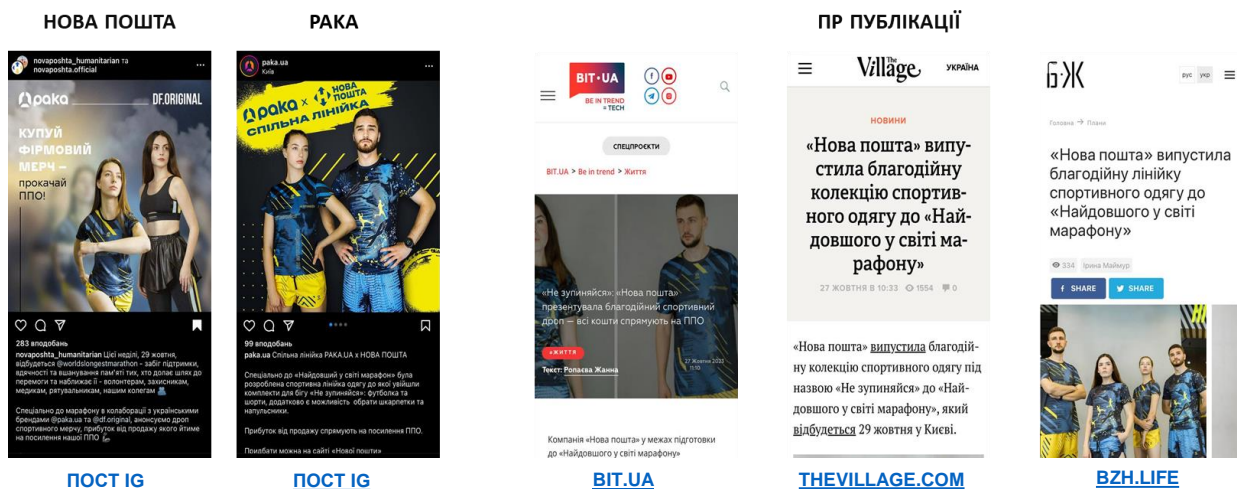
SOVA ПРЕЗЕНТУВАВ ВІДЕОПРОЄКТ ДО МІСЯЦЯ ЖІНОЧОГО ЗДОРОВ'Я

- Ювелірний дім SOVA презентував спецпроект до місяця боротьби із раком молочної залози. У відеопроєкті експерти з питань жіночого здоров'я та героїні, що поборолі діагноз, відповідали на питання, які цікавлять тисячі жінок. Спецпроект є частиною благодійної ініціативи, яку бренд SOVA запустив у жовтні. До місяця жіночого здоров'я ювелірний дім [створив лімітований рожевий браслет](#), всі кошти з продажу якого будуть спрямовані до Благодійного фонду "Квітна" на підтримку роботи Мобільної клініки жіночого здоров'я, аби кожна жінка в регіонах, де буде працювати платформа, могла пройти обстеження безоплатно.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.


[SOVAJEWELS.COM](https://sovajewels.com)
[ВІДЕО YT](#)
[ВІДЕО FB](#)
[ВІДЕО IG](#)
[THE-VILLAGE.UA](https://the-village.ua)
[ELLE.UA](https://elle.ua)
[NASHKIEV.UA](https://nashkiev.ua)

“НОВА ПОШТА” ПРЕЗЕНТУВАЛА БЛАГОДІЙНУ КОЛЕКЦІЮ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ – “НЕ ЗУПИНЯЙСЯ”

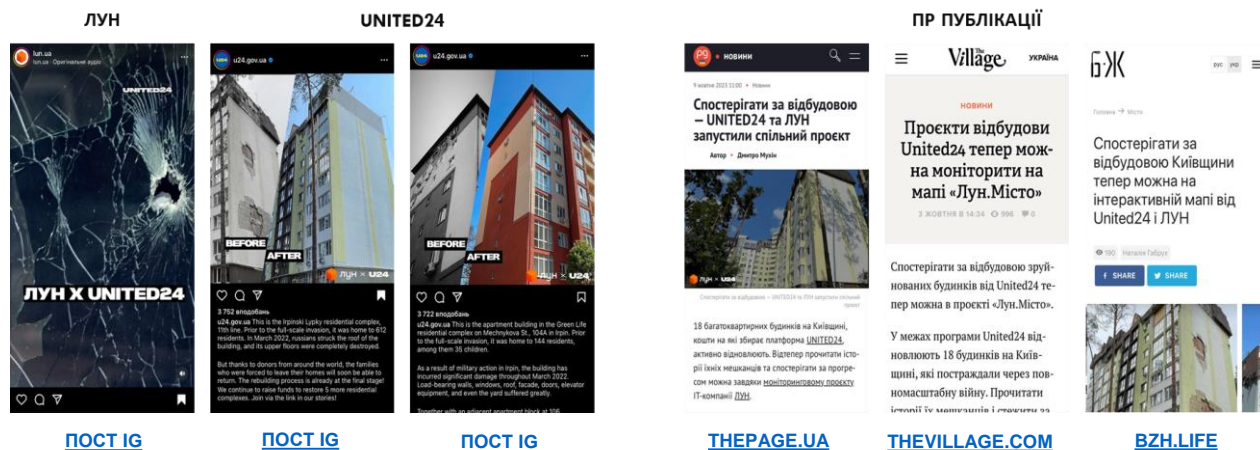
- “Нова пошта” представила [благодійну колекцію](#) спортивного одягу під назвою “Не зупиняйся” до “Найдовшого у світі марафону”. Колекцію створили спільно з українськими брендами Рака та DF.Original. Усі виручені від продажів колекції кошти спрямують на збір “Нової пошти” і фонду “Повернись живим” “Запакуй небо – прокачай ППО”.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.


[POST IG](#)
[POST IG](#)
[BIT.UA](https://bit.ua)
[THEVILLAGE.COM](https://thevillage.com)
[BZH.LIFE](https://bzh.life)

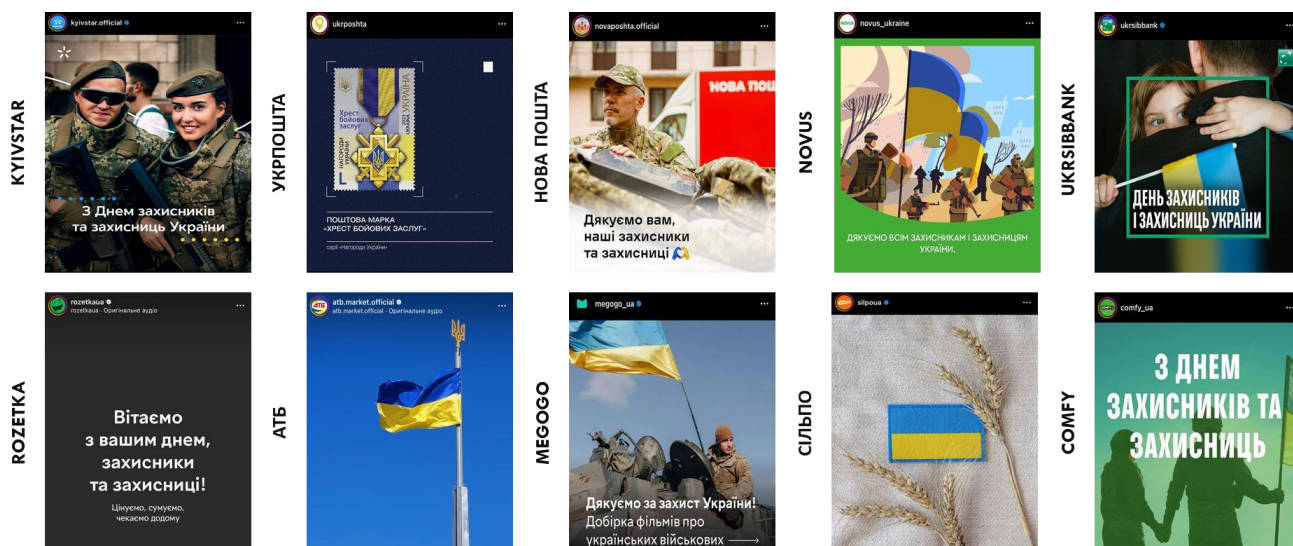
Кампанії військової тематики

ПРОЄКТ ВІДБУДОВИ UNITED24 ТА ЛУН

- Глобальна ініціатива United24 і компанія ЛУН запустили [онлайн-проєкт](#), що дозволяє спостерігати за відбудовою зруйнованого житла на Київщині у 3D-форматі. Наразі United24 займаються відновленням 18 пошкоджених будинків, що постраждали від російської агресії. Прочитати історії мешканців та стежити за процесом відбудови можна [на інтерактивній мапі](#). Також на сайті можна зробити донат.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ ДО ДНЯ ЗАХИСНИКІВ ТА ЗАХИСНИЦЬ УКРАЇНИ



Поточні рекламні кампанії

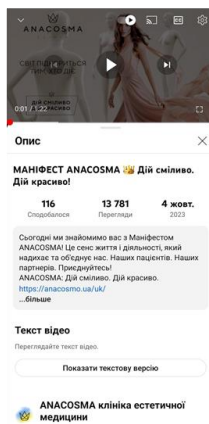
КЛІНІКА ANACOSMA ЗАПУСТИЛА СВІЙ БРЕНД-МАНІФЕСТ

- Преміальна клініка пластичної хірургії та естетичної медицини омолодження ANACOSMA запустила свій бренд-маніфест. Маніфест клініки – це виражений словами та візуальними образами сенс життя і роботи, який надихає та об'єднує всіх пацієнтів та партнерів.
- Із маніфестом ANACOSMA можна ознайомитись на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації у себе.

МАНІФЕСТ ANACOSMA



[ANACOSMO.UA](https://anacosmo.ua)



[РОЛИК НА YT](#)

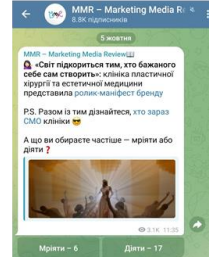


[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



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

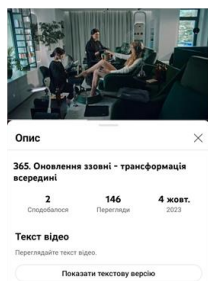


[MMR.UA ПОСТ TG](https://mmr.ua)

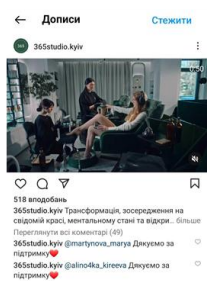
ПРОСТІР СВІДОМОЇ КРАСИ 365 STUDIO ПРЕДСТАВИВ ВІДЕОКАМПЕЙН, ПРИСВЯЧЕНИЙ ТЕМІ ТРАНСФОРМАЦІЇ

- Простір свідомої краси 365 STUDIO представив відеокампейн, присвячений темі трансформації. Він стає точкою відліку для змін бренду і демонструє найближчі плани 365 – зосередження на свідомій красі, ментальному стані клієнтів та відкриття в Києві нової найбільшої студії мережі.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

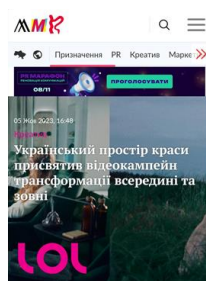
365 STUDIO



[РОЛИК НА YT](#)



[ПОСТ IG](#)



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

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[CASES.MEDIA](https://cases.media)



[BESTIN.UA](https://bestin.ua)

Поточні рекламні кампанії

ЕСКУЛАБ ТА VICKERSTAFF.799 ЗАПУСТИЛИ КАМПАНІЮ “ЗАЗИРНИ ВГЛИБ СЕБЕ”

- Лабораторія Ескулаб та креативна агенція Vickerstaff.799 конвертували свій кортизол в креатив і, замість царапати тачку, що перекрыла виїзд, ключами, разом зробили ребрендинг і запустили кампанію “Зазирни вглиб себе”. Все, щоб допомогти українцям нарешті зрозуміти себе.
- Креатив опублікували на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

30 СЕКУНД

РОЛИК №1

РОЛИК №2

15 СЕКУНД

РОЛИК №1

РОЛИК №2

6 СЕКУНД

РОЛИК №1

РОЛИК №2

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

CASES.MEDIA

MMR.UA

БРЕНД SOLMAR ЗАПУСТИВ СВІЙ ПЕРШИЙ КАМПЕЙН-МАНІФЕСТ

- Український бренд базового жіночого одягу SOLMAR презентував кампейн, метою якого є стати маніфестом жінкам: "Змінювати одяг як настрій, але подобатися собі будь-якою – це база". До створення масштабного проєкту долучилися маркетингова агенція Fedorig та PR-редакція "kirilllenka".
- Креатив опублікували на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах. Додатково була запущена промо кампанія в digital та ООН.

НОВИНА + КРЕАТИВ

ПОСТ IG

ПОМО

ПОСТ IG

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

SOLMAR.COM.UA

MMR.UA

TSN.UA

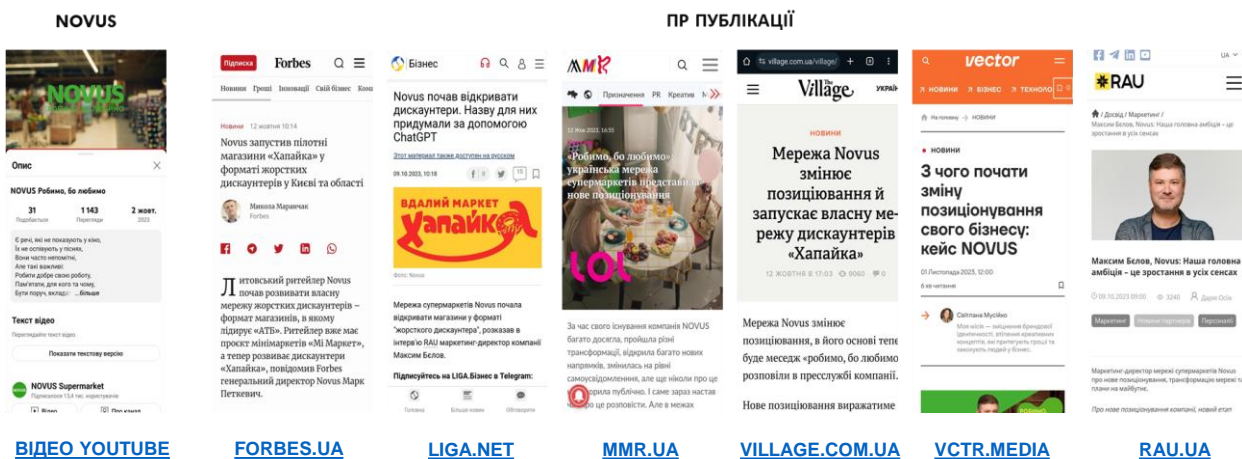
INSIDER.UA

VIVA.UA

Трендові кампанії

NOVUS ЗМІНЮЄ ПОЗИЦІЮВАННЯ Й ЗАПУСКАЄ МЕРЕЖУ ДИСКАУНТЕРІВ “ХАПАЙКА”, НАЗВУ ДЛЯ ЯКИХ ПРИДУМАЛИ ЗА ДОПОМОГОЮ CHATGPT

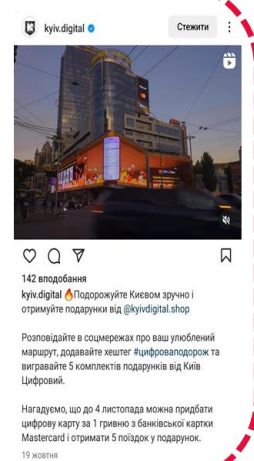
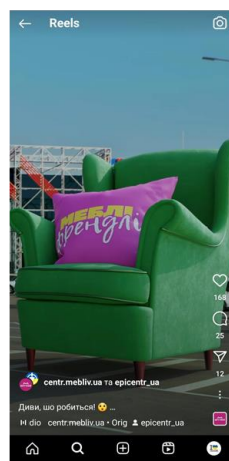
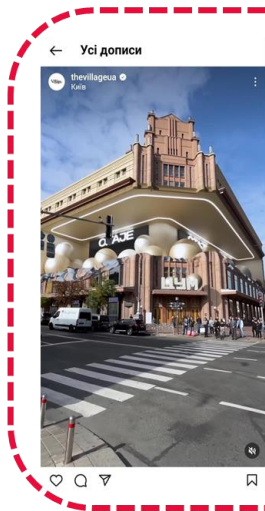
- Мережа Novus змінює позиціонування, в його основі тепер буде меседж “робимо, бо любимо”. Нове позиціонування виражатиме зміни, які відбулися всередині компанії з огляду на обставини воєнного часу, відзначають у мережі. Novus також почала розвивати мережу дискаунтерів “Хапайка”. Назву для цих магазинів вигадали за допомогою ChatGPT.
- Креатив опублікували на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

