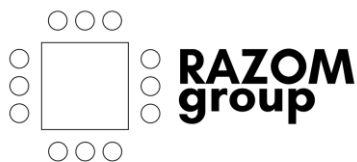




Digital кейси 2023

Видано у листопаді 2023



● Зміст

03 Команда проєкту

04 Липень

Приклади розміщень партнерства, спецпроєкти, ситуаційний маркетинг від брендів Vodafone, Bayer та інших

21 Серпень

Трендові кейси, ситуатив від брендів до Дня Незалежності України та кампанії військової тематики

43 Вересень

Активізація поточних проєктів різних напрямків, спецпроєкти та партнерські кампанії

55 Висновки третього 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

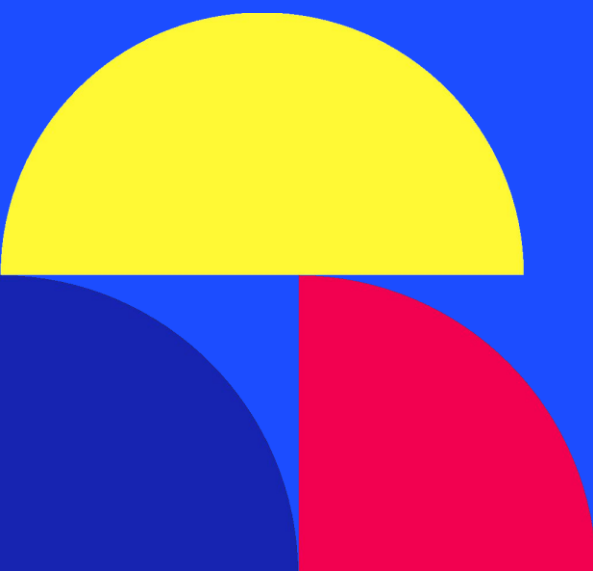


Марина Малишева

Digital Media Planner Havas Media Ukraine



ЛИПЕНЬ

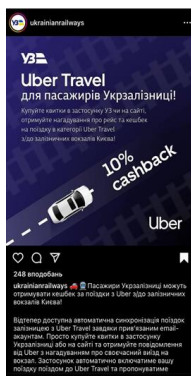


Партнерство

КОЛАБОРАЦІЯ "УКРЗАЛІЗНИЦЯ" ТА UBER

- "Укрзалізниця" та Uber запустили спільний сервіс: пасажирів зможуть отримувати кешбек від поїздок. Відтепер доступна автоматична синхронізація поїздок залізницею з Uber Travel завдяки прив'язаним email-акаунтам. Просто купуйте квитки в застосунку Укрзалізниці або на сайті та отримуйте повідомлення від Uber з нагадуванням про своєчасний виїзд на вокзал.
- Новина була опублікована в соцмережах "Укрзалізниці", а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА "УКРЗАЛІЗНИЦЯ"



ПОСТ IG



ПОСТ FB

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



THE-VILLAGE



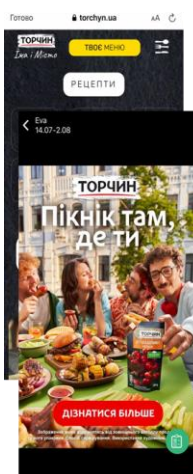
NASHKIEV



EPRAVDA

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE

ТОРЧИН



ДЕТРАЛЕКС



AXE



METRO



METRO



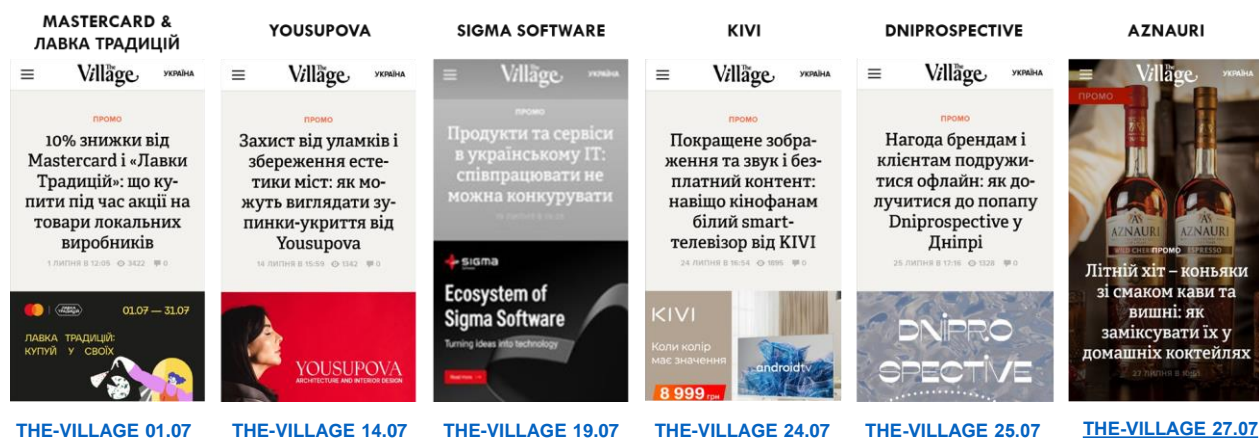
VARUS



Партнерство

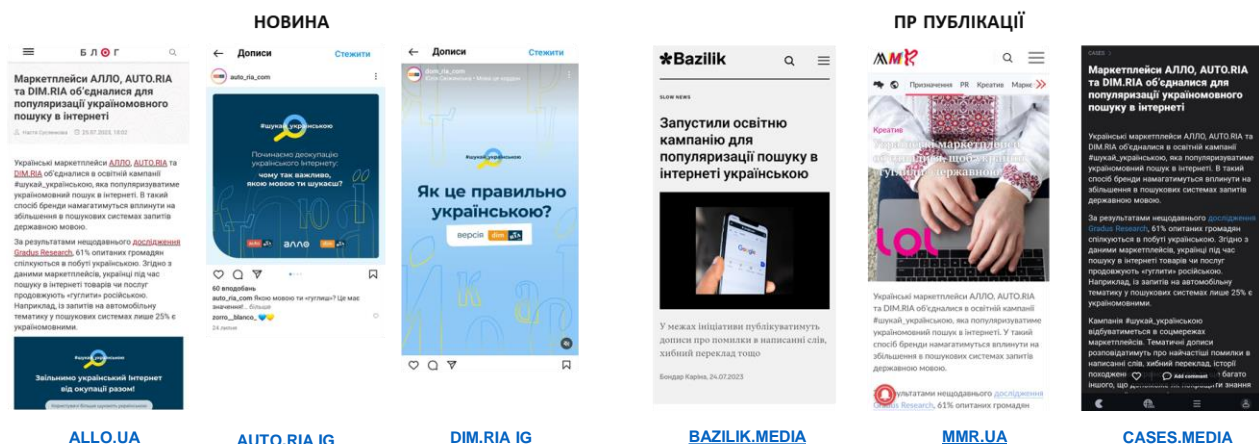
MASTERCARD & ЛАВКА ТРАДИЦІЙ / YOUSUPOVA / SIGMA SOFTWARE / KIVI / DNIPROSPLECTIVE / AZNAURI: THE-VILLAGE.com.UA

У липні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "10% знижки від Mastercard і «Лавки Традицій»: що купити під час акції на товари локальних виробників" ([Mastercard & Лавка Традицій, 01.07](#)); 2) "Захист від уламків і збереження естетики міст: як можуть виглядати зупинки-укриття від Yousupova" ([Yousupova, 14.07](#)); 3) "Продукти та сервіси в українському IT: співпрацювати не можна конкурувати" ([Sigma Software, 19.07](#)); 4) "Покращене зображення та звук і безплатний контент: навіщо кінофанам білий smart-телевізор від KIVI" ([KIVI, 24.07](#)); 5) "Нагода брендам і клієнтам подружитися офлайн: як долучитися до попалу Dniprosppective у Дніпрі" ([Dniprosperspective, 25.07](#)); 6) "Літній хіт – коньяки зі смаком кави та вишні: як замиксувати їх у домашніх коктейлях" ([Aznauri, 27.07](#)).



ОСВІТНЯ КАМПАНІЯ #ШУКАЙ_УКРАЇНСЬКОЮ ВІД АЛЛО, AUTO.RIA ТА DIM.RIA







- Українські маркетплейси АЛЛО, AUTO.RIA та DIM.RIA об'єдналися в освітній кампанії #шукай_українською, яка популяризуватиме україномовний пошук в інтернеті. У такий спосіб бренди намагатимуться вплинути на збільшення в пошукових системах запитів державною мовою.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.