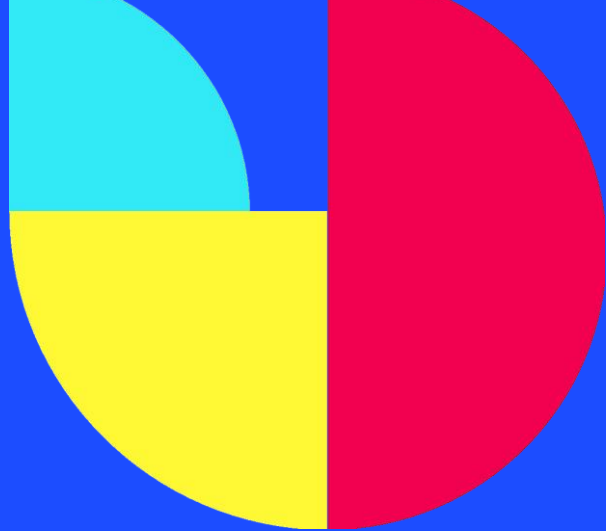


ТРЕНДОВІ ШІ ТА 3D ОБ'ЄКТИ В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ

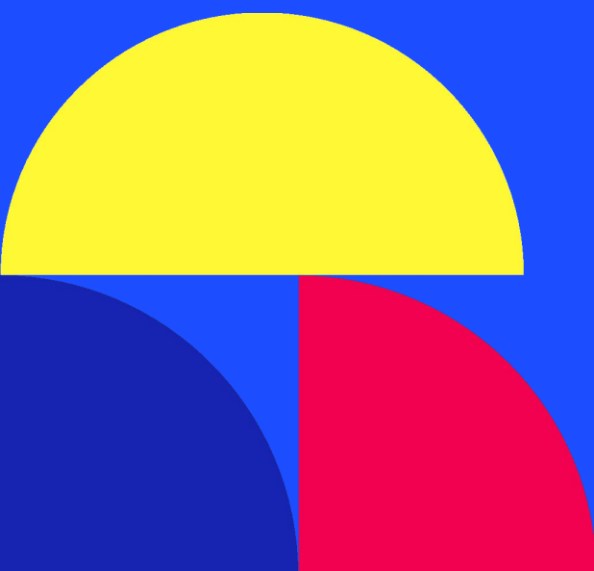
ШІ

3D



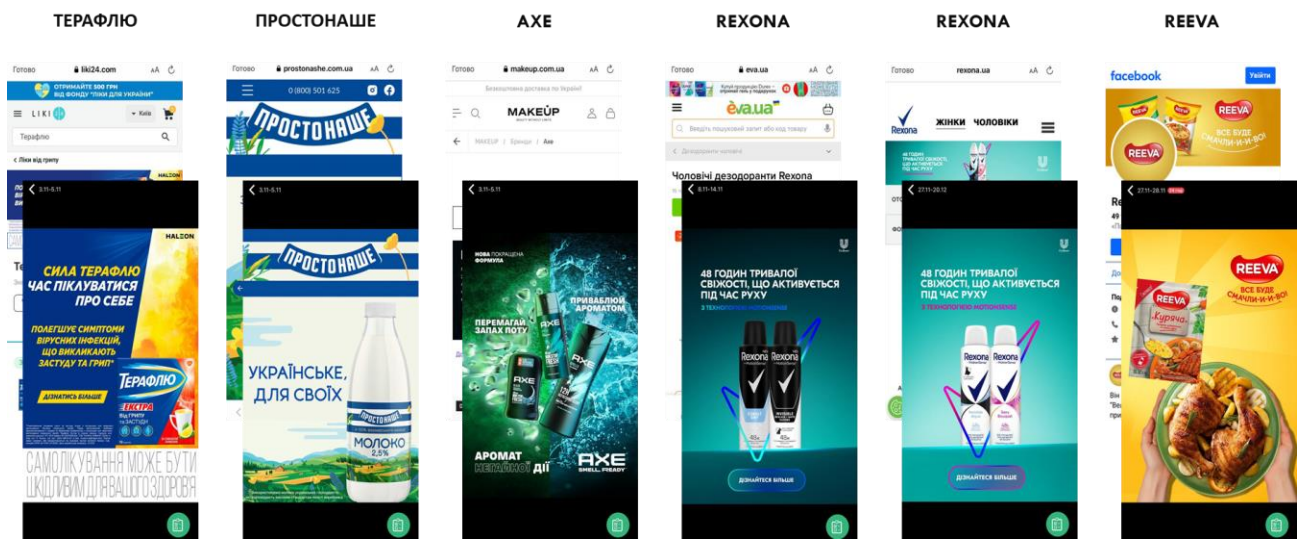


ЛИСТОПАД

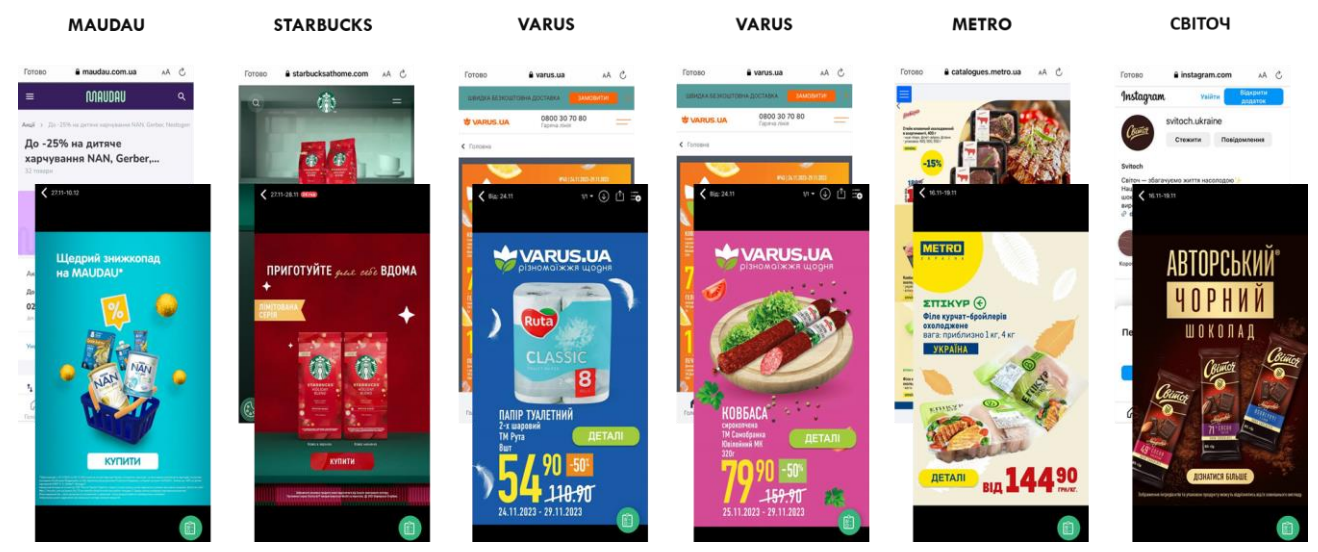


Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



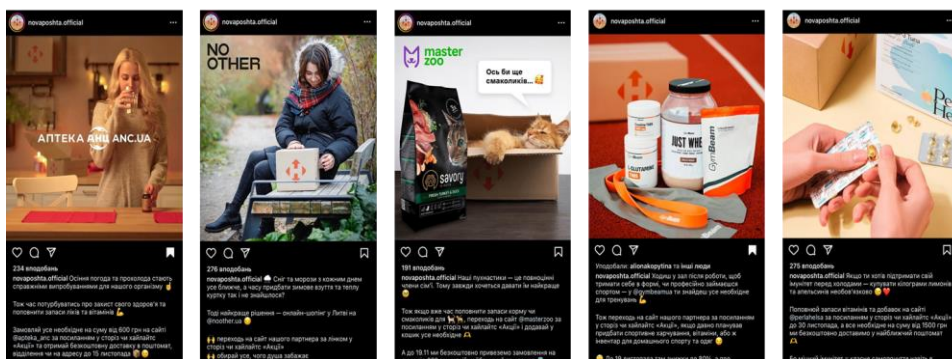
АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



Партнерство

ПАРТНЕРСТВО З "НОВА ПОШТА"

INSTAGRAM HP



[АПТЕКА АНЦА](#)

[NO OTHER](#)

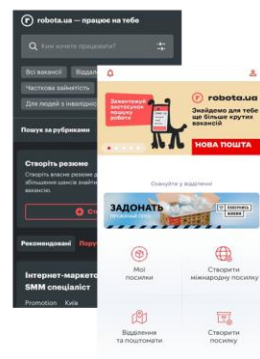
[MASTERZOO](#)

[GYM BEAM](#)

[PERLAHELSA](#)

[ROBOTA.UA](#)

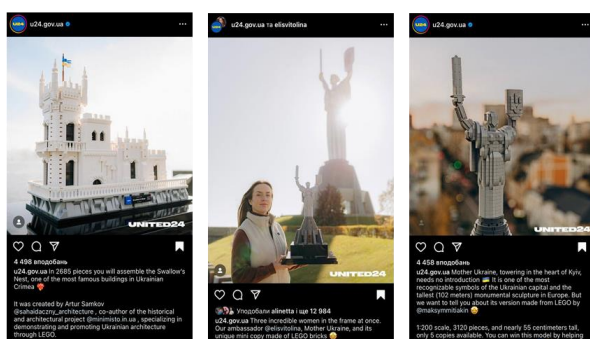
ЗАСТОСУНОК HP



ІНІЦІАТИВА #LEGOWITHUKRAINE LEGO&UNITED24

- Платформа United24 запустила [ініціативу #LEGOWithUKRAINE](#). Це колаборація Lego з креаторами для створення власних Lego-моделей українських архітектурних пам'яток. Мета проекту – популяризація архітектурної спадщини України у світі та допомога у відбудові України. У новому конструкторі є 3 українські пам'ятки: Україна-мати, водонапірна вежа в Маріуполі та Ластівчине гніздо в Криму. Їх можна отримати, вигравши у конкурсі, задонативши 24\$.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

UNITED24

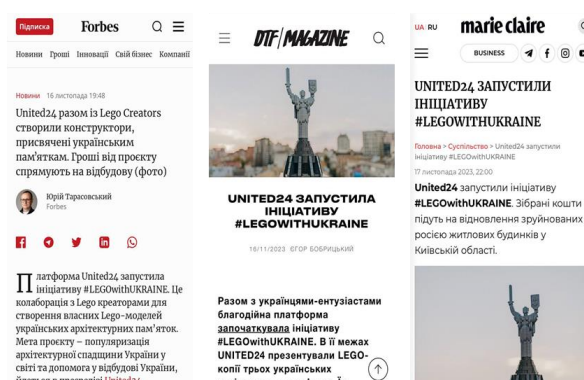


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[FORBES.UA](#)

[DTF](#)

[MARIECLAIRE](#)

Партнерство

GUZEMA JEWELRY/ RHEA / HARVEST / INTERTOP&CHER / BEVZA / ORTHOMOL: ELLE.UA & MARIECLAIRE.UA & VOGUE.UA

У листопаді вийшли такі партнерські матеріали на elle.ua, marieclaire.ua та vogue.ua 1) "8 історій (не) маленьких перемог" ([GUZEMA JEWELRY, 10.11](#)); 2) "Професійна італійська косметика Rhea – унікальний конструктор догляду за будь-якою шкірою" ([RHEA, 29.11](#)); 3) "7 ідей від бренду Harvest" ([HARVEST, 05.11](#)); 4) "Український fashion-бренд INTERTOP об'єднався з українським брендом CHER'17 для створення лімітованої колекції одягу, взуття й аксесуарів" ([INTERTOP&CHER'17, 07.11](#)); 5) "Сила життя: нова колекція прикрас Bevza у вигляді яєць" ([BEVZ, 14.11](#)); 6) "Про стресове випадіння, таємниці догляду, практичні поради та золоту формулу здорового волосся розповідає трихологиня-реабілітологиня Оксана Варламова." ([ORTHOMOL, 24.11](#)).

ELLE	MARIECLAIRE	VOGUE	VOGUE	VOGUE	VOGUE
<p>GUZEMA JEWELRY</p> <p>8 ІСТОРИЙ (НЕ)МАЛЕНЬКИХ ПЕРЕМОГ</p> <p>— Алла Смець, Тетяна Яловчан, Юлія Левченко, Оксана Богтурчук, Марія Куликівська, Олена Скірта, Ольга Рудива та Алієна Мисько про волюнтерство</p> <p>Алла Смець</p> <p>Учена в галузі клінічної біології та молекулярної біології, член-кореспондент Національної академії наук України, професор і доктор біологічних наук.</p> <p>ELLE.UA 10.11</p>	<p>RHEA</p> <p>ЗНАЙОМСТВО З БРЕНДОМ: ПРОФЕСІЙНА ІТАЛІЙСЬКА КОСМЕТИКА RHEA — УНІКАЛЬНИЙ КОНСТРУКТОР ДОГЛЯДУ ЗА БУДЬ-ЯКОЮ ШКІРОЮ</p> <p>Поліана «Краса» Знайомство з брендом: професійна італійська косметика RHEA — унікальний конструктор догляду за будь-якою шкірою</p> <p>29 листопада 2023, 10:15</p> <p>MARICLAIRE 29.11</p>	<p>HARVEST</p> <p>Що подарувати на новорічні свята: ідеї від бренду Harvest</p> <p>5 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Кінець листопада та початок грудня – важливий час для роздумів про подарунки. Це період, коли навколо метушні перед новорічними святами варто замислитись про любов та запашок, згадати прємні моменти з найдорожчими людьми. Адаже саме для них хочеться робити справді прємні та важливі подарунки, засади яких в них сенси та душевне тепло. Разом з брендом Harvest ми обрали 7 речей, якими можна поділитись найрідніше.</p> <p>VOGUE.UA 05.11</p>	<p>INTERTOP&CHER</p> <p>Одяг комфорту: нова лімітована колекція INTERTOP x CHER'17</p> <p>7 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Український fashion-бренд INTERTOP вже вкотре об'єднався з українським брендом CHER'17 для створення лімітованої колекції одягу, взуття й аксесуарів сезону осінь-зима 2023/2024, нагадуючи жіночю елегантність, легкість та тепло.</p> <p>VOGUE.UA 07.11</p>	<p>BEVZA</p> <p>Сила життя: нова колекція прикрас Bevza у вигляді яєць</p> <p>14 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Яйця – символ життя та нових починань – надихнули дизайнерку Світлану Беєву на нову колекцію прикрас. Створені на місці потреби свобода, легкість, безпека та дала до життя. Складна естетичність і несподівана хуробрість можуть бути такими ж потужними, як і відкриті завни чи діт., розповідає дизайнерка.</p> <p>VOGUE.UA 14.11</p>	<p>ORTHOMOL</p> <p>Чому через стрес випадас волосся та що з цим робити?</p> <p>24 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Про стресове випадіння, таємниці догляду, практичні поради та золоту формулу здорового волосся розповідає трихологиня-реабілітологиня Оксана Варламова.</p> <p>VOGUE.UA 24.11</p>

АТБ / SOVA / WHITEBIT / BYREDO: NASHKIEV.UA

У листопаді вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "До 30-ї річниці "АТБ" випустили лімітовану серію марок, що символізують дух українського народу" ([АТБ, 01.11](#)); 2) "До свого 30-річчя компанія "АТБ" зібрала 160-мільйонний донат для ЗСУ: марафон єдності продовжено на місяць" ([АТБ, 03.11](#)); 3) "Ювелірний дім SOVA презентував оновлений бутик у ТРЦ Ocean Plaza з Ігорем Донським" ([SOVA, 07.11](#)); 4) "WhiteBIT надасть голоси закритим пам'ятникам Києва" ([WhiteBIT, 07.11](#)); 5) "Парфумерія та спогади: як аромати доповнюють нашу особисту історію" ([Byredo, 14.11](#)); 6) "Перша українська альпіністка на Манаслу Антоніна Самойлова підняла прапор SOVA на вершині гори: відео" ([SOVA, 16.11](#)).

АТБ	АТБ	SOVA	WHITEBIT	BYREDO	SOVA
<p>АТБ</p> <p>До 30-ї річниці "АТБ" випустили лімітовану серію марок, що символізують дух українського народу</p> <p>01 листопада 2023 • 10:00</p> <p>До 30-ї річниці "АТБ" компанія у співпраці з Українським товариством спонсорства лімітовану серію марок, що символізують дух українського народу. Серія включає найкращі дари української мови, моди та аксесуарів. Кожен речі "АТБ" – це український навістр.</p> <p>NASHKIEV.UA 01.11</p>	<p>АТБ</p> <p>До свого 30-річчя компанія "АТБ" зібрала 160-мільйонний донат для ЗСУ: марафон єдності продовжено на місяць</p> <p>03 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Цього місяця "АТБ" відзначає 30 років в компанії. Цього місяця компанія АТБ вшанувала пам'яті українських волонтерів, які допомагають українським військовим, які вже понад півтора року самовіддано відстоюють нашу свободу, незалежність і право на життя.</p> <p>Климаксом наближає до 30-річчя "АТБ" став благодійний марафон із збору грошових коштів для підтримки Збройних сил України. Із суми грошей, які партнери компанії ля бізнесу, та і частини прибутку.</p> <p>NASHKIEV.UA 03.11</p>	<p>SOVA</p> <p>Ювелірний дім SOVA презентував оновлений бутик у ТРЦ Ocean Plaza з Ігорем Донським</p> <p>07 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Компанія та другі бренди SOVA запланували до оновлення бутику у майданчику ТРЦ Ocean Plaza. Завдяки співпраці з Ігорем Донським компанія SOVA змогла зібрати великий донат для ЗСУ. Додатково, вони допомогли кільком підполковникам і лейтенантам та військовим медиків SOVA.</p> <p>Під час величезного штурму майданчик пошкоджувався в історичній частині міста, потрібні були нові меблі та відновити нову пошуку новими рішеннями та поглибити асортимент.</p> <p>NASHKIEV.UA 07.11</p>	<p>WHITEBIT</p> <p>WhiteBIT надасть голоси закритим пам'ятникам Києва</p> <p>07 листопада 2023 • 10:00</p> <p>30-ті літні роки – це величезна подорож, сповнена успіхів та викликів. Для WhiteBIT це означає не тільки успішну роботу, а й величезну відповідальність. Підприємство активно працює над покращенням якості своїх продуктів та наданням якісних послуг. WhiteBIT надасть голоси закритим пам'ятникам Києва.</p> <p>Перша українська альпіністка на Манаслу Антоніна Самойлова презентувала нову колекцію прикрас. Кожен аксесуар – це історія, яка допомагає згадати найкращі моменти життя. Колекція складається з кількох елементів, які відображають історію бренду та його цінності.</p> <p>NASHKIEV.UA 07.11</p>	<p>BYREDO</p> <p>Парфумерія та спогади: як аромати доповнюють нашу особисту історію</p> <p>14 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Вони не випадково відзначили річницю парфумерії на своїх брендованих записках. Парфумерія – це не просто запах, це емоції, спогади, це частина нас. Це те, що допомагає згадати найкращі моменти життя. Колекція складається з кількох елементів, які відображають історію бренду та його цінності.</p> <p>А ці історії та спогади, які згадувати завжди? Так, це аромати, які допомагають згадати найкращі моменти життя. Колекція складається з кількох елементів, які відображають історію бренду та його цінності.</p> <p>NASHKIEV.UA 14.11</p>	<p>SOVA</p> <p>Перша українська альпіністка на Манаслу Антоніна Самойлова підняла прапор SOVA на вершині гори: відео</p> <p>16 листопада 2023 • 10:00</p> <p>Українська альпіністка Антоніна Самойлова стала першою українською жінкою, яка піднялася на вершину гори Манаслу Антоніна. Це величезна перемога для української альпіністики та для всієї України. Антоніна Самойлова презентувала нову колекцію прикрас, яка відображає її історію та досягнення.</p> <p>Річниця Антоніни – це не тільки перемога, це історія, яка допомагає згадати найкращі моменти життя. Колекція складається з кількох елементів, які відображають історію бренду та його цінності.</p> <p>NASHKIEV.UA 16.11</p>

Партнерство

BLAGO / BAZAR.CLUB / СЕРЦЕВИНА / SOVA / KIVI / HIITWORKS: THE-VILLAGE.COM.UA

У листопаді вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Дбати про місто і його жителів: як компанія blago поліпшує життя івано-франківців" ([blago, 17.11](#)); 2) "Робота без знання мови чи бюджетне житло: як Bazar.club допомагає українським іммігрантам в США" ([Bazar.club, 17.11](#)); 3) "Про виноробів, які не покинули свою землю: фільм «Поранена земля» переміг на іспанському біенале" ([Серцевина, 18.11](#)); 4) "300 000 гривень для здоров'я жіночих грудей: SOVA підбивають підсумки «рожевого» жовтня" ([SOVA, 20.11](#)); 5) "Три бюджетні телевізори від KIVI, які варто додати до вішліста на «Чорну п'ятницю»" ([KIVI, 21.11](#)); 6) "Тренування по 45 хвилин і фокус на ментальному здоров'ї: у hiitworks діє знижка на абонементи до 29%" ([hiitworks, 22.11](#)).



[THE-VILLAGE 17.11](#)

[THE-VILLAGE 17.11](#)

[THE-VILLAGE 18.11](#)

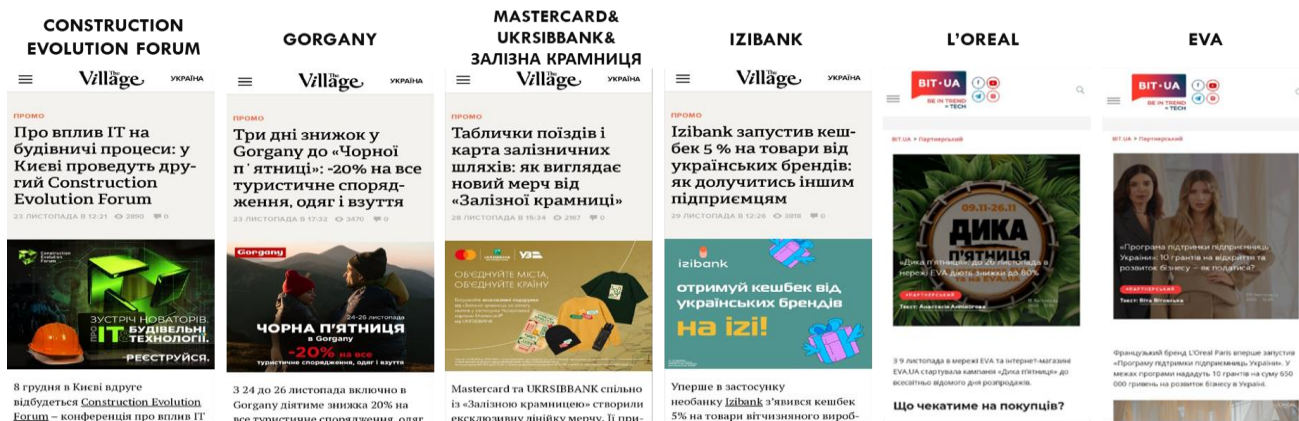
[THE-VILLAGE 20.11](#)

[THE-VILLAGE 21.11](#)

[THE-VILLAGE 22.11](#)

CONSTRUCTION EVOLUTION FORUM / GORGANY/ MASTERCARD&UKRSIBBANK&ЗАЛІЗНА КРАМНИЦЯ / IZIBANK / L'OREAL / EVA: THE-VILLAGE.COM.UA&BIT.UA

У листопаді вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua та bit.ua: 1) "Про вплив ІТ на будівничі процеси: у Києві проведуть другий Construction Evolution Forum" ([Construction Evolution Forum, 23.11](#)); 2) "Три дні зніжок у Gorgany до «Чорної п'ятниці»: -20% на все туристичне спорядження, одяг і взуття" ([Gorgany, 23.11](#)); 3) "Таблички поїздів і карта залізничних шляхів: як виглядає новий мерч від «Залізної крамниці»" ([Mastercard&UKRSIBBANK&Залізні крамниці, 28.11](#)); 4) "Izibank запустив кешбек 5% на товари від українських брендів: як долучитися іншим підприємцям" ([Izibank, 29.11](#)); 5) «Програма підтримки підприємців України»: 10 грантів на відкриття та розвиток бізнесу – як податися?» ([L'Oreal, 09.11](#)); 6) "Дика п'ятниця": до 26 листопада в мережі EVA діють знижки до 80%" ([EVA, 15.11](#)).



[THE-VILLAGE 23.11](#)

[THE-VILLAGE 23.11](#)

[THE-VILLAGE 28.11](#)

[THE-VILLAGE 29.11](#)

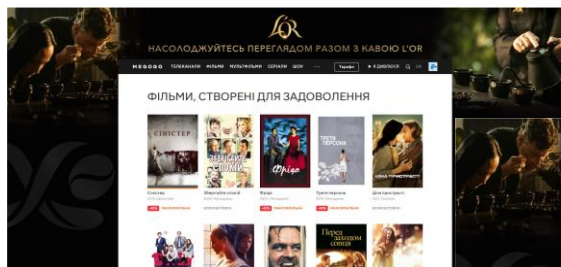
[BIT.UA 09.11](#)

[BIT.UA 15.11](#)

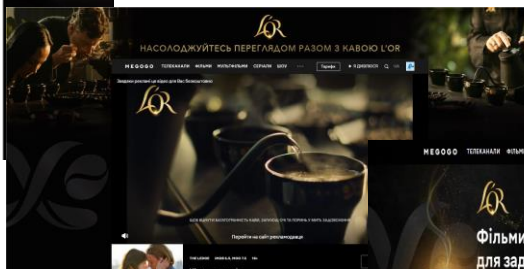
Special projects

JDE (L'OR): MEGOGO.NET

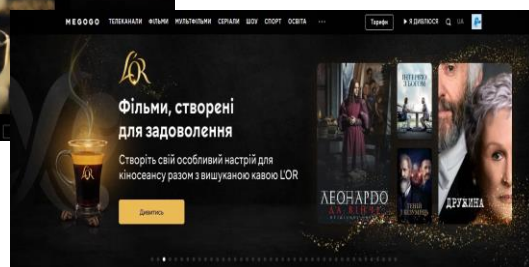
ДОБІРКА JDE (L'OR)



ПРОМО ВІДЕО



ПРОМО СЛАЙДЕР



МХП / GENDERZED: 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 листопаді вийшли такі матеріали: 1) "Люди, стандарти, культура. Як в МХП контролюють якість" ([МХП, 16.11](#)); 2) "Цивільні партнерства, це не лише про ЛГБТ. Пояснюють все про новий спосіб "родичатися" ([GENDERZED, 30.11](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net.

МХП



Тримати якість і безпечність у фокусі – одне з основних завдань МХП як виробника продукції харчування. За понад два десятиліття роботи компанія побудувала багаторівневу структуру контролю якості та безпеки, у яку безперервно залучені сотні людей, а опосередковано – тисячі. Як працює ця система – у нашому матеріалі.

Після МХП до якості можна описати принципом "від зерна до тарілки". Це означає ретельний контроль на кожному етапі виробництва – від тріттиння зерна для комбікорму до того, в яких умовах уже готова продукція реалізується в магазинах "Міксмаркет", "Біла Собака", "Наша Риба" і закладах Sіmon Market. І цей контроль стосується буквально всього. Не лише виробничого ланцюга на власних підприємствах, а й тих

СИСТЕМА ЯКОСТІ ТА КОНТРОЛЮ ПРОДУКЦІЇ

Структура контролю якості та безпеки в МХП – багаторівнева. Від літального щого напружу в компанії людину. Додатковим етапом є розробка продукту.

Три напрями контролю якості в МХП:



Постачальники

Контроль сировини до моменту, як матеріал опиниться на виробництві.

GENDERZED



Тільки родичі пускють до хазаро чи пораненого в ліжко. Тільки вони можуть прийняти важливі рішення, щодо його лікування. Тільки родичі можуть забрати тіло загиблого. Тільки вони мають право розпорядитися його майном після смерті.

Фраза "Тільки родичі" – юридична перелона для багатьох українців, які не мають сім'ї, не сполучаються з і членими або ж мають небагато близьких, але кровно нерідку людину.

ЧЕКАЮТЬ КОХАНИХ З ФРОНТУ. ІСТОРІЯ ДВОХ ПАР ТА КОНТРАСТ У ЇХНІХ ПРАВАХ

Два місяці тому Дмитро та Олександр стали родичами Миколи. Вони познайомилися під час навчання в університеті. У квітні 2022 року Саша пішов добровільцем на фронт. Микола служив у 49-му стрілецькому батальйоні "Карпатська Січ". Давши правок адміністраторкою в ресторани та дипломатичній ролі чоловіка, організував збірку та купівлю амуніції.

Після реєстрації шлюбів юридично вони стали родичами. Відтепер можуть утрутувати спільними майном, відкандидати одне одного в лікарні, приймати важливі рішення щодо здоров'я партнера, відкривати спільний банківський рахунок тощо.

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

Special projects

ПРИВАТБАНК / ACER / VISA: NV.UA

- У листопаді на [NV.ua](https://nv.ua) були опубліковані такі партнерські матеріали: 1) "Український бізнес працює на розвиток – ПриватБанк" ([ПРИВАТБАНК, 16.11](https://nv.ua)). 2) "Монстри полюблюють тишу. Огляд ігрового ноутбука Acer Nitro 17" ([ACER, 16.11](https://nv.ua)). 3) "Як мені правильно робити оплати у віртуальному середовищі?" ([VISA, 17.11](https://nv.ua)).
- Додатково матеріали анонсувалися на nv.ua.

ПРИВАТБАНК

Не зупиняти кредитування економіки, попри війну. — це не тільки про свідомий патріотизм та бажання підтримати державу у складні часи. Фінансова підтримка бізнесу є невід'ємною частинкою сучасної бізнес-моделі найбільшого українського банку ПриватБанку, який, завдяки гнучим політич. ризиків, швидко реагував на ринкові зміни та цифровим форматом взаємодії з бізнес-клієнтами, за час війни

ГРИГОРІЙ ГРИГОРІЙ ПРІВАТБАНКУ

- Ми пропонуємо:
 - Програму «Мікрофінансування»
 - Програму «Мікрокредити»
 - Програму «Мікропозички»

Чи користується попитом у ПриватБанку програма «Оселя»? Хто найчастіше оформляє ці кредити?

Якщо говорити про роботу колег із команди розробки бізнесу, ми також позитивно відзначили облік кредитування українців. З початку війни ми не зупинили кредитування кредитними картками, і

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

ACER

Почнемо, на одні він здатен.

Випробуємо найкращий ноутбук Acer Nitro 17 за 70 тис. грн.

Автор: Максим Рослякський

Acer Nitro 17 — першодорогий ігровий ноутбук із двома потужними «залізами», дуже розумним еволюціонуванням і приємним дизайном. Кому таке може не сподобатися? Тож з'ясуємо, чи є до чого претензії?

Acer Nitro 17 (ANI17-51 N9.QK6MW.001) коштує 70999 грн на момент написання цього тексту.

Стало розгнівом основні характеристики. Отже, характеристики враховано — тут матиметься 17-дюймовий дисплей (IPS-матриця, 2560x1440 пікселів). Частота оновлення екрана — 165 Гц, час відгуку — 3 мс.

Відмінні характеристики: потужні процесори, велика кількість оперативної пам'яті, швидкі накопичувачі, які забезпечують швидкий запуск програм та швидкий відгук на команди користувача.

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

VISA

Віртуальні картки VISA: безпечно, швидко та зручно. VISA на сторінці NV пропонує 4 безпечні способи оплати: QR-код, NFC, сканування штрих-коду та оплата за номером картки. Це дозволяє уникнути ризику втрати грошей та зберегти гроші в безпеці.

97% українців купували онлайн. Як заощадити під час війни? Це питання є актуальним для багатьох українців. VISA пропонує спеціальні пропозиції, які допоможуть зберегти гроші та отримати кращі умови оплати.

Віртуальні картки VISA: безпечно, швидко та зручно. VISA на сторінці NV пропонує 4 безпечні способи оплати: QR-код, NFC, сканування штрих-коду та оплата за номером картки. Це дозволяє уникнути ризику втрати грошей та зберегти гроші в безпеці.

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

SHYPELYK/ YALANTIS: AIN.UA

- На AIN.ua у листопаді розміщувалися такі проекти як: 1) "Бренд одягу Shypelyk: про екологічне виробництво, кутюрний підхід з душею та трансформацію бізнесу під час війни" ([SHYPELYK, 02.11](https://ain.ua)). 2) "15 POKIB. Історія Yalantis — від народження до становлення" ([YALANTIS, 21.11](https://ain.ua)).
- Додатково матеріали анонсувалися на ain.ua.

SHYPELYK

Геріном нового витуску стала Оліга Шипельук — засновниця українського екологічного бренду одягу Shypelyk. У розмові з Іллею Кабаченською вона поділилася, як з Луцька розбудувала бренд одягу про який знають по всій країні, як трансформувати бізнес і запустити нові колекції під час війни.

Бренд одягу Shypelyk: про екологічне виробництво, кутюрний підхід з душею та трансформацію бізнесу під час війни

Редакція AIN.ua та AIN.Business спільно з компанією Mastercard та Дія Бізнес запустили продажання проекту «Сила Бізнесу». У другому сезоні ми зосередилися на підприємствках малого й середнього бізнесу, спільно з ними про те, як вони працюють в умовах повномасштабної війни.

Слухати на Soundcloud

Play on Soundcloud

Listen in browser

[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

YALANTIS

Деякі факти в розмові:

- Shypelyk — український бренд одягу з власним виробництвом у Луцьку, який запустили Оліга Шипельук у 2018 році. Спочатку основний фокус був на індивідуальній пошиві та апсайклінгу, але невдовзі стало зрозуміло, що для розвитку необхідно відшукати речі не у єдиному ексземплярі та розширити виробництво.
- Так у 2020 році, під час пандемії COVID-19, Оліга вирішила змінити концепцію на моноформат: у результаті Shypelyk почав спеціалізуватися на вершині одягу: куртки, футболки та шортси, які з'являлися в обмеженій кількості.
- Через залежність від сезонних продажів виникла потреба у розширенні лінійки одягу. Тому в березні 2022 року команда почала поступово додавати нові дріли та капсони. Зараз це вже повноцінний колекцій, що дозволяє бренду підтримувати клієнтів новими утворами року.