Партнерство


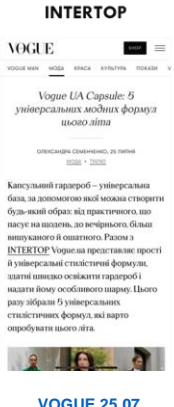

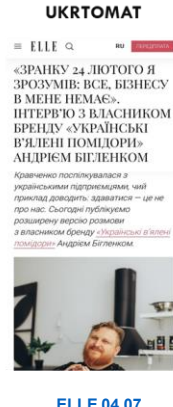



CONSTRUCTION EVOLUTION/ STARTUP UKRAINE & MOM/ FIXER/ ЗОЛОТИЙ ВІК/ АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ/ AZNAURI: THE-VILLAGE.COM.UA & BIT.UA

У липні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua та bit.ua: 1) "Відбудувати Україну прозоро: як долучитися до будівельної конференції Construction Evolution Forum" ([Construction Evolution, 27.07](#)); 2) "7 тисяч євро на власний бізнес: як отримати грант від Startup Ukraine та MOM" ([Startup Ukraine&MOM, 28.07](#)); 3) "Нова українська соцмережа для фахівців із кіноіндустрії й інших креативників: як працює Fixer" ([Fixer, 28.07](#)); 4) "10 тисяч гривень на обручки чи інші прикраси: як взяти участь у конкурсі від «Золотого Віку»" ([Золотий Вік, 31.07](#)); 5) "Тест. Як добре ви піклуєтеся про себе (і що можна покращити)?" ([Аптека Доброго Дня, 21.07](#)); 6) "Міксувати вдома: небанальні ідеї коктейлів для зустрічі з друзями" ([Aznauri, 26.07](#)).

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|---|
|  <p>CONSTRUCTION EVOLUTION</p> <p>THE-VILLAGE 27.07</p> |  <p>STARTUP UKRAINE & MOM</p> <p>THE-VILLAGE 28.07</p> |  <p>FIXER</p> <p>THE-VILLAGE 28.07</p> |  <p>ЗОЛОТИЙ ВІК</p> <p>THE-VILLAGE 31.07</p> |  <p>АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ</p> <p>BIT.UA 21.07</p> |  <p>AZNAURI</p> <p>BIT.UA 26.07</p> |
|--|--|--|--|---|---|

VOVK / INTERTOP / ORTHOMOL / UKRTOMAT / MOKO PIZZA / TO BE / RIMMART: VOGUE.UA & ELLE.UA & MARIECLAIRE.UA

У липні вийшли такі партнерські матеріали на vogue.ua, elle.ua та marieclaire.ua. 1) "Бренд представив відеокампейн колекції, яка уособлює легкість, жіночність та жагу до життя. Більше образів з літньої лінійки VOVK." ([VOVK, 07.07](#)); 2) "Разом з INTERTOP Vogue.ua представляє прості й універсальні стилістичні формули, здатні швидко освіжити гардероб і надати йому особливого шарму." ([INTERTOP, 25.07](#)); 3) "Секрети чоловічої сили, міфи про урологічні хвороби та як зберегти свій організм в умовах стресу." ([ORTHOMOL, 27.07](#)); 4) "Розмова з власником бренду «Українські в'ялені помідори» Андрієм Бігленком." ([UKRTOMAT, 04.07](#)); 5) "Історія власника мережі піцерій MOKO PIZZA Ігоря Виноградова." ([MOKO PIZZA, 17.07](#)); 6) "SUSTAINABILITY TALK: Український свідомий бренд косметики TO BE" ([TO BE, 17.07](#)); 7) "Бренд ювелірних прикрас Rimmart презентує новий дроп з трьох золотих прикрас." ([RIMMART, 27.07](#)).

| | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|---|
|  <p>VOVK</p> <p>VOGUE 07.07</p> |  <p>INTERTOP</p> <p>VOGUE 25.07</p> |  <p>ORTHOMOL</p> <p>VOGUE 27.07</p> |  <p>UKRTOMAT</p> <p>ELLE 04.07</p> |  <p>MOKO PIZZA</p> <p>ELLE 17.07</p> |  <p>TO BE</p> <p>MARIECLAIRE 17.07</p> |  <p>RIMMART</p> <p>MARIECLAIRE 27.07</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 написав для мережі оповідання про те, як зрозуміти, чого хоче жінка. Співпраця анонсувалася постами в соцмережах партнерів.

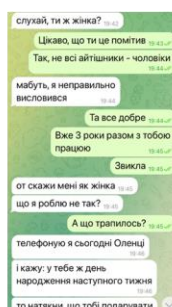
ПОСТИ FACEBOOK



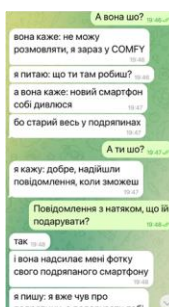
[ПИСЬМЕННИК](#)

[COMFY](#)

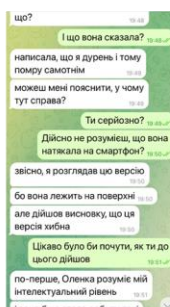
ОПОВІДАННЯ



1-ша сторінка



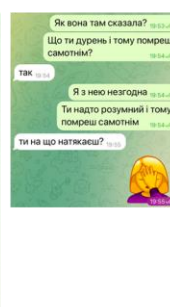
2-га сторінка



3-тя сторінка



4-та сторінка

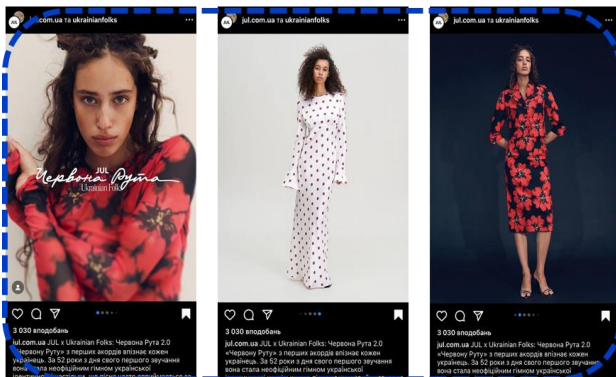


5-та сторінка

JUL В КОЛАБОРАЦІЇ З UKRAINIAN FOLKS СТВОРИЛИ КОЛЕКЦІЮ ОДЯГУ "ЧЕРВОНА РУТА 2.0"

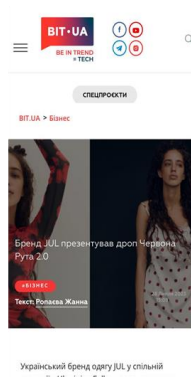
- Jul вдруге створив колекцію одягу присвячену міфічній квітці, яку оспівував Володимир Івасюк. Цього разу одяг представили у спільній колекції з етнографічним візуальним щоденником Ukrainian Folks. Основним елементом колекції стала квітка червоної рути.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА JUL & UKRAINIAN FOLKS



[ПОСТ IG JUL & UKRAINIAN FOLKS](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[BIT.UA](#)



[THE-VILLAGE](#)



[MARIECLAIRE](#)

Партнерство

PIEL / ATB / VLASNE MISTO / PURINA & HAPPY PAW / TO BE: NASHKIEV.UA

У липні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "Корпорація Нерухомості PIEL ввела в експлуатацію дві черги в ЖК Ok'Land" ([PIEL, 14.07](#)); 2) "Благодійний внесок: стартує нова акція "АТБ" з підтримки українських захисників і медиків" ([АТБ, 14.07](#)); 3) "У передмісті Києва з'явиться нове місто на 32 тисячі мешканців" ([Vlasne Misto, 14.07](#)); 4) "АТБ" забезпечує міцний тил українським захисникам! Уже сплачено податків на 2,22 млрд грн більше ніж торік" ([АТБ, 25.07](#)); 5) "Адопція безпритульних тварин під час війни: ми поруч, щоб допомагати" ([Purina® & Бф Happy Paw, 26.07](#)); 6) "Тераса-оазис, зміни в інтер'єрі та меню: повне оновлення ресторан-бару To Be на Подолі" (["To Be", 31.07](#)).