15 POKIB | Історія Yalantis — від народження до становлення

КРОК 1

СТВОРИТИ КОМПАНІЮ З СОНЧНИМ ВАЙБОМ

У 2008 році Сергій створив для себе сайт на мові PHP. Після кількох років він не хотів повертатися у виробництво. Олександр на той момент працював у ПриватБанку та мав певні зв'язки з банком. Разом з Сергієм вони вирішили створити компанію з прокатування мобільних додатків. Сергій вирішив придбати.

Після припинення роботи першого iPhone у 2007 році вони вирішили створити компанію, яка надавала б мобільні додатки для iPhone. Це було першим кроком до створення компанії Yalantis.

КРОК 2

ЗНАТИ ІОС-ПРОГРАМІСТІВ

Кому було важко знайти спеціалістів, які могли б допомогти з розробкою додатків. Тому Олександр та Сергій вирішили створити компанію, яка надавала б мобільні додатки для iPhone.

Перший проєкт був суворою адміністрацією. Після цього вони почали працювати з клієнтами. Вони почали працювати з клієнтами, які мали певні потреби. Вони почали працювати з клієнтами, які мали певні потреби.

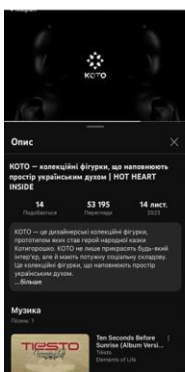
[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

Кампанії військової тематики

ПРОЄКТ КОТО – УНІКАЛЬНИЙ АРТ, ЩО НАПОВНЮЄ ПРОСТІР УКРАЇНСЬКИМ ДУХОМ

- Дизайнер та архітектор Макс Мацвейко запустив [проект КОТО](#), у межах якого створив колекцію фігурок Fighting figures, присвячених українському спротиву. Також у межах проекту запустили кампанію, у якій КОТО втілює образ національного героя. Переважно відео показали становлення КОТО завдяки українській культурі спротиву. А ще разом [із фондом "Kolo"](#) проєкт КОТО допомагає зібрати кошти на тепловізори для бригади "АЗОВ", тому розігрує колекційні фігурки за донат.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

КОТО ART



[РОЛИК НА YT](#)



[ПОСТ IG](#)



[ПОСТ IG](#)

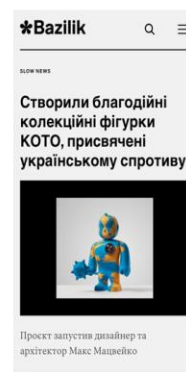
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)



[THEVILLAGE](#)

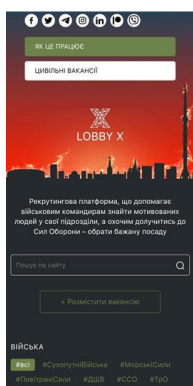


[BAZILIK](#)

МІНОБОРОНИ РОЗПОЧАЛО ПРОЄКТ РЕКРУТИНГУ ДО ЗСУ

- Міністерство оборони разом з організацією Lobby X запустили проєкт з рекрутингу до лав Збройних сил України. Повідомляється, що рекрутери виконуватимуть роботу в інтересах армії безкоштовно. Таким чином кожен охочий може переглянути актуальні вакансії та обрати посаду відповідно до своїх умінь [за ЦИМ ПОСИЛАННЯМ](#).
- Новина була опублікована на ресурсах Міноборони, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

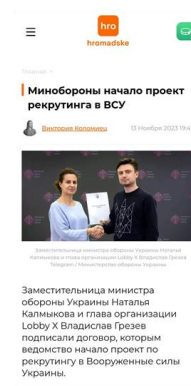
ПЛАТФОРМА + НОВИНА



[LOBBYX.ARMY](#)



[ПОСТ TG](#)



[HROMADSKUE.UA](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[PRAVDA.COM.UA](#)



[NV.UA](#)



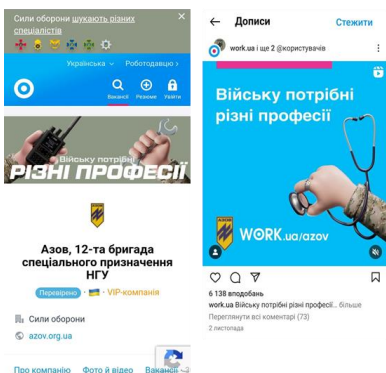
[24TV.UA](#)

Кампанії військової тематики

«АЗОВ» ТА WORK.UA ЗАПУСТИЛИ РЕКРУТИНГОВУ КАМПАНІЮ ПІД ГАСЛОМ «ВІЙСЬКУ ПОТРІБНІ РІЗНІ ПРОФЕСІЇ»

- «Азов» спільно з Work.ua та Banda Agency оголосили про нову рекрутингову кампанію до підрозділу. За допомогою сервісу з пошуку роботи «Азов» планує закрити вакансії на небойових посадах, таких як кухар та механік, а в перспективі вплинути на зміну підходу рекрутингу до ЗСУ в цілому.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

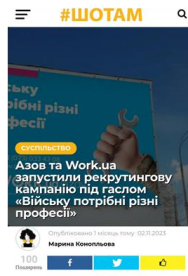
«АЗОВ» & WORK.UA & BANDA AGENCY



WORK.UA

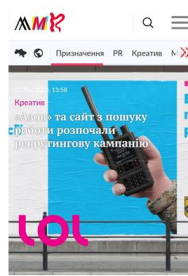
POST.UA

PR ПУБЛІКАЦІЇ



12-та бригада спеціального призначення Нацгвардії «Азов» у співпраці з найбільшим в Україні сайтом пошуку роботи Work.ua оголосили про початок рекрутингової кампанії під гаслом «Війську потрібні різні професії».

SHOTAM.INFO



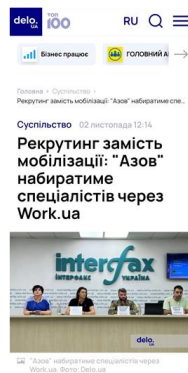
12-та бригада спеціального призначення НГУ «Азов» у співпраці з найбільшим в Україні сайтом пошуку роботи Work.ua оголосили про початок рекрутингової кампанії під гаслом «Війську потрібні різні професії».

MMR.UA



«Азов» спільно з Work.ua та Banda Agency оголосили про нову рекрутингову кампанію до підрозділу. За допомогою сервісу з пошуку роботи «Азов» планує закрити вакансії на небойових посадах, таких як кухар та механік, а в перспективі вплинути на зміну підходу рекрутингу до ЗСУ в цілому. Про це ініціатори рекрутингової кампанії розповіли 2 листопада на пресконференції.

THEPAGE.UA



Супільство 02 листопада 12:14
Рекрутинг замість мобілізації: «Азов» набиратиме спеціалістів через Work.ua

DELO.UA

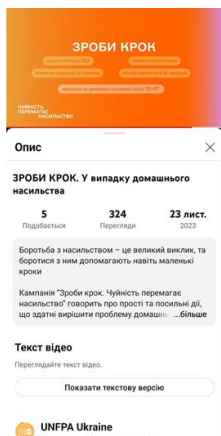
В УКРАЇНІ ЗАПУСТИЛИ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНУ УРЯДОВУ КАМПАНІЮ "ЗРОБИ КРОК. ЧУЙНІСТЬ ПЕРЕМАГАЄ НАСИЛЬСТВО"

- В Україні, в рамках акції "16 днів активізму проти насильства", запустили загальнонаціональну урядову кампанію "Зроби крок. Чуйність перемагає насильство", присвячену розвитку небайдужого суспільства, готового реагувати на випадки насильства. Кампанія націлена згуртувати суспільство навколо ідеї протидії насильству, та мотивувати спільно долати психологічні наслідки повномасштабної війни.
- Новину підхопили деякі медіа та розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

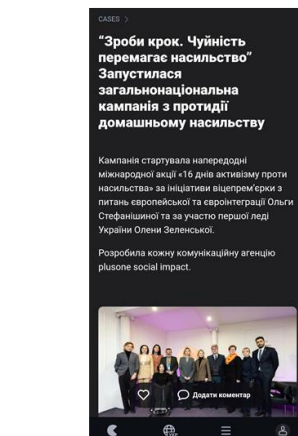
НОВИНА



ROZIRVYKOLO.ORG

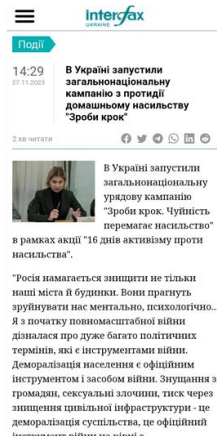


[ВИДЕО НА YT](http://VIDEO.HA.YT)



CASES.MEDIA

PR ПУБЛІКАЦІЇ



INTERFAX.COM.UA



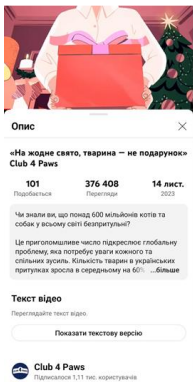
UKRINFORM.UA

Благодійні кампанії

CLUB 4 PAWS ЗАПУСТИЛИ КАМПАНІЮ “ТВАРИНА – ЦЕ НЕ ПОДАРУНОК”

- Бренд Club 4 Paws від українського виробника кормів для котів і собак Kormotech у травні 2022 року запустив [проект відповідальної адопції Look 4 Paws](#). Проект прицільно працює з притулками, допомагаючи прилаштовувати тварин, і збільшує кількість відповідальних опікунів через поширення корисної інформації. У межах Look 4 Paws бренд запустив передноворічну кампанію-нагадування про те, що тварина – це не подарунок, не тільки на Різдво, а й на будь-яке свято.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

CLUB 4 PAWS



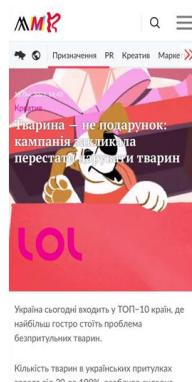
[РОЛИК НА YT](#)



[ПОСТ IG](#)

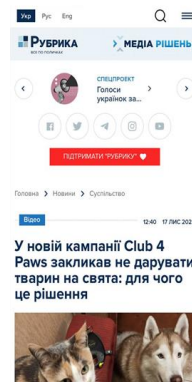


[ПОСТ IG](#)



[MMR.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[RUBRYKA](#)



[BAZILIK](#)

ФОНД “СИЛЬНІ” ТА “КИЇВСЬКИЙ ОЛЕНЬ” ЗАПУСТИЛИ КАМПАНІЮ ДЛЯ БОРОТЬБИ З МІФАМИ ПРО СЕКСУАЛЬНЕ НАСИЛЬСТВО

- Благодійний фонд “Сильні” спільно з художником Олександром Калібердою (“Київський олень”) запустили інформаційну кампанію до Всеукраїнської акції “16 днів проти насилля”. Проект складається із серії коміксів, в яких розкриваються найпоширеніші міфи про сексуальне насилля.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

ФОНД “СИЛЬНІ” ТА “КИЇВСЬКИЙ ОЛЕНЬ”



[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK](#)



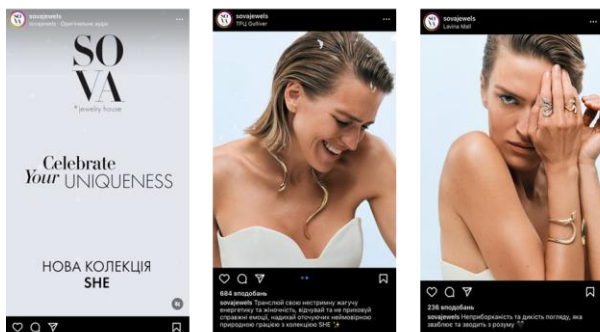
[THEVILLAGE](#)

Поточні рекламні кампанії

ЮВЕЛІРНИЙ ДІМ SOVA ПОКАЗАВ НОВУ КОЛЕКЦІЮ SHE

- Ювелірний дім SOVA випустив нову колекцію SHE. Її символом стала золота змія, яка уособлює жіночу силу та сексуальність. Вигини прикрас створені ювелірами, щоб підкреслювати лінії жіночого тіла – плавні, спокусливі, наповнені природною грацією. Жагуча енергетика, що дозволяє тобі зухвало та сміливо керувати своїм життям, надихнула ювелірів на створення колекції SHE.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

НОВИНА SOVA

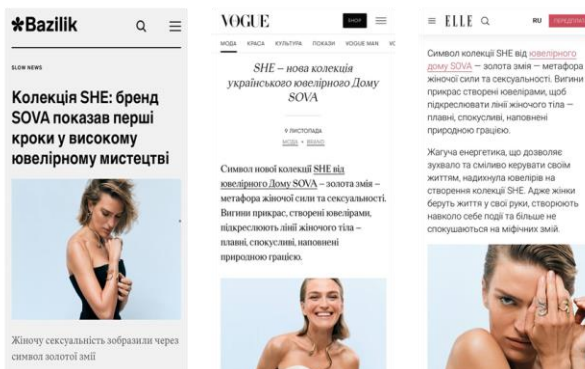


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK](#)

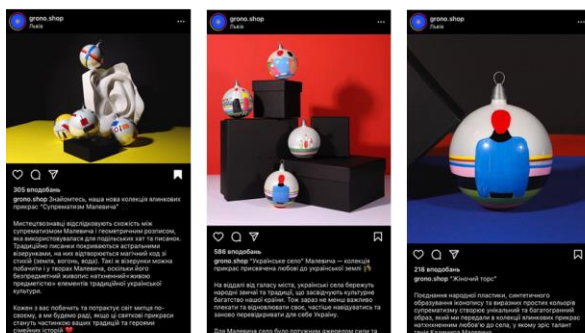
[VOGUE.UA](#)

[ELLE.UA](#)

БРЕНД “ГРОНО” СТВОРИВ КОЛЕКЦІЮ ЯЛИНКОВИХ КУЛЬ “НАШ МАЛЕВИЧ”

- Львівський бренд “Гроно” презентував серію ялинкових куль за мотивами творчості Казимира Малевича, щоб розповісти українцям про те, чому Малевич – наш. До колекції увійшло 8 ялинкових куль. Вони складені у два подарункових набори – “Супрематизм” та “Українське село”. Придбати ялинкові кулі можна [на сайті](#) чи в [Instagram](#) бренду.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

GRONO

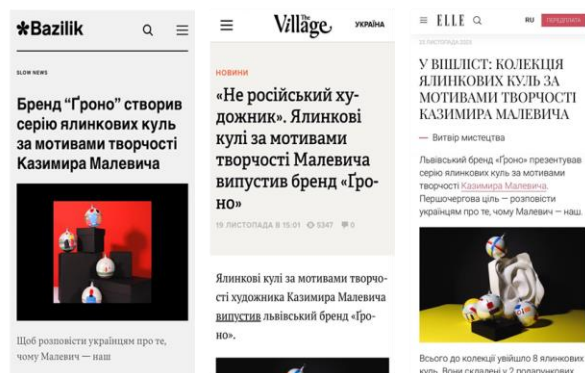


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK](#)

[THEVILLAGE](#)

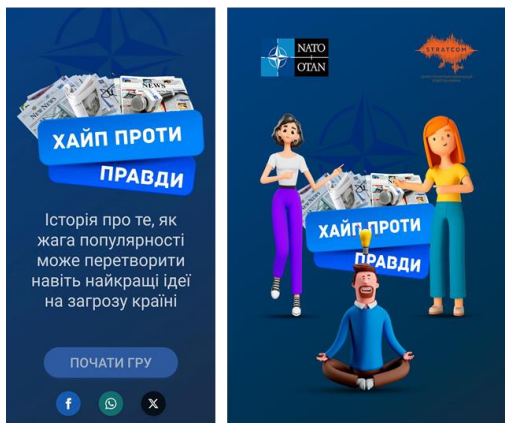
[ELLE](#)

Трендові кампанії

ДЛЯ УКРАЇНЦІВ СТВОРИЛИ ОНЛАЙН-ГРУ “ХАЙП ПРОТИ ПРАВДИ”

- Онлайн-гру “Хайп проти правди”, яка вчить розпізнавати дезінформацію, презентували Stratcom Ukraine і Центр інформації та документації НАТО. Мета гри – показати, як формується інформаційне поле, чому і як виникають маніпуляції й фейки, а також підвищити медіаграмотність українців до дезінформації РФ, зокрема щодо тем, пов’язаних із НАТО.
- Новину підхопили деякі медіа та розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

ОНЛАЙН-ГРА

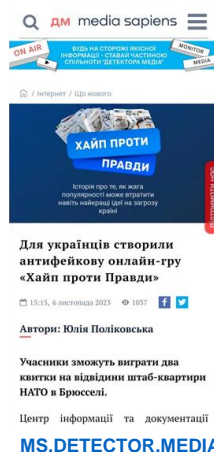


HYPERSTRUTH.COM.UA

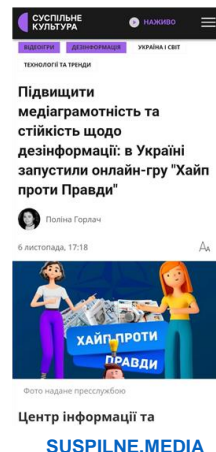
PR ПУБЛІКАЦІЇ



VILLAGE.COM.UA



MS.DETECTOR.MEDIA



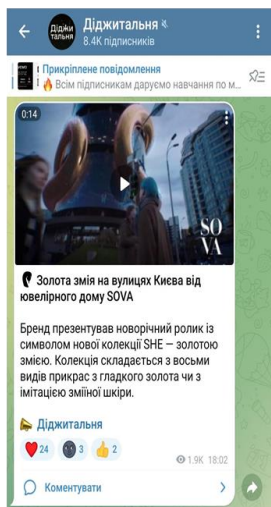
SUSPILNE.MEDIA

ТРЕНДОВІ 3D ОБ'ЄКТИ В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ

SOVA



[ПОСТ IG](#)

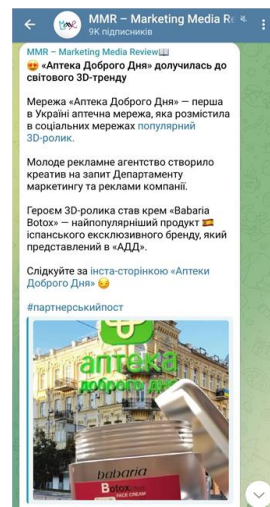


[ПОСТ TG ДІДЖИТАЛЬНЯ](#)

АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ & BABARIA



[ПОСТ IG](#)



[ПОСТ TG MMR](#)

Трендові кампанії

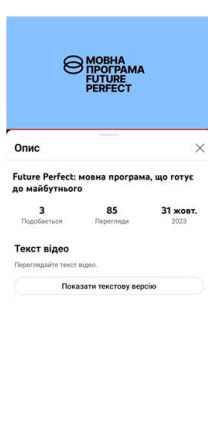
В УКРАЇНІ СТАТУВАВ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЄКТ З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ FUTURE PERFECT

- Національна програма популяризації англійської як мови міжнародного спілкування в Україні, створена з ініціативи Президента України. Координуватимуть втілення програми [Міністерство цифрової трансформації України](#) у співпраці з [Міністерством освіти і науки України](#) й Міністерством культури та інформаційної політики України. Мета [проєкту Future Perfect](#) – офіційно зробити англійську мовою міжнародного спілкування в Україні, відкрити кожному українцю нові можливості для професії та особистого розвитку, допомогти конкурувати на світовому ринку та отримувати високу зарплату.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

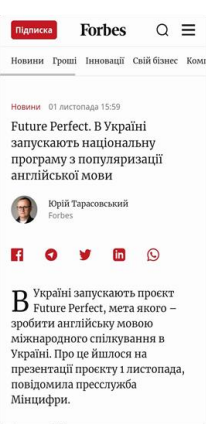
FUTURE PERFECT



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

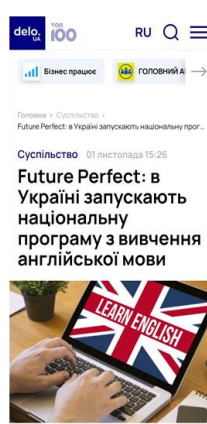


[РОЛИК НА YT](#)



[FORBES.UA](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[DELO.UA](#)



[LB.UA](#)

КОМПАНІЯ МХП ЗАПУСТИЛА КУЛІНАРНИЙ ЧАТ-БОТ КУЛІНАТОР

- Компанія МХП запустила кулінарний чат-бот на базі штучного інтелекту. В його обов'язки входить допомога користувачеві у будь-яких кулінарних запитах. Kulinator може запропонувати меню на вечір із тих продуктів, які є у вас вдома, цікаві, незвичні, складні рецепти для тих, хто хоче спробувати щось новеньке. Або зовсім прості – для кулінарних початківців, котрі гуглять, як приготувати червону воду для борщу.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

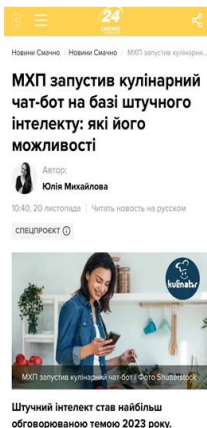
МХП



[ПОСТ IG](#)



[ЧАТ-БОТ TG](#)

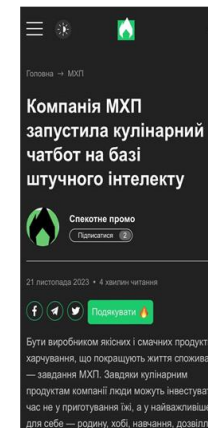


[SMACHNO24TV](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[LANDLORD](#)

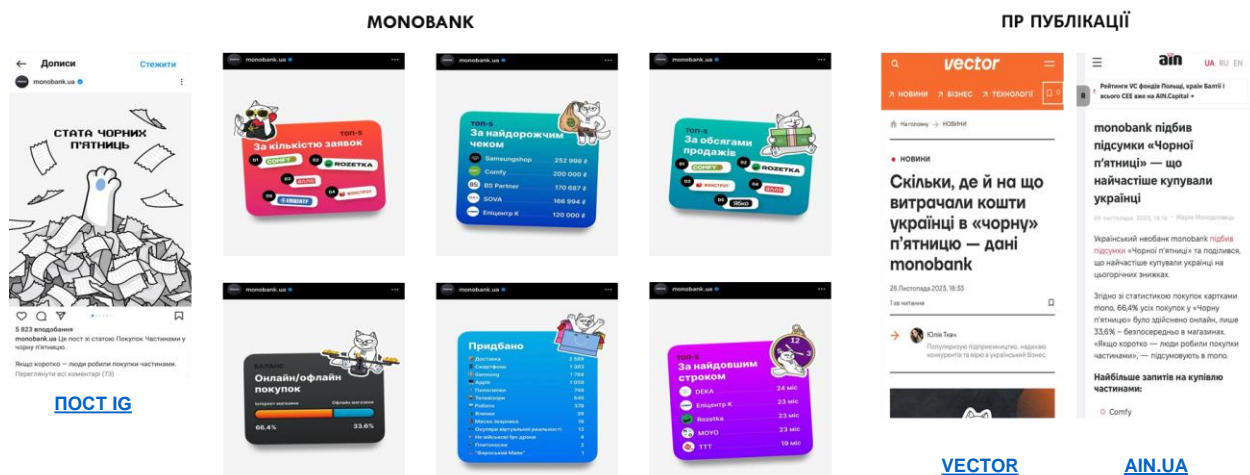


[SPEKA](#)

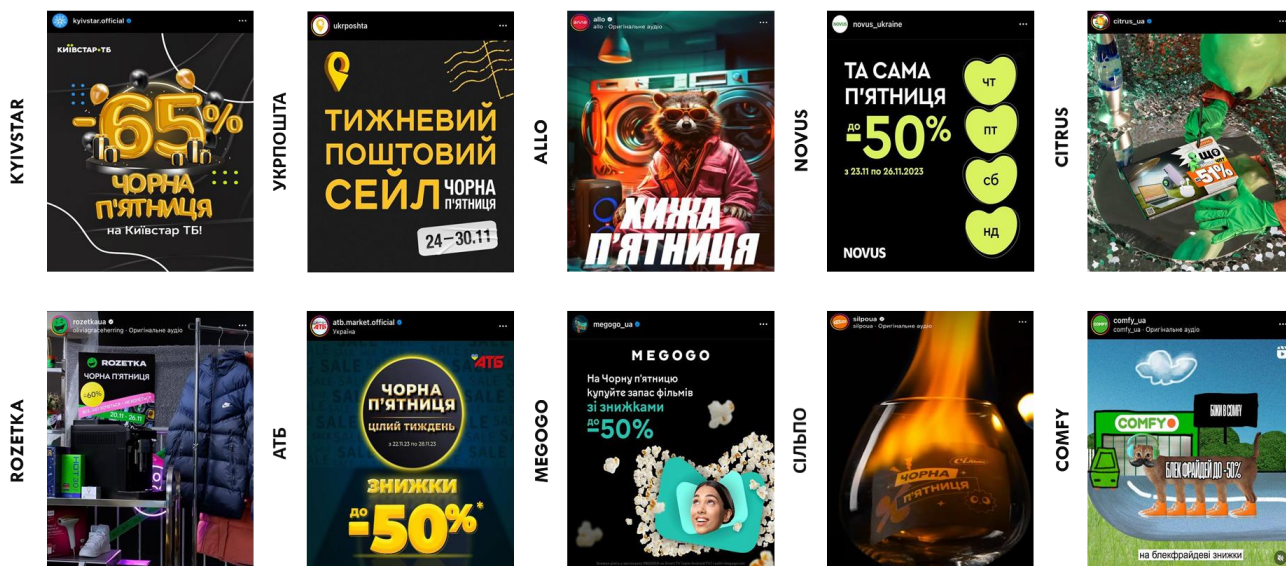
Ситуативні рекламні кампанії

СТАТИСТИКА «ЧОРНОЇ П'ЯТНИЦІ» ВІД МОНОВАНК

- У monobank підбили підсумки «чорної п'ятниці» 2023-го.
- Статистика була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

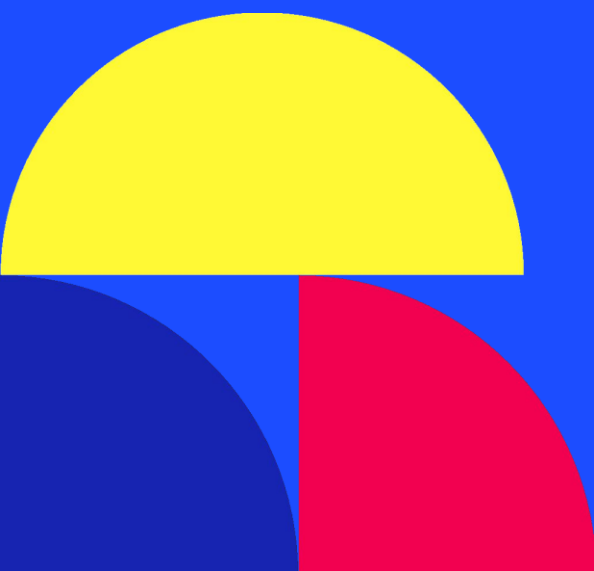


СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ ДО ЧОРНОЇ П'ЯТНИЦІ



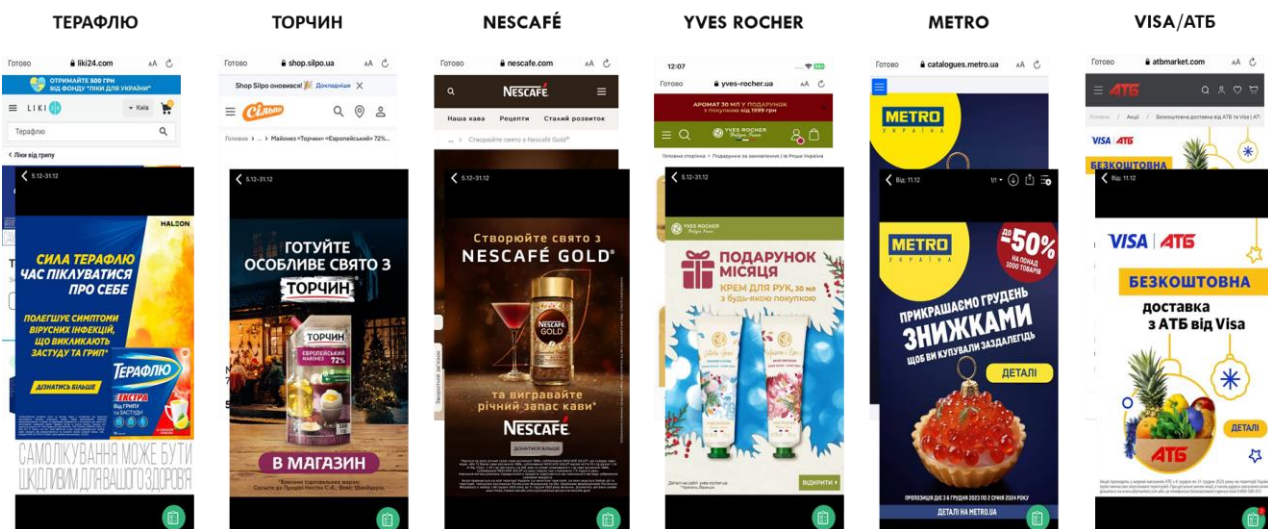


ГРУДЕНЬ



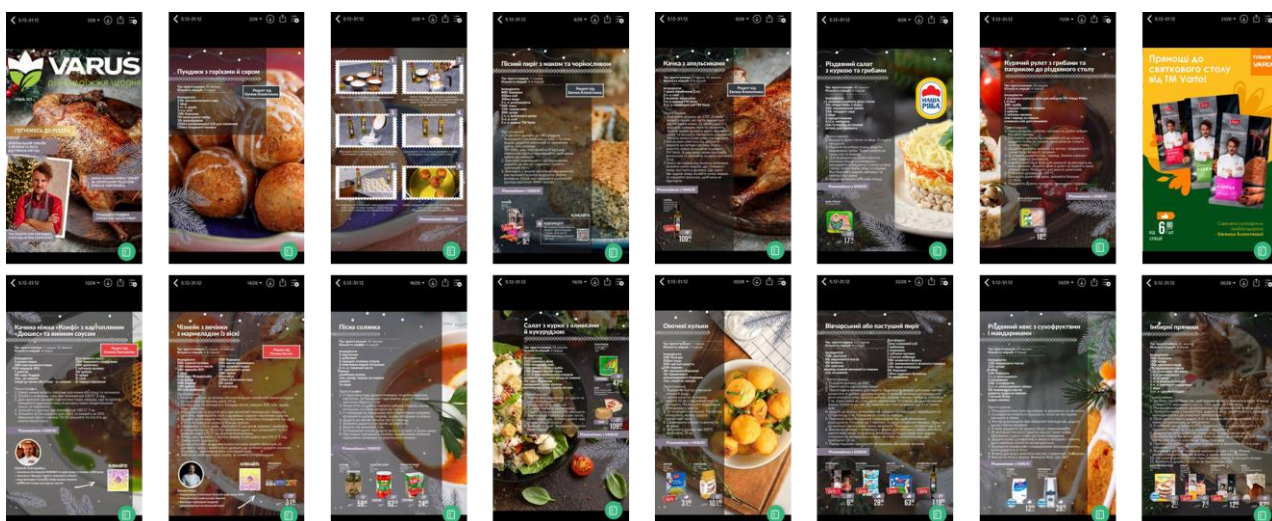
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ В VLIX UKRAINE

У грудні в додатку Vlix Ukraine вийшов випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проекту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus, були зібрані рецепти "Різномаїжжя щодня" Готуємось до Різдва.



Партнерство

ЄВРАЗІЯ / AZNAURI / BOSCH / COMFY / TO BE / STREET CHILD: THE-VILLAGE.COM.UA

У грудні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) “У ТРЦ Respublika Park відкрили «Євразію»: як знайти заклад і за яким графіком він працює» ([Євразія, 06.12](#)); 2) “Пряна смородина” чи “Соковита вишня”: як смакує небанальний фруктовий глінтвейн” ([Aznauri, 15.12](#)); 3) “Мандрівки Україною на зимові канікули: куди поїхати та як підготувати машину до подорожі” ([Bosch, 18.12](#)); 4) “Найдобріший” мерч цієї зими: COMFY випустили колекцію одягу й аксесуарів, щоби підтримати військо” ([COMFY, 19.12](#)); 5) “Вінілова кімната й індивідуальний підхід до гостей: як потрапити в оновлений ресторан To Be” ([To Be, 19.12](#)); 6) “Повернули до навчання 11 370 учнів: як Street Child підтримують роботу шкіл під час вторгнення” ([Street Child, 20.12](#)).