ПАРТНЕРСТВО З НОВА ПОШТА ТА УКРПОШТА

INSTAGRAM НП



[АПТЕКА 911](#)



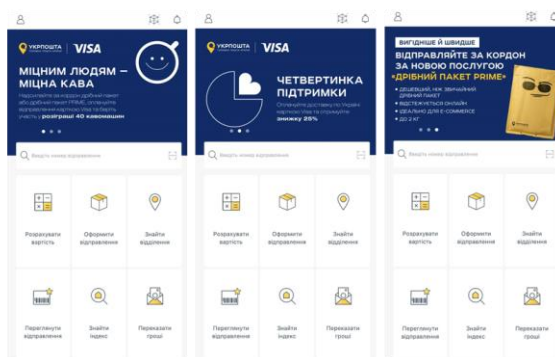
[DIADIA](#)

ЗАСТОСУНОК НП



[АПТЕКА 911](#)

ЗАСТОСУНОК УП



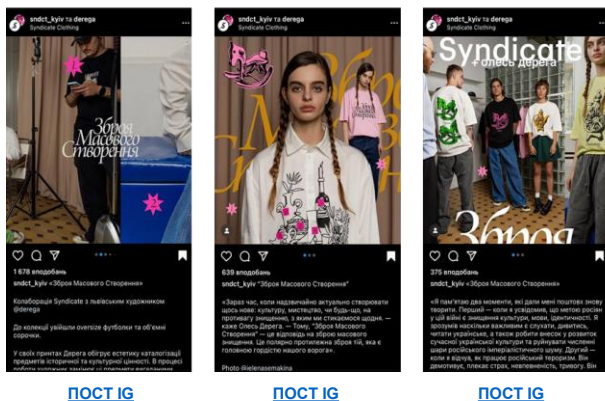
[VISA](#)

Партнерство

ЗБРОЯ МАСОВОГО СТВОРЕННЯ: КОЛАБОРАЦІЯ SYNDICATE & ОЛЕСЬ ДЕРЕГА

- Київський бренд Syndicate та львівський художник Олесь Дереха випустили колекцію "Зброя Масового Створення". У своїх принтах Дереха обіграє естетику каталогізації предметів історичної та культурної цінності. Колекція Syndicate x Олесь Дереха доступна для замовлення онлайн та в шоурумі бренду.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА SYNDICATE & ОЛЕСЬ ДЕРЕГА

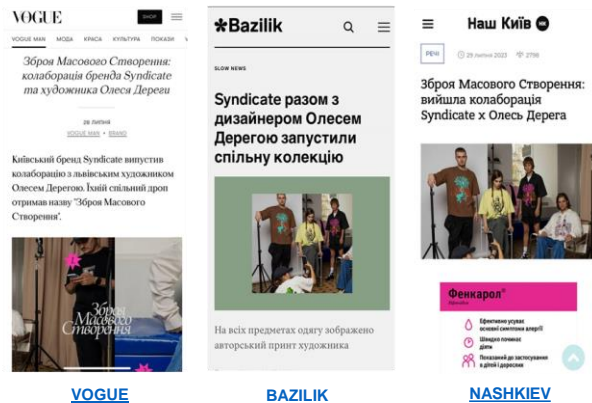


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[VOGUE](#)

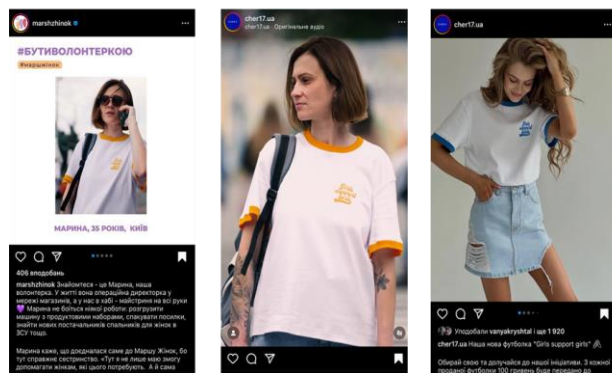
[BAZILIK](#)

[NASHKIEV](#)

КОЛАБОРАЦІЯ CHER'17 ТА БФ "МАРШ ЖІНОК"

- У рамках колаборації українського масмаркету бренду CHER'17 та фонду "Марш Жінок" вийшов благодійний дроп Girls support girls "Дівчата підтримують дівчат". До дропу увійшли футболки в трьох кольорах, які вже доступні в усіх магазинах CHER'17, а також онлайн. 100 грн. від продажу кожної футболки будуть спрямовані до благодійного фонду "Марш Жінок", який активно допомагає українкам, що опинилися в скрутному становищі через війну.
- Новина була опублікована в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА CHER'17 & МАРШ ЖІНОК"

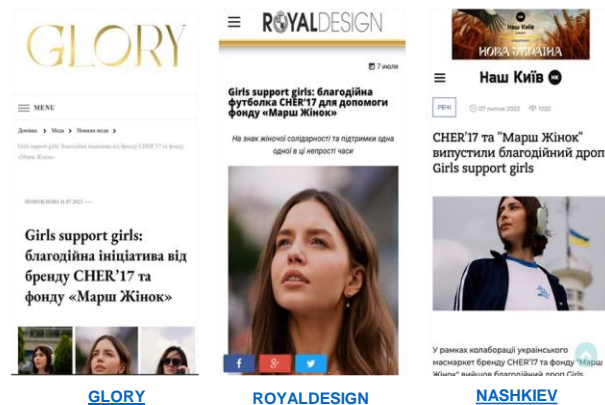


[ПОСТ IG](#)

[REELS IG](#)

[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[GLORY](#)

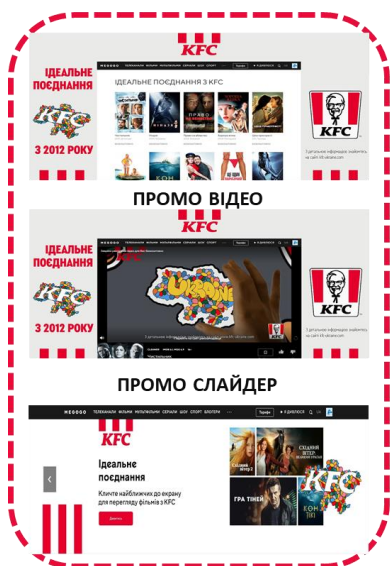
[ROYALDESIGN](#)

[NASHKIEV](#)

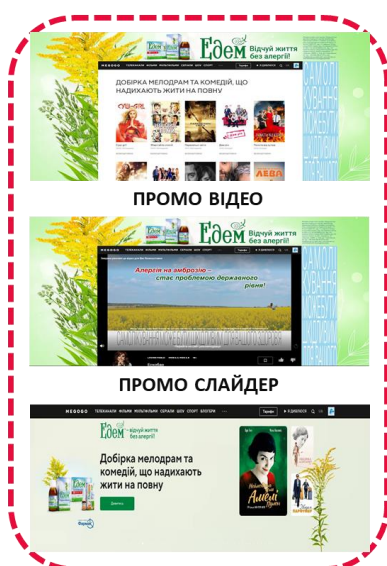
Special projects

KFC & FARMAC (ЕДЕМ) & BUSINESS GLOBAL: MEGOGO.NET

ДОБІРКА KFC



ДОБІРКА FARMAC (ЕДЕМ)



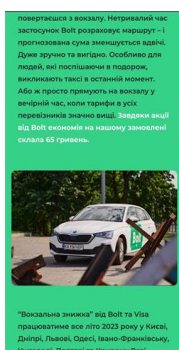
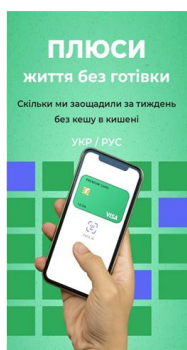
SPECIAL PROJECT BUSINESS GLOBAL



BOLT / NESTLE: LIGA.NET / NV.UA

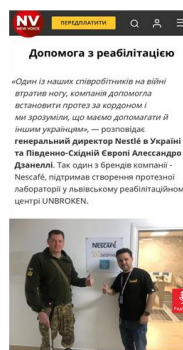
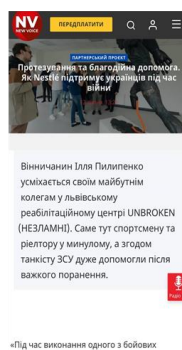
- Liga.net продовжує розповідати історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям. У липні вийшов матеріал "Плюси життя без готівки, скільки ми заощадили за тиждень без кешу в кишені" (BOLT, 16.07).
- NV.ua разом з партнерами розповіли про підтримку українців в проєкті "Протезування та благодійна допомога. Як Nestlé підтримує українців під час війни" (NESTLE, 12.07).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net. та nv.ua.

BOLT



МАТЕРІАЛ LIGA.NET

NESTLE



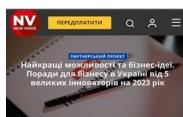
МАТЕРІАЛ NV.UA

Special projects

LENOVO / PIN-UP: NV.UA

- NV.ua разом з партнерами розповідають про підтримку українців ще в 2-х проєктах. 1) "Найкращі можливості та бізнес-ідеї. Поради для бізнесу в Україні" ([LENOVO, 04.07](#)). 2) "Бажання конкретних людей роздути „зраду“». Власник PIN-UP Ukraine Ігор Зотько про комісію в Дії" ([PIN-UA, 17.07](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на nv.ua.

LENOVO



Новини та досягнення малого та середнього виробничого бізнесу (МСВ) в Україні часто публікуються на тіл обговорення великого капіталу чи інших галузей. Утім, саме ці — менші публічно відомі — підприємці та підприємці є рушійною силою економіки, особливо в умовах повномасштабного вторгнення. Щобільше: чимало з них готові ризикувати і перемігати, запроваджуючи нові технології та підходи у своєму секторі.

Локомотив економіки — навіть у кризові часи

Великому виробничому бізнесу зустрічати виклики було напружено складно, не в останню чергу через свій масштаб і концентрацію у регіонах, які зазнали найбільших втрат через російську агресію. І хоч він також поволи оговтується від шоку після 24 лютого, малі і середні підприємства стали тією рушійною силою, яка уповільнила падіння економіки України, а зараз допомагає їй ставати на ноги.

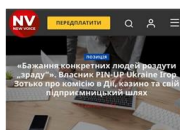
Утім, і МСВ було непереливки. Дослідження Advanter Group

Інновації — фундамент економічного ривка

Зазвичай про інновації говорять в розрізі інформаційних технологій — приміром, ChatGPT став однією з головних тем цього року. Утім, і у виробничстві вони не менш значущі. Щобільше — вони критично важливі для МСВ, оскільки дають їм можливість швидко зростати та завоювати нові ринки.

- Нові виробничі технології та процеси допомагають підвищувати продуктивність. Ідеться як про сучасне обладнання, так і нові підходи до управління чи організацій роботи.
- Нові ринки. Створення нових продуктів чи послуг, які задовольняють динамічні потреби споживачів, допомагають розширювати свою аудиторію. І не обов'язково лише в межах своєї країни — МСВ цілком спроможний досягати успіху і за кордоном.

PIN-UP

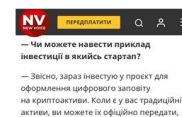


Ігор Зотько — український підприємець, який є власником кількох українських компаній, які працюють у технологічному напрямі. Насамперед, він відомий завдяки платіжній системі Єдиний простір, яка вже декілька років поспіль обслуговує частину платіжів у державному секторі Дії. А цього року він став єдиним власником українського онлайн-казино PIN-UP Ukraine. В інтерв'ю нашому виданню Зотько розповів про



— Мені вже був зрозумілий цей шлях (посміхався). Але якщо серйозно, то я був на всіх етапах створення бренду PIN-UP в Україні. З його власником Маріано Ільїою я познайомився ще в 16-17 роках, тоді надавав послуги її проєктам у частині прийому платежів. Коли почався процес легалізації грального бізнесу в Україні, займався Єдиним простором. Але знайшовся непрофінансований інвестор, який конкурував за ілюмін, зокрема я допомагав обрати бренд, якого ще не було в Україні, щоб конкурувати з іншими гравцями. А у 2022 році отримав пропозицію офіційно очолити проєкт.

— Яким чином ви стали власником?



— Звісно, зараз інвестую в проєкт для оформлення цифрового запобігу на криптоактиви. Коли є у вас традиційні активи, ви можете їх офіційно передати, а монета покочиває двічі гроші на інше. І от є платформа на блокчейні, яка допомагає оформити цифровий запобіг у дисципліні CSO з повністю українським ростером, ніяк команда вже входить у 100 найкращих команд світу.

— Як змінився ваш бізнес із початком повномасштабного вторгнення Росії?

— До війни було зростання. Коли почалася війна, ми побачили критичне просядання. Бо всім було не до гри, не до розваг. Наступне падіння було під час бізнесу, коли була проблема з інтернетом. За фактом гра... це імпульсна штука. Коли

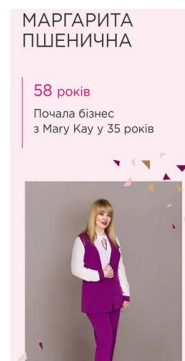
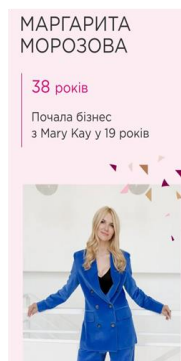
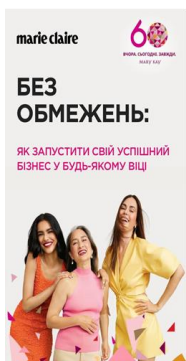
[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

MARY KAY: MARIECLAIRE.UA, "БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ"

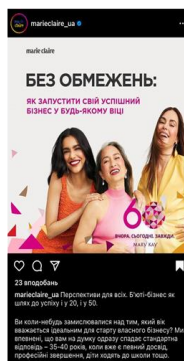
- Як запустити свій успішний бізнес у будь-якому віці? Відповідь на це питання підготував бренд Mary Kay разом з сайтом marieclaire.ua в рамках проєкту "Без обмежень". Редакція Marie Claire Ukraine поспілкувалася з чотирма жінками, котрі змогли переступити через власні страхи й упередження та попри соціальний тиск побудувати бізнес у сфері краси, та успішно керувати власним бізнесом.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті marieclaire.ua та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ

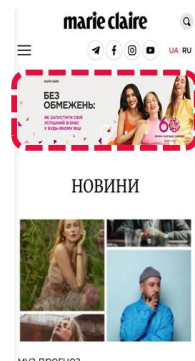


[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

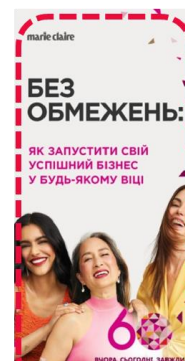
ПРИКЛАДИ ПРОМО



[ПОСТ IG](#)



[АНОНС MARIECLAIRE](#)



[БАНЕР MARIECLAIRE](#)

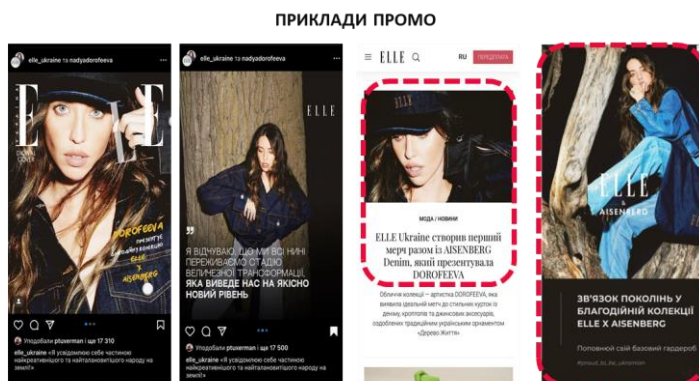
Special projects

AISENBERG DENIM & DOROFEEVA: ELLE.UA

- ELLE Україне і український бренд деніму AISENBERG у спільній співпраці створили символічний продукт із важливими для українців меседжами. Частина коштів від продажу колекції буде перерахована на потреби ЗСУ. Колекцію можна придбати онлайн на офіційному сайті бренду [Aisenberg Denim](https://www.aisenbergd.com).
- Додатково проєкт анонсувався на сайті elle.ua та в соцмережах усіх партнерів.



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)



[ПОСТ IG ELLE & DOROFEEVA](#)

[АНОНС ELLE](#)

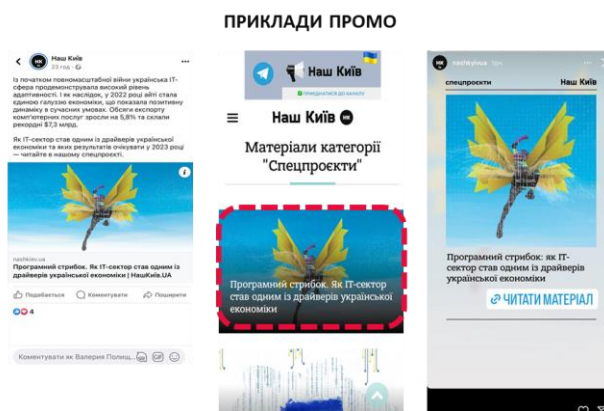
[БАНЕР ELLE](#)

GERMAN MARSHALL FUND: NASHKIEV.UA, "ПРОГРАМНИЙ СТРИБОК"

- Проєкт "Програмний стрибок" на сайті nashkiev.ua реалізований за підтримки German Marshall Fund. У рамках цього проєкту розповідається, як IT-сектор став одним із драйверів української економіки. IT-індустрія в Україні стабільно демонструвала високі темпи росту.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті nashkiev.ua та в соцмережах видання.