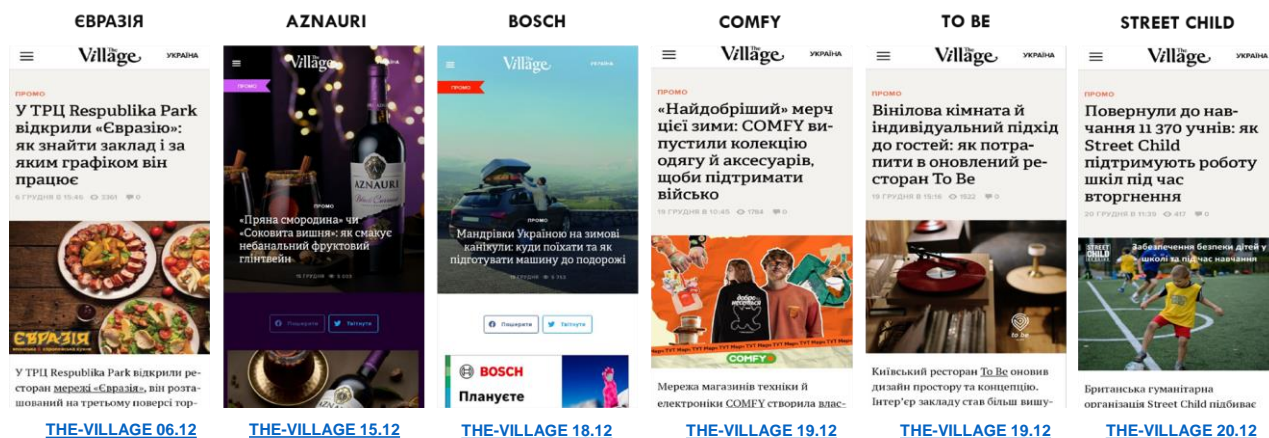
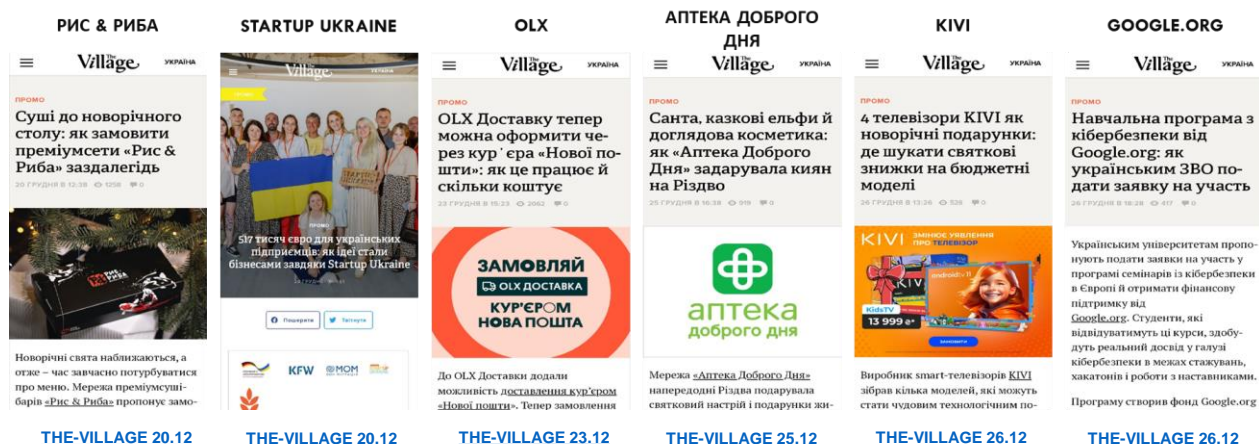


РИС & РИБА / STARTUP UKRAINE / OLX / АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ / KIVI / GOOGLE.ORG: THE-VILLAGE.COM.UA

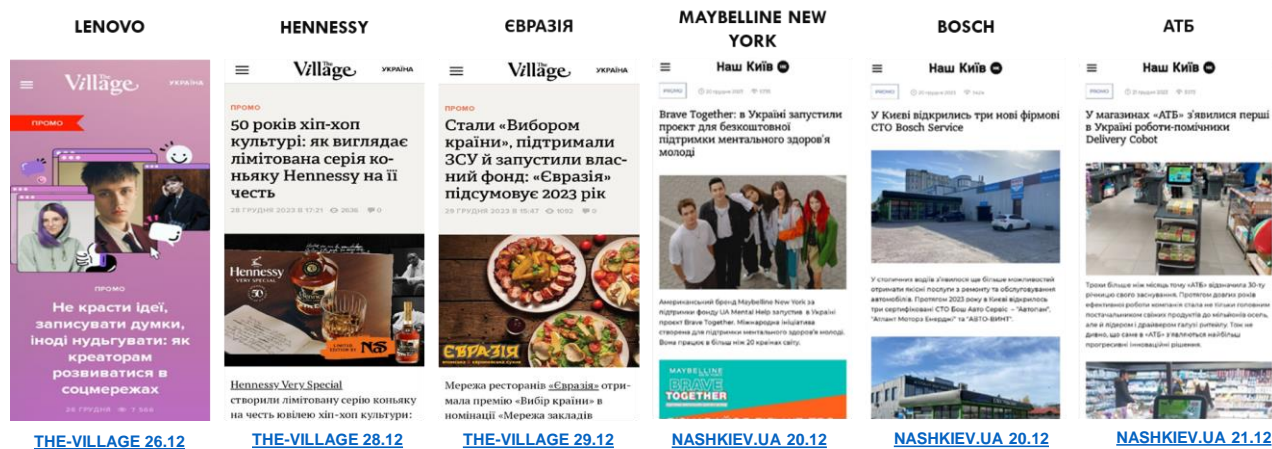
У грудні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) “Суші до новорічного столу: як замовити преміумсети «Рис & Рибка» заздалегідь” ([Рис & Рибка, 20.12](#)); 2) “517 тисяч євро для українських підприємців: як ідеї стали бізнесами завдяки Startup Ukraine” ([Startup Ukraine, 20.12](#)); 3) “OLX Доставку тепер можна оформити через кур’єра «Нової пошти»: як це працює й скільки коштує” ([OLX, 23.12](#)); 4) “Санта, казкові ельфи й доглядова косметика: як «Аптека Доброго Дня» задувала киян на Різдво” ([Аптека Доброго Дня, 25.12](#)); 5) “4 телевізори KIVI як новорічні подарунки: де шукати святкові знижки на бюджетні моделі” ([KIVI, 26.12](#)); 6) “Навчальна програма з кібербезпеки від Google.org: як українським ЗВО подати заявку на участь” ([Google.org, 26.12](#)).



Партнерство

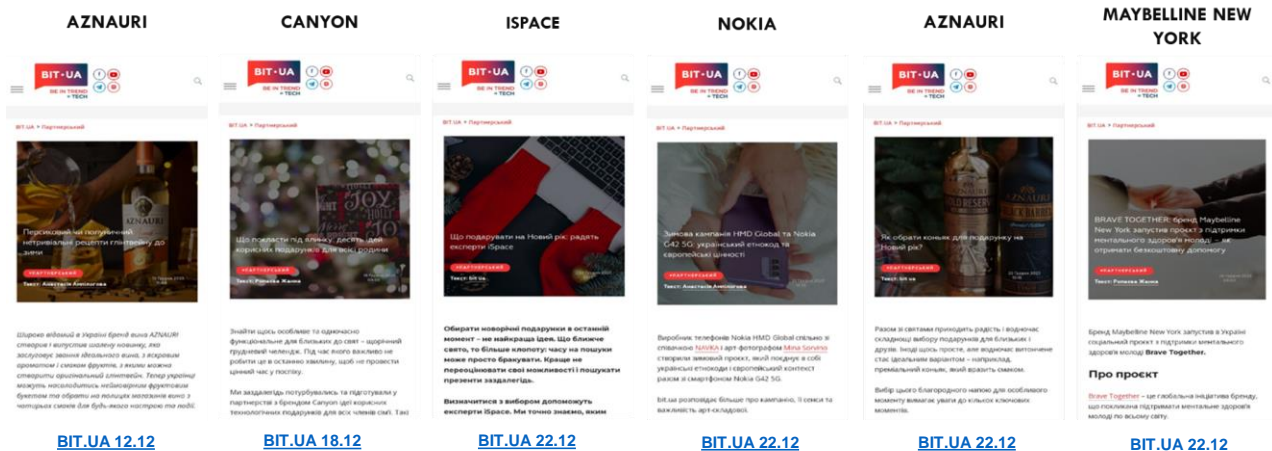
LENOVO / HENNESSY / ЄВРАЗІЯ / MAYBELLINE NEW YORK / BOSCH / АТБ: THE-VILLAGE.COM.UA & NASHKIEV.UA

У грудні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua та nashkiev.ua: 1) "Не красти ідеї, записувати думки, іноді нудьгувати: як креаторам розвиватися в соцмережах" ([Lenovo, 26.12](#)); 2) "50 років хіп-хоп культури: як виглядає лімітована серія коньяку Hennessy на її честь" ([Hennessy, 28.12](#)); 3) "Стали "Вибором країни", підтримали ЗСУ й запустили власний фонд: «Євразія» підсумовує 2023 рік" ([Євразія, 29.12](#)); 4) "Brave Together: в Україні запустили проект для безкоштовної підтримки ментального здоров'я молоді" ([Maybelline New York, 20.12](#)); 5) "У Києві відкрились три нові фірмові СТО Bosch Service" ([Bosch, 20.12](#)); 6) "У магазинах "АТБ" з'явилися перші в Україні роботи-помічники Delivery Cobot" ([АТБ, 21.12](#)).



AZNAURI / CANYON / ISPACE / NOKIA / MAYBELLINE NEW YORK: BIT.UA







У грудні вийшли такі партнерські матеріали на bit.ua: 1) "Персиковий чи полуничний: нетривіальні рецепти глінтвейну до зими" ([Aznauri, 12.12](#)); 2) "Що покласти під ялинку: десять ідей корисних подарунків для всієї родини" ([Canyon, 18.12](#)); 3) "Що подарувати на Новий рік: радять експерти iSpace" ([iSpace, 22.12](#)); 4) "Зимова кампанія HMD Global та Nokia G42 5G: український етнокод та європейські цінності" ([Nokia, 22.12](#)); 5) "Як обрати коньяк для подарунку на Новий рік?" ([Aznauri, 22.12](#)); 6) "BRAVE TOGETHER: бренд Maybelline New York запусив проект з підтримки ментального здоров'я молоді – як отримати безкоштовну допомогу" ([Maybelline New York, 26.12](#)).



Партнерство

АТБ / УЛІС / РІХЕРТ&ПАРК / М'ЯСОМАРКЕТ / ILLINSKY HOUSE: NASHKIEV.UA

У грудні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "240 пікапів, 470 дронів та медобладнання для ЗСУ: підсумки благодійного марафону "АТБ"" ([АТБ, 12.12](#)); 2) "Комплекс будинків на природі УЛІС презентував аудіогід "Подорож у Київське Полісся"" ([УЛІС, 13.12](#)); 3) "A Development: яким бути проєкту Ріхерт&Парк – мають вирішувати жителі Подолу" ([A Development \(Ріхерт&Парк\), 13.12](#)); 4) "Київські "М'ясомаркети" тепер із кафе й оновленим асортиментом" ([М'ясомаркет, 19.12](#)); 5) "Клубний будинок Illinsky House відкрив двері першим гостям" ([Illinsky House, 19.12](#)); 6) "В "АТБ" проходить колекційна промо-акція "Різдвяні Сторіс": як взяти участь" ([АТБ, 20.12](#)).

АТБ	УЛІС	РІХЕРТ&ПАРК	М'ЯСОМАРКЕТ	ILLINSKY HOUSE	АТБ
 <p>240 пікапів, 470 дронів та медобладнання для ЗСУ: підсумки благодійного марафону "АТБ"</p> <p>NASHKIEV.UA 12.12</p>	 <p>Комплекс будинків на природі УЛІС презентував аудіогід "Подорож у Київське Полісся"</p> <p>NASHKIEV.UA 13.12</p>	 <p>A Development: яким бути проєкту Ріхерт&Парк – мають вирішувати жителі Подолу</p> <p>NASHKIEV.UA 13.12</p>	 <p>Київські "М'ясомаркети" тепер із кафе й оновленим асортиментом</p> <p>NASHKIEV.UA 19.12</p>	 <p>Клубний будинок Illinsky House відкрив двері першим гостям</p> <p>NASHKIEV.UA 19.12</p>	 <p>В "АТБ" проходить колекційна промо-акція "Різдвяні Сторіс": як взяти участь</p> <p>NASHKIEV.UA 20.12</p>

WINETIME / UKLON / MARY KAY / BEVZA / INTERTOP / ZACAPA: ELLE.UA & MARIECLAIRE.UA & VOGUE.UA

У грудні вийшли такі партнерські матеріали на elle.ua, marieclaire.ua та vogue.ua: 1) "Різдвяний випуск "топшефи x winetime" з Дмитром Горовенком та Соною Забугою вийшов на youtube" ([WINETIME, 16.12](#)); 2) "Про вихід на закордонний ринок, новий благодійний збір на 100 мільйонів гривень та щоденні виклики. Інтерв'ю зі співзасновницею компанії UKLON Вікторією Дубровською" ([UKLON, 27.12](#)); 3) "Піклування про красу взимку: топ-засоби від Mary Kay" ([MARY KAY, 18.12](#)); 4) "Українська пшениця – символ нової колекції сумок BEVZA" ([BEVZA, 06.12](#)); 5) "Досконалість у кожній деталі: нова колекція MANGO офіційно доступна в INTERTOP" ([INTERTOP, 07.12](#)); 6) "Сила традицій: художниця Дарія Альошкіна — про витинанки та рятівну магію творчості" ([ZACAPA, 14.12](#)).

WINETIME	UKLON	MARY KAY	BEVZA	INTERTOP	ZACAPA
 <p>РІЗДВЯНИЙ ВИПУСК «ТОПШЕФИ X WINETIME» З ДМИТРОМ ГОРОВЕНКОМ ТА СОНЕЮ ЗАБУГОЮ ВИЙШОВ НА YOUTUBE</p> <p>ELLE.UA 16.12</p>	 <p>ПРО ВИХІД НА ЗАКОРДОННИЙ РИНОК, НОВИЙ БЛАГОДІЙНИЙ ЗБІР НА 100 МІЛЬЙОНІВ ГРИВЕНЬ ТА ЩОДЕННІ ВИКЛИКИ. ІНТЕРВ'Ю ЗІ СПІВЗАСНОВНИЦЕЮ КОМПАНІЇ UKLON ВІКТОРІЄЮ ДУБРОВСЬКОЮ</p> <p>ELLE.UA 27.12</p>	 <p>ПІКЛУВАННЯ ПРО КРАСУ ВЗИМКУ: ТОП-ЗАСОБИ ВІД MARY KAY</p> <p>MARIECLAIRE 18.12</p>	 <p>Українська пшениця – символ нової колекції сумок BEVZA</p> <p>VOGUE.UA 06.12</p>	 <p>Досконалість у кожній деталі: нова колекція MANGO офіційно доступна в INTERTOP</p> <p>VOGUE.UA 07.12</p>	 <p>Сила традицій: художниця Дарія Альошкіна – про витинанки та рятівну магію творчості</p> <p>VOGUE.UA 14.12</p>

Партнерство

ПАРТНЕРСТВО З "НОВА ПОШТА"

INSTAGRAM HP



ЗАСТОСУНОК HP



[READEAT](#)

[BOSCH](#)

[TVOYAOPORA](#)

[MEMBERSHOP](#)

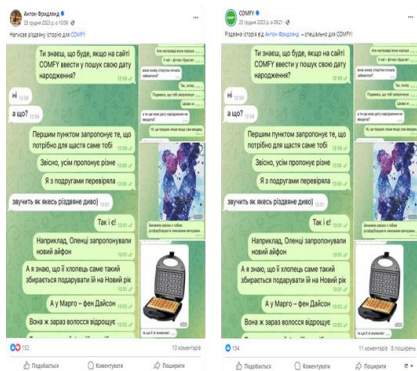
[MASLOTOM](#)

[ROBOTA.UA](#)

ПАРТНЕРСТВО COMFY ТА ПИСЬМЕННИКА АНТОНА ФРІДЛЯНДА

- Мережа магазинів побутової техніки та електроніки в Україні COMFY продовжує свою арт-колаборацію з київським письменником Антоном Фрідляндом. Цього разу автор гумористичного оповідання розповів історію про "різдвяне диво" у COMFY.
- Співпраця анасувалося постами в соцмережах партнерів.

ПОСТИ FACEBOOK



[ПИСЬМЕННИК](#)

[COMFY](#)

ОПОВІДАННЯ



1-ша сторінка

2-га сторінка

3-тя сторінка

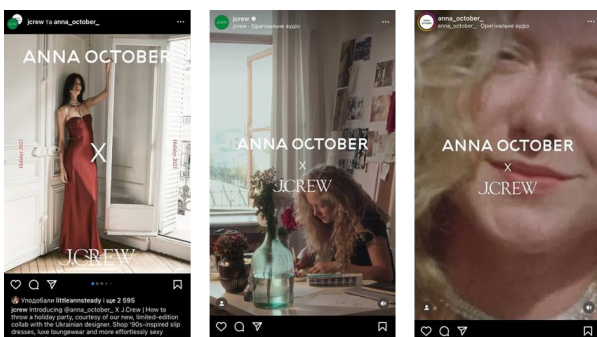
4-та сторінка

Партнерство

КОЛОБОРАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДИЗАЙНЕРКИ ANNA OCTOBER З АМЕРИКАНСЬКИМ БРЕНДОМ J.CREW

- Колаборація Anna October та J.Crew – це посібник зі святкування життя, жіночності, чуттєвості та впевненості. За допомогою цієї колаборації, українська дизайнерка прагне підвищити обізнаність про потребу в підтримці людей та тварин, які постраждали від російського вторгнення. Анна запрошує долучитися та зробити свій вклад у допомозі тим, хто її потребує, через застосунок Donut.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

ANNA OCTOBER & J.CREW

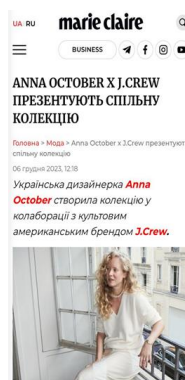


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

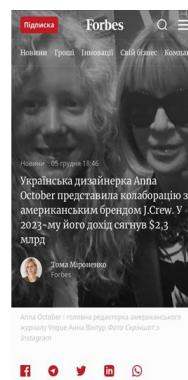
ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MARIECLAIRE](#)



[VILLAGE](#)



[FORBES](#)

БРЕНД ONE BY ONE ТА ФУНДАЦІЯ КАТЕРИНИ ОСАДЧОЇ ПРЕДСТАВИЛИ СПІЛЬНУ КОЛЕКЦІЮ "ОБІЙМИ ДЛЯ ДИТИНИ"

- Бренд ONE BY ONE та Фондація Катерини Осадчої запустили колекцію одягу та аксесуарів на підтримку нового проекту "Обійми для дитини". Кошти з продажу спрямують на психологічну й соціальну допомогу дітям, яких взяли під опіку або всиновили. Головною ідеєю та натхненням нового дропу стали вразливість, чуйність, емпатичність та бажання допомогати одне одному.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

КАТЯ ОСАДЧА



[ПОСТ IG](#)

ONE BY ONE



[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK](#)



[NASHKIEV.UA](#)



[ELLE.UA](#)

Special projects

IZIBANK & ОПІЛЛЯ & AZNAURI: MEGOGO.NET

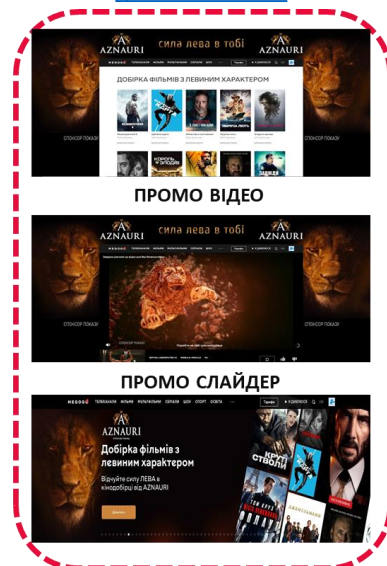
ДОБІРКА IZIBANK



ДОБІРКА ОПІЛЛЯ



ДОБІРКА AZNAURI

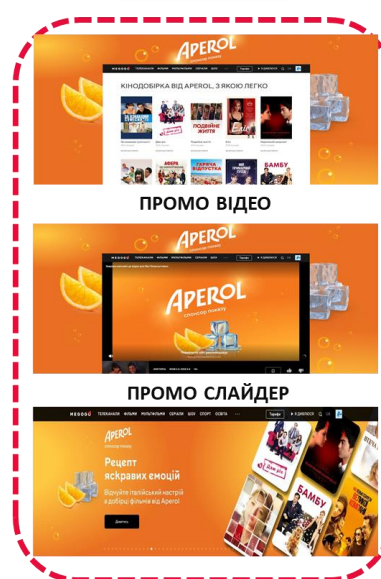


L.O.L. SURPRISE & APEROL & UNILEVER (REXONA): MEGOGO.NET

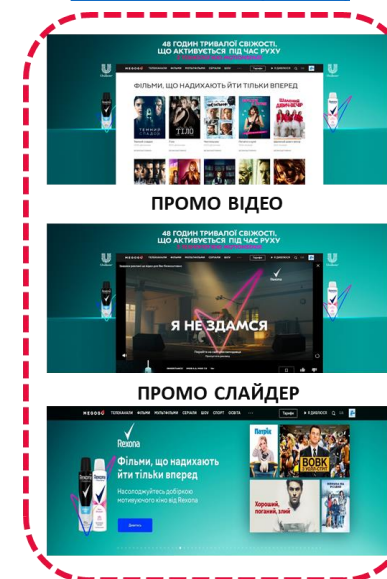
ДОБІРКА L.O.L. SURPRISE



ДОБІРКА APEROL



ДОБІРКА UNILEVER (REXONA)



Special projects

VESNA / PAYFORCE / UKRSIBBANK: AIN.UA

- У грудні на ain.ua були опубліковані такі партнерські матеріали: 1) "Vesna: як сімейний бізнес рослинної косметики підкорює український та міжнародний ринки" ([VESNA, 07.12](http://vesna.07.12)); 2) "Модуль віддаленої ідентифікації та єдиний інтерфейс для обслуговування фізичних осіб та ФОПів. Чому клієнти обирають PayForce" ([PAYFORCE, 20.12](http://payforce.20.12)); 3) "Як відновлювати та розбудовувати Україну на принципах сталого розвитку: плани UKRSIBBANK BNP Paribas Group" ([UKRSIBBANK, 28.12](http://ukrsibbank.28.12)).
- Додатково матеріали анонсувалися на ain.ua.

VESNA

Дієвля факти із розмовою:

Український виробник натуральної доглядової косметики Vesna був заснований Іриною Скаржинською разом з чоловіком Віктором у Бучі вже понад 10 років. Протягом всіх з виповнення домашнього мила, мав 6 парадних для чужинців акції компанії бренду Vesna. Після вони почали робити косметику для себе та друзів, що переросло в ціло створення власної справи.

Результат AIN.UA та AIN.Business спільно з компанією **Market&G** та національним проектом **Ді.Бізнес** запустили проєктну програму **Сила Бізнесу**. У другому сезоні ми звернулися на презентацію малого і середнього бізнесу, спілкування з ними про те, як вони працюють в умовах повномасштабної війни, волонтерять, планують та вносять позитивний розвиток власної справи.

[МАТЕРІАЛ AIN.UA](http://material.ain.ua)

PAYFORCE

Чому клієнти обирають PayForce

Модуль віддаленої ідентифікації та єдиний інтерфейс для обслуговування фізичних осіб та ФОПів.

Уже понад 6 років українська компанія PayForce розробляє фінтех-рішення для клієнтів банківського сектору та банків. Її ключові продукти є банківські системи онлайн-банкінгу, інтегровані платіжні системи банків для дистанційного обслуговування своїх клієнтів. Одна з переваг цього рішення – можливість об'єднання функціональності, встановленої додаткової модулі. Найбільшим попитом серед них на ринку.

[МАТЕРІАЛ AIN.UA](http://material.ain.ua)

UKRSIBBANK

Майбутнє України проминяє без проминяння ESG в усі сфери економіки

Зараз Україна створює ланки фінансової мережі від ЄС, США, в тому числі провідних країн. Відносно її, що має доповнювати, імпортує, що ми робимо сподіватися імпортує та експортувати певні товари країн. Незалежно частково цього і стійкий розвиток та ESG-фінансування, зокрема, імпортує імпортує – українські підприємства, сподіватися та експортувати товари.

Питання збереження довільно, надійного використання ресурсів, ринку при людях і в цілому економіці цього питання є тим, над чим Україна має працювати вже зараз, щоб невідкладно розв'язувати на шляху до довільно збереження довільно. Але необхідно покращити частку дефіциту державного бюджету шляхом міжнародної допомоги, внутрішніх коштів, які важливі для економічного зростання.

Одна, майбутнє України проминяє без проминяння ESG в усі сфери економіки. Нам в UKRSIBBANK у цьому плані значно простіше, адже ми працюємо BNP Paribas в фінансовому ЄС з впровадженням ESG в банківський сектор. Ми продовжуємо інвестувати в національну, міжнародну банківську систему і сталого фінансування – від правління.

Що означає бути ефективним бізнесом у світі, який постійно змінюється? Тримати баланс між

[МАТЕРІАЛ AIN.UA](http://material.ain.ua)

KREDOBANK / KIVI: VILLAGE.COM.UA

- На village.com.ua у грудні розміщувалися такі брендові проєкти: 1) "Гуцульські доріжки, рюкзаки чи ялинкові прикраси: зібрали 12 крафтових подарунків на свята. Для стильних образів, подорожей і теплих інтер'єрів" ([KREDOBANK, 21.12](http://kredobank.21.12)); 2) "KIVI створили спеціальний телевизор для дитячої кімнати: навіщо він дітям і батькам" ([KIVI, 19.12](http://kivi.19.12)).
- Додатково матеріали анонсувалися на village.com.ua.

KREDOBANK

Святковий донат

Під час різдвяних свят множаться найкращі ідеї. Найбільше раду вже здійснюють українські сили оборони і вони ж утілять нашу запобіжну мрію, якщо ми об'єднаємося й допоможемо. Тоді до списку найкращих, кому ними треба обрати подарунок, варто додати ДСУ і зробити послідовний донат на ситуаційний збір чи великий фонд.

Гуцульські доріжки, рюкзаки чи ялинкові прикраси: зібрали 12 крафтових подарунків на свята

Шкіряний рюкзак «Кембридж»

Він **Mustak**
Ціна – 5900 гривень

Рюкзак «Кембридж» в англійському стилі – абсолютна витівка класики. Модель має великі кишені по портфелю зліва направо, а також приховану кишеню з правого боку. Рюкзак можна носити як на спину, так і як портфель на коротких руках. Розміри – 38x28x10 см.

Купити

[МАТЕРІАЛ VILLAGE.COM.UA](http://material.village.com.ua)

KIVI

KIVI створили спеціальний телевизор для дитячої кімнати: навіщо він дітям і батькам

Європейський бренд KIVI спеціально для дитячої кімнати розробив абсолютно новий продукт на ринку Smart TV – телевизор KIVI KidsTV. Окрім функцій батьківського контролю, гаджет дає змогу дитині керовати, безпечно розважатися, замикає очі від сильного впливованості та береже сон завжди ніччю.

The Village Україна разом із KIVI розповідають, навіщо дітям окремий телевизор, як він допоможе їм розвиватися та планувати життя батькам.

KIVI KidsTV
Екран: 32" Full HD
Операційна система: Android TV 11
Забезпечення: технологія Super contrast control, Ultra Clear i Max View

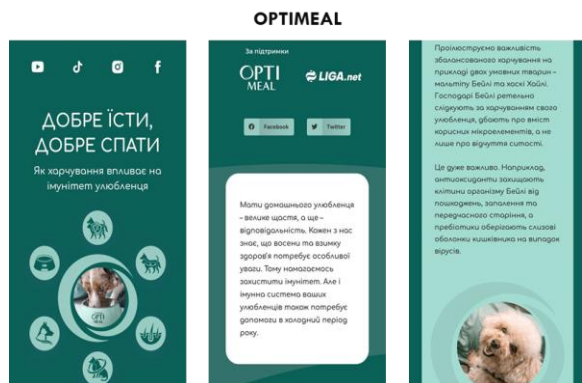
Чому дітям знадобився окремий телевизор?

[МАТЕРІАЛ VILLAGE.COM.UA](http://material.village.com.ua)

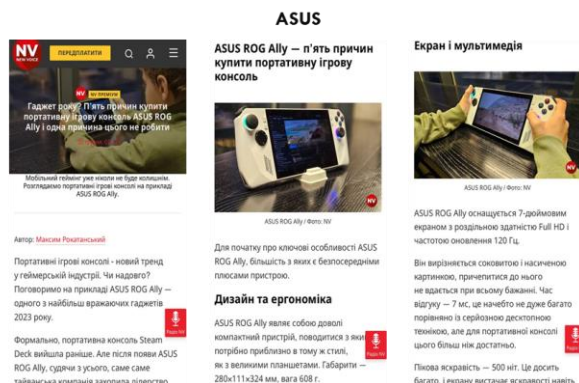
Special projects

OPTIMEAL / ASUS: LIGA.NET & NV.UA

- Liga.net [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям. У грудні вийшов матеріал "Добре їсти, добре спати. Як харчування впливає на імунітет улюбленця" ([OPTIMEAL, 19.12](#)).
- На NV.ua – розміщувався брендовий проєкт такий як – "Гаджет року? П'ять причин купити портативну ігрову консоль ASUS ROG Ally і одна причина цього не робити" ([ASUS, 30.12](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net та nv.ua.



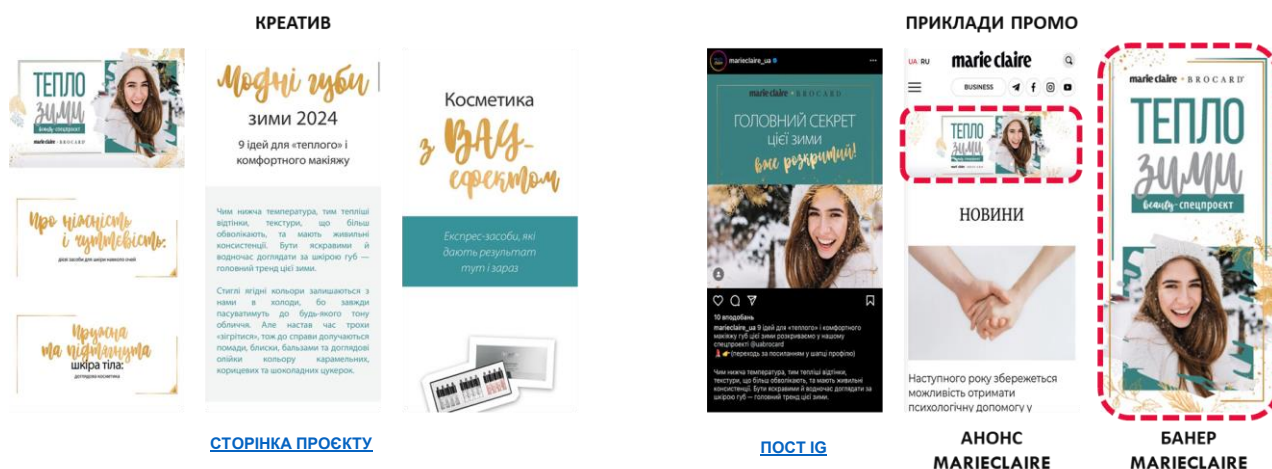
[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

BROCARD: MARIECLAIRE.UA, "ТЕПЛО ЗИМИ"

- Marie Claire разом з BROCARD у спільному спецпроєкті "Тепло зими" розповідають на що звернути увагу при догляді за собою взимку: 1) як обрати засіб для шкіри навколо очей; 2) як зробити шкіру тіла більш підтягнутою, а обличчя сяючим; 3) як обрати парфумерні подарунки для близьких. А ще багато корисних порад та лайфхаків від BROCARD.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті marieclaire.ua та в соцмережах усіх партнерів.



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

[ПОСТ IG](#)

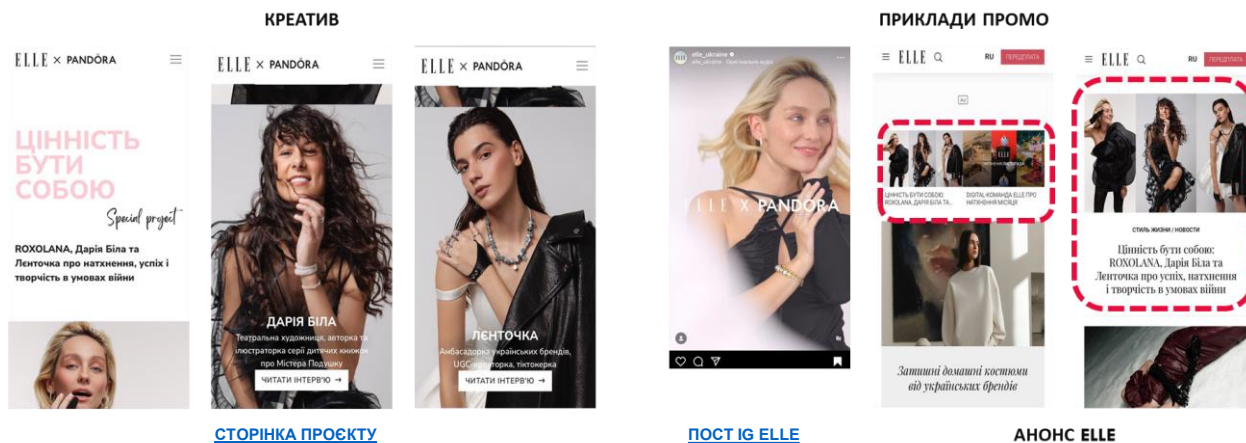
[АНОНС MARIECLAIRE](#)

[БАНЕР MARIECLAIRE](#)

Special projects

PANDORA: ELLE.UA, “ЦІННІСТЬ БУТИ СОБОЮ“

- Героїні спільного проєкту ELLE x PANDORA “Цінність бути собою” – дівчата, які творять у різних жанрах, мають різні світогляди та мрії. Але є те, що об'єднує їх: відтворення реальності у всьому, що вони сьогодні роблять. Про мистецтво, яке завжди на часі, команда ELLE поговорили з ROXOLANA, Дарією Білою та Ленточкою.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті elle.ua та в соцмережах партнерів.