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)



[ПОСТ FB NASHKIEV](#)

[АНОНС NASHKIEV](#)

[STORY IG](#)

Special projects

VODAFONE: THE-VILLAGE.COM.UA

- Vodafone разом з The Village в рамках спільного проєкту до 30-річчя мобільного зв'язку в Україні запустили конкурс на найкращий дизайн поштової марки. Робота переможця стане унікальною персоналізованою маркою Vodafone, яка буде випущена в межах проєкту "Власна марка" від Укрпошти. Заохочувальний приз для переможця – смартфон зі зв'язком до 6 місяців у подарунок.
- Додатково проєкт анонсувався на сайтах та в соцмережах партнерів.

КРЕАТИВ

Приз – смартфон Samsung Galaxy S23 Ultra

Які етапи конкурсу?

1. Реєстрація

Після розробки марку потрібно зареєструвати для участі в конкурсі.

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

ПРИКЛАДИ ПРОМО

Пост IG VODAFONE&THE-VILLAGE

АНОНС THE-VILLAGE

НОВИНА VODAFONE

SLOTS CITY: 24TV.UA, "ШАНС НА УСПІХ"

- 24TV.UA у спецпроєкті "Шанс на успіх" за підтримки Slots City в липні продовжують серію PR-публікацій про видатних людей України та світу.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 05.07](#); [пост 17.07](#); [пост 24.07](#); [пост 26.07](#)).

ПР ПУБЛІКАЦІЯ

МАТЕРІАЛ 03.07 | **МАТЕРІАЛ 10.07** | **МАТЕРІАЛ 17.07** | **МАТЕРІАЛ 25.07**

ПРОМО ПРОЄКТУ

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

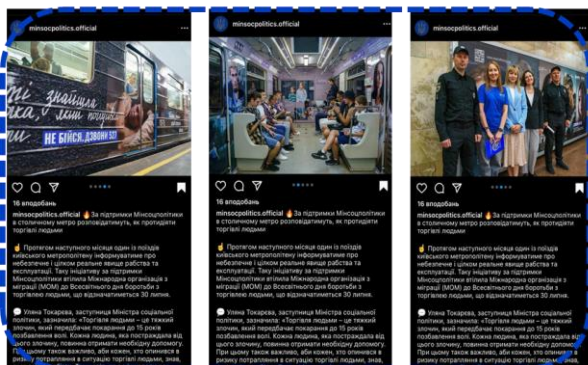
БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

Special projects

МІНСОЦПОЛІТИКА В СТОЛИЧНОМУ МЕТРО ЗАПУСТИЛИ ПОТЯГ В РАМКАХ КАМПАНІЇ "ТОБООЮ СКОРИСТАЛИСЯ"

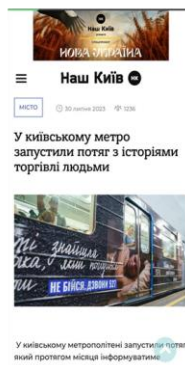
- У столичному метро запустили потяг з історіями торгівлі людьми. Ініціатива створена до Всесвітнього дня боротьби з торгівлею людьми. Його відзначають тридцятого липня. Крім того, у вагонах транслюються відео з повними історіями жителів України. Ці відео були зняті в рамках кампанії "Тобою скористалися".
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА МІНСОЦПОЛІТИКИ



[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[NASHKIEV](#)



[THE-VILLAGE](#)

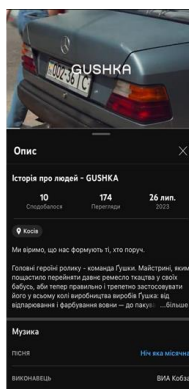


[KIEVTIME](#)

НОВА КАМПАНІЯ "ІСТОРІЯ ПРО ЛЮДЕЙ" ВІД GUSHKA

- GUSHKA запустили нову кампанію, у якій відтворили атмосферу Гуцульщини: культуру, традиції та історії людей. Новими фото й відео бренд запрошує за межі своєї невеличкої майстерні посеред Карпатських гір. Кампейн присвячений усім, хто працює та живе на Гуцульщині – людям, завдяки яким цей регіон досі залишається осередком традицій.
- Новина була опублікована на ресурсах GUSHKA, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

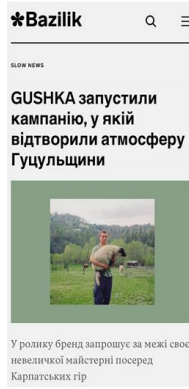
КРЕАТИВ + НОВИНА



[ВИДЕО YOUTUBE](#)



[ПОСТ IG](#)

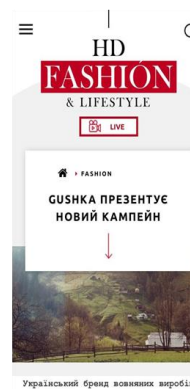


[BAZILIK.MEDIA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[ELLE.UA](#)



[HDFSATION.TV](#)

Special projects

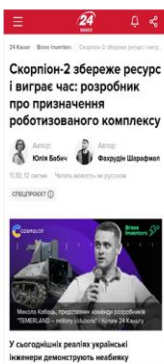
COSMOLOT: 24TV.UA, "BRAVE INVENTORS"

- 24TV.UA за підтримки компанії Cosmolut в липні продовжують серію PR-публікацій про винахідників та їхні винаходи в спецпроекті Brave Inventors.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 06.07](#); [пост 12.07](#); [пост 24.07](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[МАТЕРІАЛ 05.07](#)



[МАТЕРІАЛ 12.07](#)

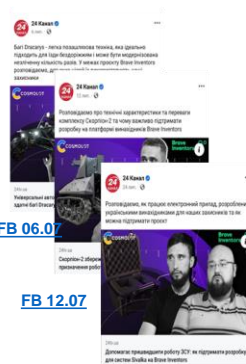


[МАТЕРІАЛ 21.07](#)



[МАТЕРІАЛ 27.07](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ

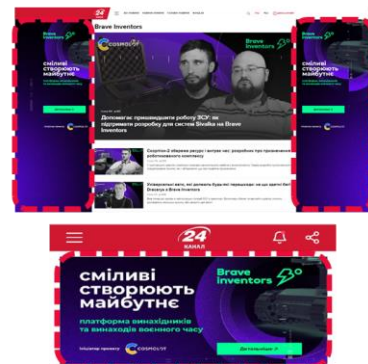


[FB 06.07](#)

[FB 12.07](#)

[FB 24.07](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ



БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

ВАЙЕР: 24TV.UA, "ЗДОРОВ'Я СЬОГОДНІ"

- У липні на 24TV.UA вийшли 3 PR-публікації в рамках спецпроекту "Здоров'я сьогодні". Спонсором проєкту є компанія Байер.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 07.07](#); [пост 17.07](#); [пост 27.07](#)).

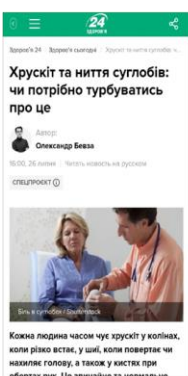
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[МАТЕРІАЛ 07.07](#)

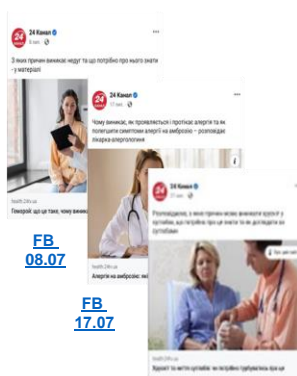


[МАТЕРІАЛ 15.07](#)



[МАТЕРІАЛ 26.07](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[FB 08.07](#)

[FB 17.07](#)

[FB 27.07](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ



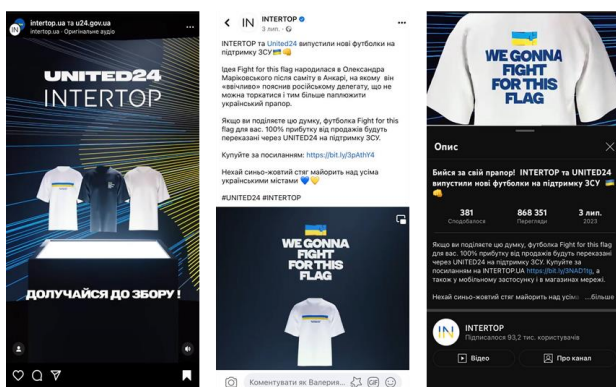
БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA

Кампанії військової тематики

INTERTOP & UNITED24 ВИПУСТИЛИ НОВІ ФУТБОЛКИ НА ПІДТРИМКУ ЗСУ

- INTERTOP спільно з платформою UNITED24 представили новий дроп футболок з принтом "Fight for this flag". Ідея для принту з'явилася після того, як російський делегат намагався відібрати український прапор із рук нардепа Олександра Маріковського на саміті в Анкарі. Увесь прибуток від продажу направлять на підтримку ЗСУ. Вартість футболок – 699 гривень.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА INTERTOP & UNITED24

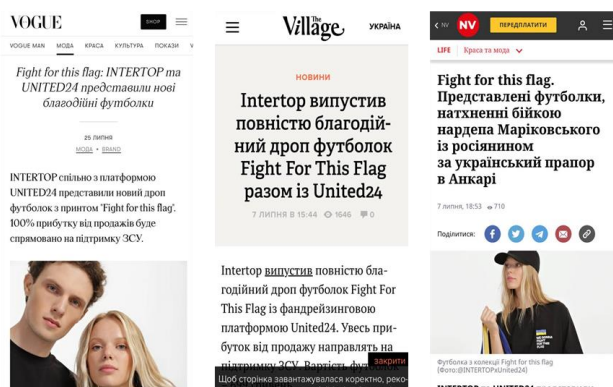


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ FB](#)

[ВІДЕО YT](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[VOGUE.UA](#)

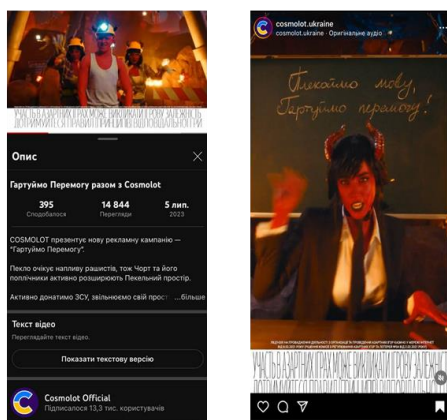
[THE-VILLAGE](#)

[NV.UA](#)

НОВА КАМПАНІЯ "ГАРТУЙМО ПЕРЕМОГУ" ВІД COSMOLOT

- COSMOLOT презентував нову рекламну кампанію – "Гартуймо Перемогу". Літня серія роликів від онлайн-казино продовжила комунікаційну кампанію "Нація переможців" разом з улюбленими героями українців – Чортом та його командою. Як і минулі кампанії, "Гартуймо Перемогу" сповнена оптимізму, гумору та нових музичних хітів. Глядачі побачили ще більше жартів, іронії, сюрпризів та навіть людяності, але не у ставленні до ворога.
- Новина була опублікована на ресурсах COSMOLOT, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

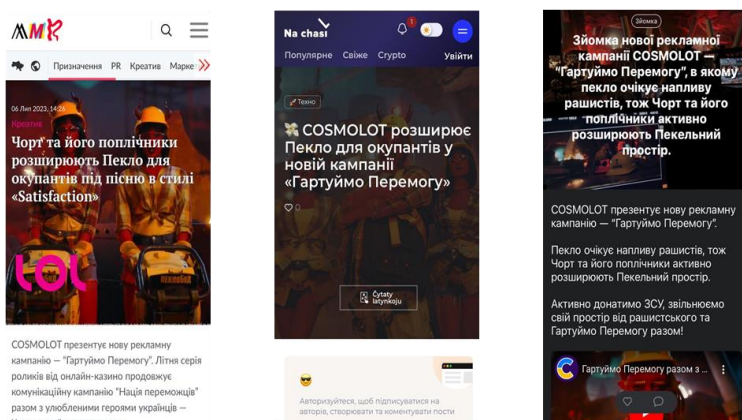
КРЕАТИВ + НОВИНА



[ВІДЕО YOUTUBE](#)

[ПОСТ IG](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR.UA](#)

[NACHASI](#)

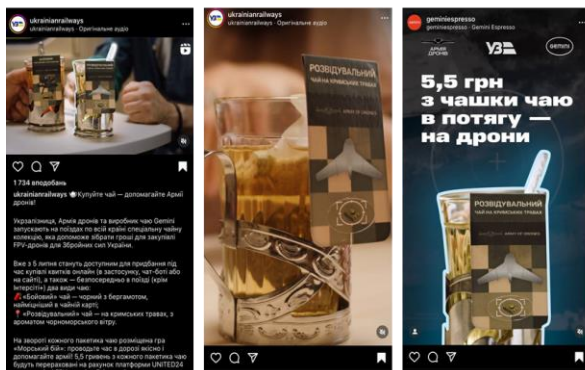
[CASES.MEDIA](#)

Благодійні кампанії

БЛАГОДІЙНА ІНІЦІАТИВА АРМІЇ ДРОНІВ, "УКРЗАЛІЗНИЦІ" ТА ЧАЮ GEMINI

- "Укрзалізниця", Армія дронів і виробник чаю Gemini запустили чайну колекцію, частину з продажу якої будуть перераховувати для закупівлі FPV-дронів для ЗСУ. З продажу кожного пакетика 5,5 гривень спрямовуватимуть на рахунок фандрейзингової платформи United24. Далі кошти передаватимуть на закупівлю дронів "Грім", які "дозволять військовим знаходити та вражати окупантів навіть там, де вони не планують бути знайденими". На звороті чайних пакетиків також розмістили гру "Морський бій".
- Новина була опублікована в соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА "УКРЗАЛІЗНИЦЯ" & GEMINI

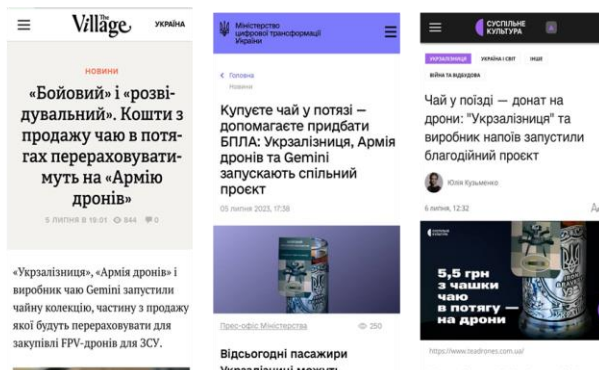


[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](#)

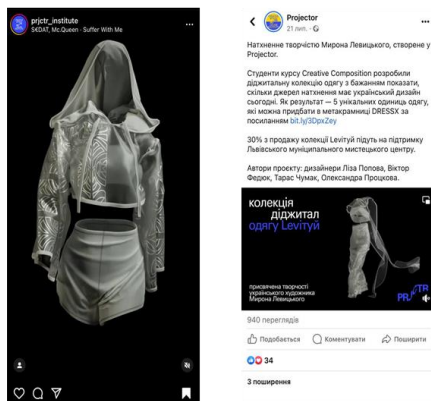
[THEDIGITAL](#)

[SUSPILNE](#)

СТУДЕНТИ PROJECTOR СТВОРИЛИ БЛАГОДІЙНУ ЦИФРОВУ КОЛЕКЦІЮ ОДЯГУ

- Студенти Projector презентували благодійну цифрову колекцію одягу Levituy, яку присвятили живописцю-графіку Мируну Левицькому. Її представили на першому у світі маркетплейсі цифрового одягу [DRESSX](#) та складається з 5 айтемів. Цей одяг не можна отримати фізично, а лише придбати в електронному вигляді й "одягнути" для виходу в соцмережі. Це дозволяє користувачам не забруднювати довкілля надмірним споживанням одягу
- Новина була опублікована на ресурсах PROJECTOR, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

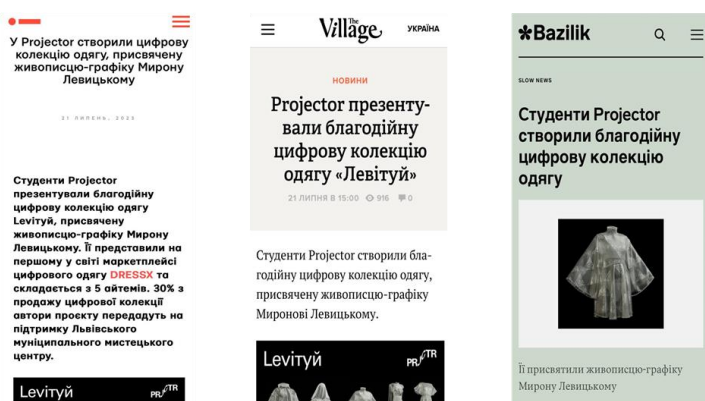
НОВИНА PROJECTOR



[ПОСТ IG](#)

[ПОСТ FB](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[TELEGRAF](#)

[THE-VILLAGE](#)