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

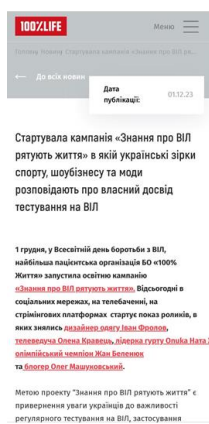
[ПОСТ IG ELLE](#)

[АНОНС ELLE](#)

БО “100% ЖИТТЯ” ЗАПУСТИЛА ОСВІТНЮ КАМПАНІЮ “ЗНАННЯ ПРО ВІЛ РЯТУЮТЬ ЖИТТЯ”

- Пацієнтська організація БО “100% Життя” запустила освітню кампанію “Знання про ВІЛ рятують життя”. Героями роликів стали дизайнер одягу Іван Фролов, телеведуча Олена Кравець, лідерка гурту Опука Ната Жижченко, олімпійський чемпіон Жан Беленюк та блогер Олег Машуковський. Метою проєкту “Знання про ВІЛ рятують життя” є привернення уваги українців до важливості регулярного тестування на ВІЛ, застосування доконтактної профілактики та нагадування, що це хронічне захворювання із яким можна мати повноцінне життя.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

БО “100% ЖИТТЯ”



[НОВИНА](#)



[РОЛИК НА YT](#)



[BAZILIK.MEDIA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[DIVOCHE.MEDIA](#)



[LIFE.NV.UA](#)

Поточні рекламні кампанії

ПР В ПІДТРИМКУ НОВОЇ ЛІНІЙКИ ОЛІЙ – “ОЛЕЙНА” З ТРАВАМИ

- У грудні бренд “Олейна”, який належить міжнародній компанії Bunge, презентував нову лінійку ароматних олій – “Олейна” З ТРАВАМИ.
- Новина була опублікована на сайті бренду, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах (obozrevatel.com, 24tv.ua, rbc.ua, unian.net та agro-ресурси).

НОВИНА

OLEINA.UA

PR ПУБЛІКАЦІЇ

OBOZREVATEL.COM

24TV.UA

RBC.UA

UNIAN.NET

AGROPORTAL.UA

APK-INFORM.COM

ЛЬВІВСЬКА МІСЬКА РАДА ВИПУСТИЛА РОЛИК У СТИЛІ РЕЖИСЕРА ВЕСА АНДЕРСОНА ПРО ЗАПУСК ЕЛЕКТРОННОГО КВИТКА “ЛЕОКАРТ”

- Львівська міська рада випустила відеоролик про нову систему оплати проїзду в громадському транспорті, яка діє від 11 грудня. Головні нововведення – можливість розрахуватися безготівково та здорожчання разового квитка. Автори відео, безсумнівно, надихалися стилем кінорежисера Веса Андерсона.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

Львівська міська рада

LEO.KART

PR ПУБЛІКАЦІЇ

VILLAGE.COM.UA

HMAROCHOS

ZAHID.ESPRESSO.TV

Новорічні та різдвяні рекламні кампанії

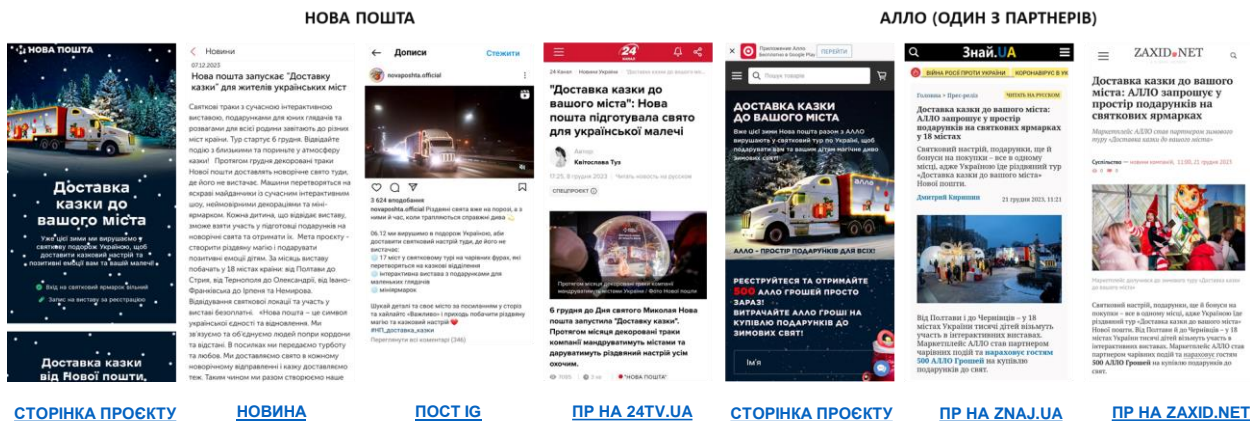
РІЗДВЯНА КАМПАНІЯ ДЛЯ MASTERZOO ВІД ТАКТИКА.AGENCY

- В різдвяній кампанії MasterZoo та агенції Taktika пухнасті особистості із різних міст України заколядували та защедрували. А водночас і нагадали, що їм теж потрібно дарувати подарунки. Також агенція розробила й аудіоформати роликів, щоб їх можна було почути по радіо, в ТЦ і в магазинах MasterZoo.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



НОВА ПОШТА ЗАПУСТИЛА СВЯТКОВИЙ ПРОЄКТ "ДОСТАВКА КАЗКИ"

- Нова пошта разом з партнерами запустила проєкт "Доставка казки" для жителів українських міст. Мета проєкту – створити різдвяну магію і подарувати позитивні емоції дітям. За місяць виставу побачать у 18 містах країни: від Полтави до Стрия, від Тернополя до Олександрії, від Івано-Франківська до Ірпеня та Немирова. Відвідування святкової локації та участь у виставі безоплатні.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а також додатково були запуснені PR-кампанії.



Новорічні та різдвяні рекламні кампанії

АДВЕНТ КАЛЕНДАР ТА ПРОЄКТ “ЯК СВЯТКУВАТИ РІЗДВО” ВІД SOVA

- SOVA презентує капсулу подарунків, створену за зразком орнаменту вишитого рушника Східного Поділля ХХ ст. зі збірки Музею Івана Гончара. Напередодні зимових свят приємні сюрпризи допомагають створювати святковий настрій щодня. Тому SOVA презентує капсулу брендovаних подарунків у форматі [адвент календарю](#).
- Як святкувати Різдво: традиції українського Святвечора у новому YouTube-проєкті від ювелірного дому SOVA. Все частіше українці повертаються до традицій та народної символіки на зимові свята. Команда SOVA поцікавилася у експертів, як правильно зберігати та адаптовувати традиції від Миколая до Маланки та не піддатися впливу шароварщини. Разом з фольклористкою та співачкою [Марією Квіткою](#) з'ясуємо, що одягати та як колядувати на свята. А з етнографом [Леонідом Мартинчиком](#) зануримося в атмосферу українських святкувань з традиціями, розвагами та святковим застіллям.
- Новини були опубліковані на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



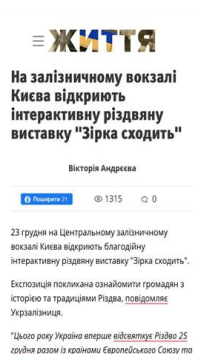
УКРЗАЛІЗНИЦЯ У КИЄВІ РОЗПОЧНЕ РОБОТУ ВИСТАВКИ “ЗІРКА СХОДИТЬ”

- 23 грудня на Центральному залізничному вокзалі Києва відкрили благодійну інтерактивну різдвяну виставку “Зірка сходить”, яка покликана ознайомити громадян з історією та традиціями Різдва. Експозиція складається з трьох смислових блоків: “Дух Різдва”, “Образ Різдва” та “Нова радість”. Виставка “Зірка сходить” створена комунікаційною агенцією Gres Todaychuk разом з UkrZaliznytsia.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

УКРЗАЛІЗНИЦЯ



PR PUBLIKACIYI



Новорічні та різдвяні рекламні кампанії

НОВА ПОШТА Й FEDORIV AGENCY ЗАПУСТИЛИ НОВОРІЧНУ КАМПАНІЮ “ЗАВТРА БУДЕ”

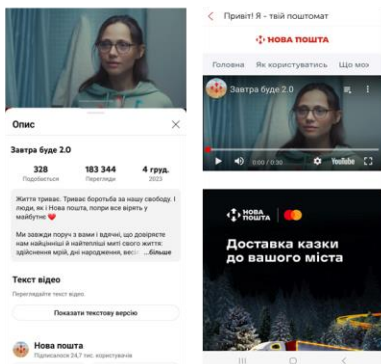
- Нова пошта у співпраці з командою Fedoriv agency розробили новорічну кампанію “Завтра буде”. Ролик вже можна побачити на телебаченні, на вулицях міст, у соцмережах, а слоган “Завтра буде” – у відділеннях Нової пошти й на поштоматах. Додатково Нова пошта розробила наклад спеціальних коробок, сувенірної продукції та мерчу, який надихає і стверджує: “Завтра буде”.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

FEDORIV AGENCY



[ПОСТ IG](#)

НОВА ПОШТА



[ВІДЕО НА УТ](#)

[ЗАСТОСУНОК](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THEPAGE.UA](#)

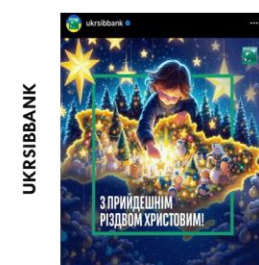
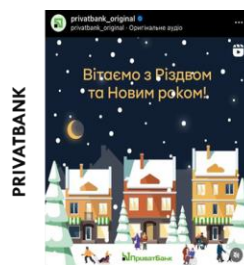


[BAZILIK.MEDIA](#)



[STB.UA](#)

СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ ДО РІЗДВА ХРИСТОВОГО



Ситуативні рекламні кампанії

БРЕНД SHYRELYK ОДЯГНУВ ПАМ'ЯТНИКИ ЛЕСІ УКРАЇНКИ І ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

- Український бренд одягу та аксесуарів Shyreluk одягнув головні пам'ятники свого рідного міста Луцька у свої куртки. Так, Леся Українка, "інфлюенсерка їхнього серця", була вбрана у червону куртку, а Тарас Шевченко у пуховий унісекс бомбер. Таким чином бренд повідомив про те, що він відкриває власний магазин поблизу пам'ятника Лесі Українки.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

SHYRELYK & SHYRELYK_HATKA

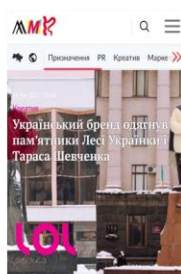


[ПОСТ IG](#)

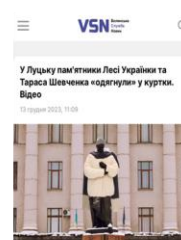


[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)



[VSN.UA](#)



[META.UA](#)

СВЯТКОВА ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ЗАСТОСУНКУ ВІД МОНОВАНК ТА UKLON

МОНОВАНК: ІНТЕРАКТИВНА ЯЛИНКА



[INSTAGRAM ПОСТ](#)



Банк 2-й рік поспіль запустив інтерактивну ялинку в додатку, для збору грошей на ЗСУ. Серед усіх, хто витрусив кошти, або додав свої у Банку, були розіграні призми.

UKLON: ІНТЕРАКТИВНИЙ СНІГОВИК



[INSTAGRAM ПОСТ](#)



У застосунку Ukron можна було зустріти святкові передбачення, слідує наступній інструкції: 1) Відкрити Ukron; 2) Натиснути на сніговика; 3) Потраяти телефон; 4) Читати свої передбачення на Новий рік.

СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ НА ЗБІЙ У РОБОТІ КІЇВСТАР

ЛЮКСОПТИКА



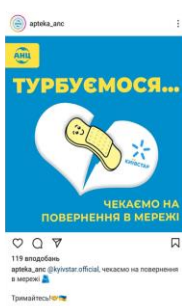
145 вподобань
luxoptika.ua Підтримуємо тих, хто докладав максимум зусиль для підтримки за часу найбільш важкої миттєвості @kyivstarofficial, ми з вами 🇺🇦

ЗАРІКАНКА PRINT



832 вподобань
zarivkanka.print Ми вдячні за інформацію про замовлення клієнтами у мережі Київстар. Це ми, відправивши інформацію по замовленням клієнтами у мережі Київстар.

АНЦ



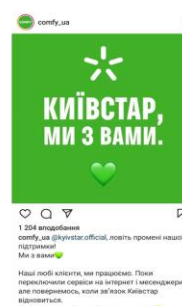
119 вподобань
anz_anc Зробили лунку, вийшли у кваліфікації з найкращими показниками! 1) зробити донат на порятунок тварин за посередництва: https://uainimals.org/2br/animals-fund/ Дякуємо! 2) безліч способів творити добро незалежно від обставин. Тож допомогаймо тваринам навіть тоді, коли всі заважають! Тримайтесь! 12 грудня 2023 р.

UANIMALS



Якщо ви чекали на зв'язок — то це він! Зробили лунку, вийшли у кваліфікації з найкращими показниками! 1) зробити донат на порятунок тварин за посередництва: https://uainimals.org/2br/animals-fund/ Дякуємо! 2) безліч способів творити добро незалежно від обставин. Тож допомогаймо тваринам навіть тоді, коли всі заважають! Тримайтесь! 12 грудня 2023 р.

COMFY



1 204 вподобань
comfy.ua @kyivstarofficial, повість промені нашої підтримки! Ми з вами 🇺🇦 Наші любі клієнти, ми працюємо. Після переключення серверів на інтернет і телебачення, але посприятимось, коли за час Київстар відновиться. Бо "як випливає", а любов то назавжди! 🇺🇦



ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Висновки

У четвертому кварталі 2023 року нестандартні кейси були згруповані в такі блоки: партнерство, спецпроекти, військові та благодійні кампанії, поточні рекламні кампанії, новорічні та різдвяні кампанії, ситуаційні та трендові кампанії. Далі детальніше про ключові тенденції та найбільш яскраві приклади.

У напрямку **партнерства** все стабільно, бренди продовжили взаємодіяти, як з іншими брендами так і з ресурсами, на яких активно публікували свої PR-матеріали. Крім цього траплялися і творчі колаборації, як от довготривала співпраця COMFY з київським письменником Антоном Фрідляндом.

У більшості **спецпроектів** найчастіше можна було спостерігати теми, де говорилося про натхнення, творчість та силу духу. Окремо слід відзначити, що збільшилася кількість продуктових проектів, де клієнти не тільки розповідали про продукти та послуги, а й заохочували робити покупки. Яскравим прикладом цього був [проект "Тепло зими"](#) від BROCARD.

У рамках **військових кампаній** значну долю зайняли урядові проекти, наприклад, [кампанія з рекрутингу до лав Збройних сил України](#) та загальнонаціональна [кампанія "Зроби крок. Чуйність перемагає насильство"](#). Серед **благодійних кампаній** також траплялися тематики про запобігання насильству. А ще – про допомогу тваринам, як от [проект "Тварина – це не подарунок"](#) від бренду Club 4 Paws.

У звітному кварталі **поточні рекламні кампанії** відзначилися своєю кількістю та різноманітністю. Траплялися кампанії присвячені особистісним трансформаціям, запуску нових продуктів та створенню бренд-маніфестів. Окремо слід відзначити масштабні PR-кампанії, наприклад, бренд "Олейна", який належить міжнародній компанії Bunge, [презентував нову лінійку ароматних олій](#) – "Олейна" З ТРАВАМИ. А під кінець року основну частину усіх поточних кампаній зайняли новорічні та різдвяні проекти, серед яких найемоційнішим кейсом була [кампанія "Завтра буде"](#) від Нова пошта.

В об'ємі **ситуаційних рекламних кампаній** не відбулося суттєвих змін, що пов'язано з малою кількістю спонтанних інфоприводів. Найяскравішими прикладами проявів ситуативу були комунікації брендів: до Дня захисників та захисниць України у жовтні, до чорної п'ятниці у листопаді, на збій у роботі Київстар у грудні. А ще, як і в минулому році в грудні, [Monobank](#) та [Uklon](#) у своїх додатках задіяли механіки гейміфікації та інтерактивний контент для встановлення більш тісного контакту зі своєю аудиторією.

Загалом четвертий квартал, як і прогнозувалося, виявився більш насиченим на нестандартні кейси, чим попередній. Продовжили зустрічатися **трендові кампанії** з використанням ШІ (Cher17) та 3D об'єктів (O.TAJE, Епіцентр, Kyiv Digital, SOVA, Аптека Доброго Дня тощо) в матеріалах брендів. Крім цього, аналізуючи рік в цілому, бачимо позитивну тенденцію до стабілізації активностей клієнтів та подальшому їх збільшенні в 2024 році. Це в свою чергу говорить про високий рівень адаптації гравців ринку до умов війни, яка продовжує бути ключовою складовою нашої реальності.