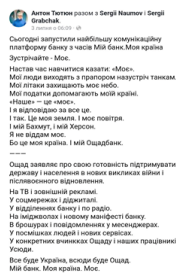
[BAZILIK](#)

Поточні рекламні кампанії

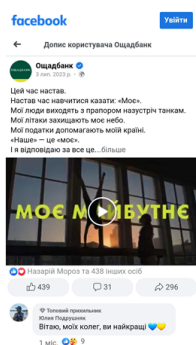
ОЩАДБАНК ЗАПУСТИВ НОВУ КОМУНІКАЦІЙНУ ПЛАТФОРМУ "МОЄ"

- Ощадбанк запустив нову комунікаційну платформу "Моє", яка, за словами заступника голови правління Ощадбанку Антона Тютюна, є найбільшою з часів створення банку. Концепція нової комунікаційної платформи була розроблена у співпраці із Fedoriv Agency. Відео ролик для промо платформи створили за один день. Музыка для відео спеціально написана композиторами.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

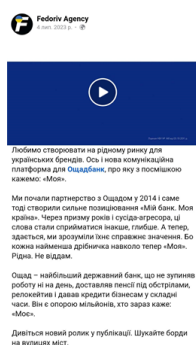
НОВИНА



[ОЩАДБАНК FB 1](#)

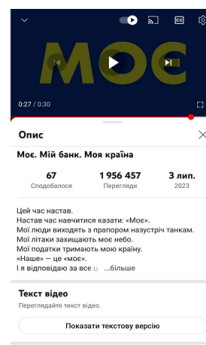


[ОЩАДБАНК FB 2](#)



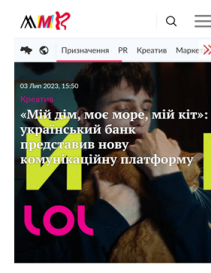
[FEDORIV AGENCY FB](#)

КРЕАТИВ



[ВІДЕО YOUTUBE](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[MMR-UA](#)

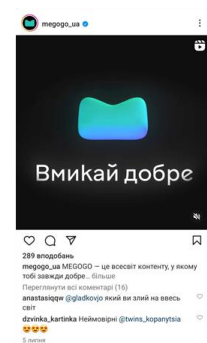
MEGOGO ПРЕДСТАВИВ ОНОВЛЕНУ КРЕАТИВНУ ПЛАТФОРМУ

- Медіасервіс MEGOGO запустив рекламну кампанію, яка переносить користувачів у різноманітні всесвітні контенту. Слоган кампанії "Вмикай добре", адже контент дає можливість перемикатися, трохи відволіктися від повсякденного життя й набиратися сил, щоб зрештою все було добре. Креативне рішення побудоване на ідеї, що людина відкриває для себе цілий всесвіт щоразу, коли користується MEGOGO, та легко перемикається між типами контенту будь-де: на телевізорі, планшеті чи смартфоні.
- Новина була опублікована на ресурсах MEGOGO, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

КРЕАТИВ + НОВИНА



[ВІДЕО YOUTUBE](#)



[ПОСТ IG](#)

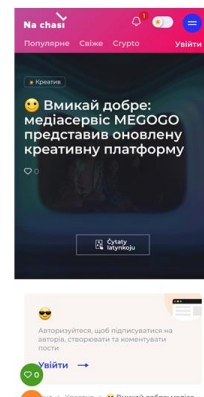


[BAZILIK.MEDIA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[EXPERT.COM.UA](#)

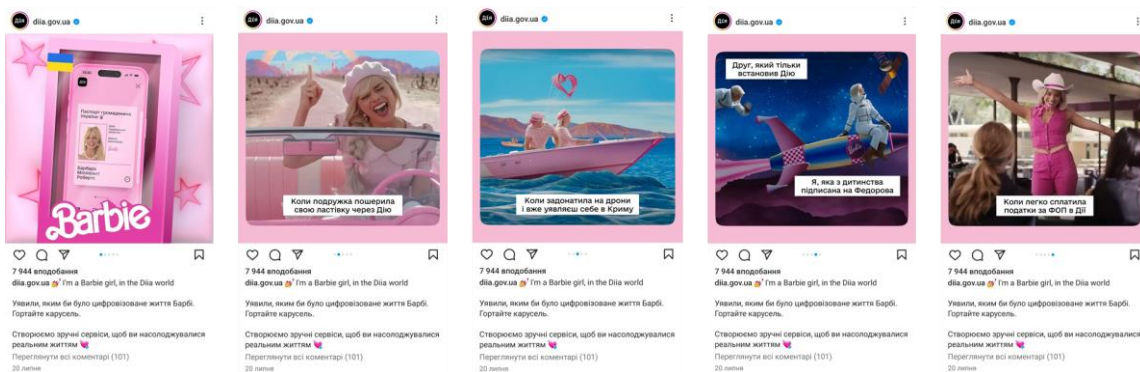


[NACHASI.COM](#)

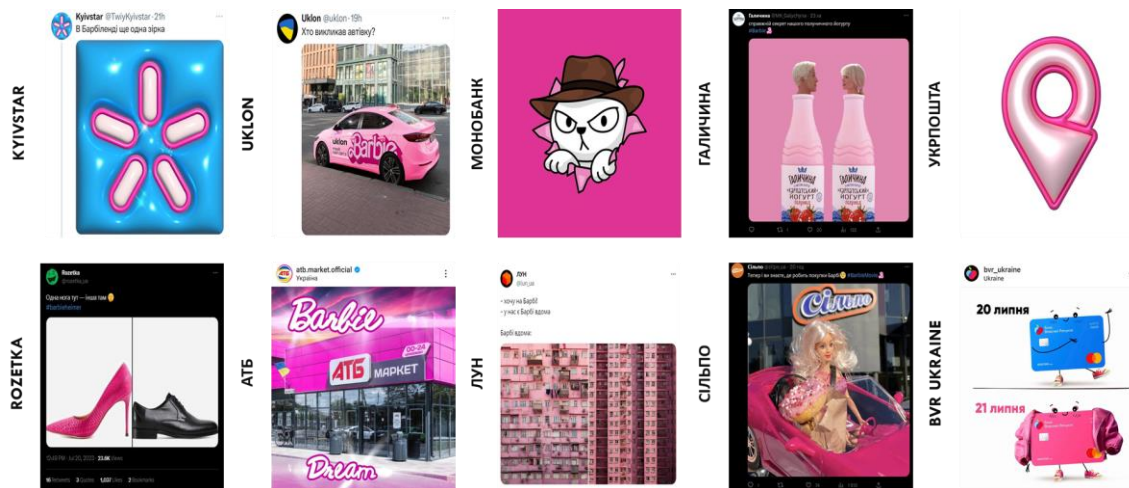
Ситуаційні рекламні кампанії

СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ НА ПРЕМ'ЄРУ "БАРБІ"

КРЕАТИВ В INSTAGRAM



ПОСИЛАННЯ НА ПОСТ



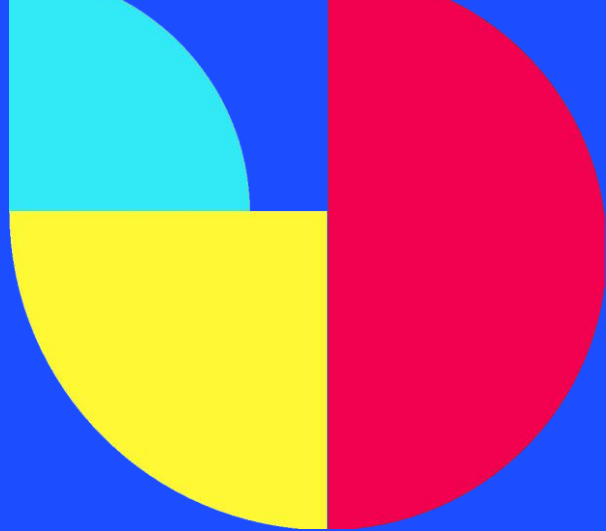
ПРИВАТБАНК СТВОРИВ НОВУ КОЛЕКЦІЮ СКІНІВ ДЛЯ DIGITAL-KАРТОК

Нововведення відбулись в рамках всеукраїнської програми ментального здоров'я "Ти як?":

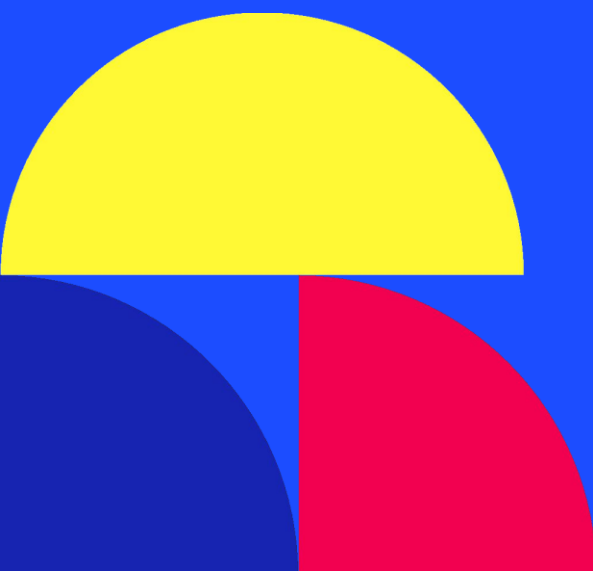
- Завантажити скіни можна в застосунку або [за посиланням](#).
- Детальніше про програму можна [прочитати тут](#).

СКІНИ ДЛЯ DIGITAL-KАРТИНОК



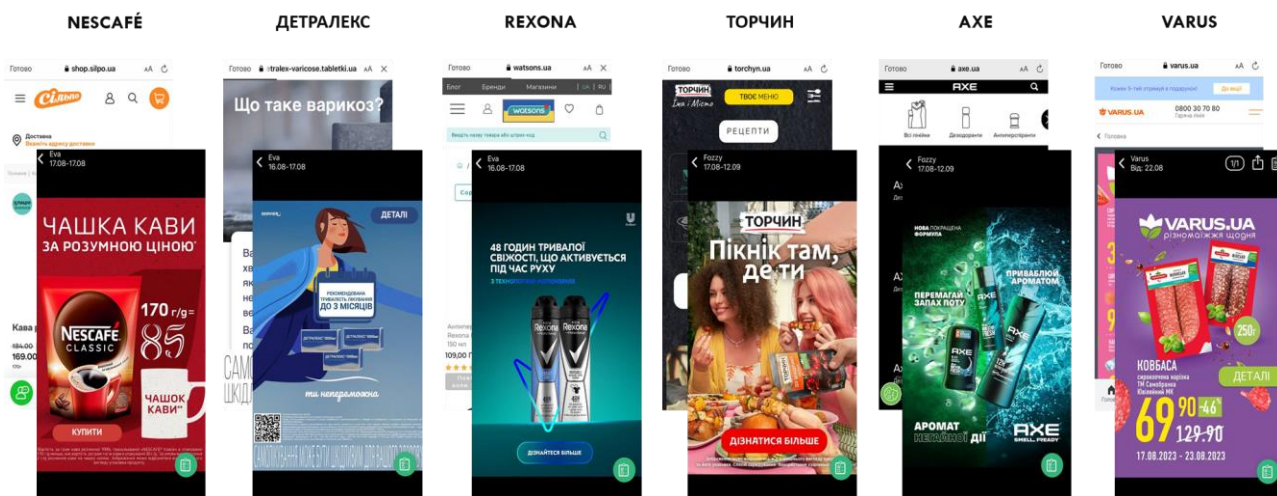


СЕРПЕНЬ



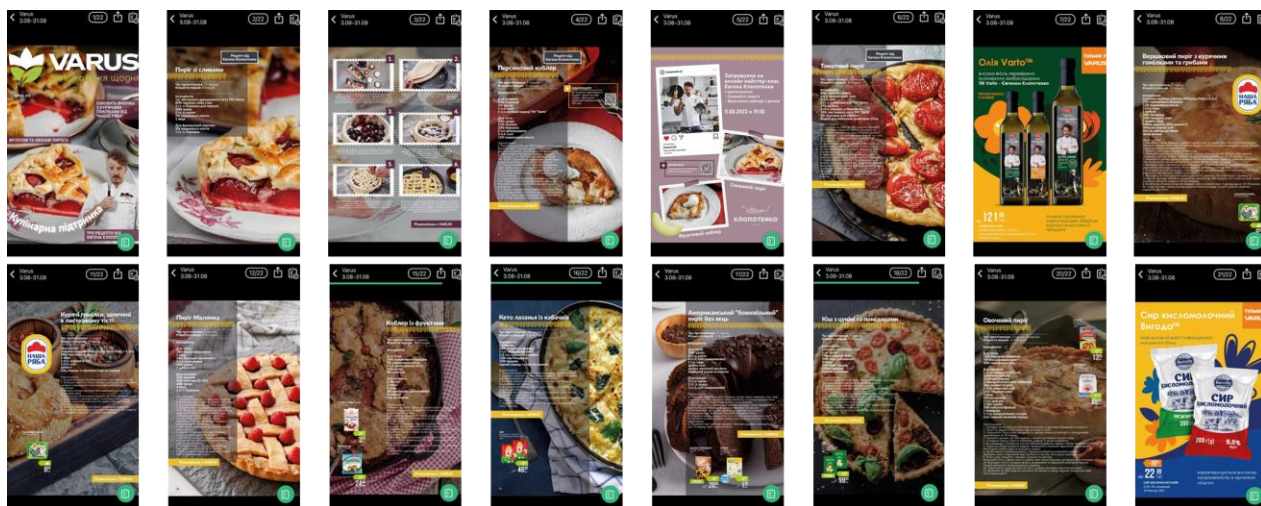
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIX UKRAINE



VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ В VLIX UKRAINE

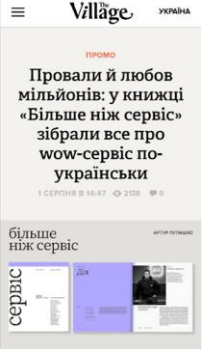
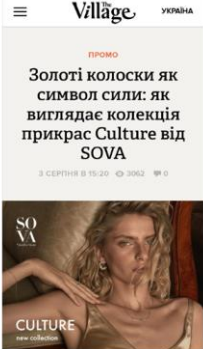
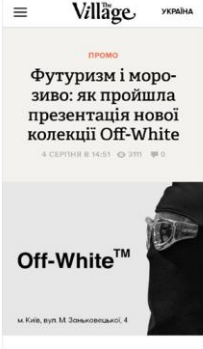


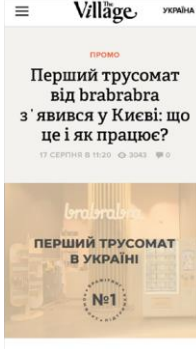
У серпні в додатку Vlix Ukraine вийшов випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проекту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus були зібрані рецепти "Різномаїжжя щодня".



Партнерство



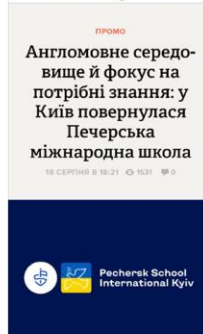
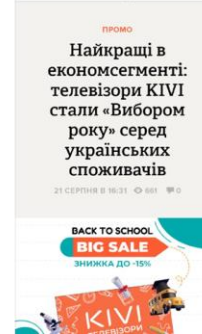
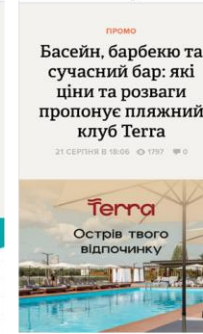
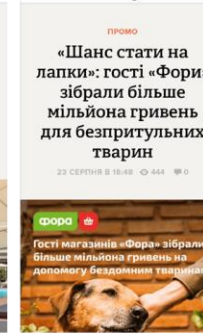
АРТУР ЛУПАШКО & PUNKT / SOVA / OFF-WHITE & SYMBOL.UA / BRABRABRA / PUMA: THE-VILLAGE.COM.UA

У серпні вийшли наступні партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Провали й любов мільйонів: у книжці «Більше ніж сервіс» зібрані все про wow-сервіс по-українськи" ([Артур Лупашко \(Ukrainian Hotel & Resort Association\) & Punkt publishing, 01.08](#)); 2) "Золоті колоски як символ сили: як виглядає колекція прикрас Culture від SOVA" ([SOVA, 03.08](#)); 3) "Футуризм і морозиво: як пройшла презентація нової колекції Off-White" ([Off-White & Symbol.ua, 04.08](#)); 4) "Моральний стан українок – «тримаємося»: навіщо brabrabra зробили про це борд" ([Brabrabra, 04.08](#)); 5) "Зінченко й DOROFEEVA показали нову колекцію Puma: до чого тут метавесвіт і де її можна придбати" ([Puma, 09.08](#)); 6) "Перший трусомат від brabrabra з'явився у Києві: що це і як працює?" ([Brabrabra, 17.08](#)).

| АРТУР ЛУПАШКО & PUNKT | SOVA | OFF-WHITE & SYMBOL.UA | BRABRABRA | PUMA | BRABRABRA |
|--|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |  |
| THE-VILLAGE 01.08 | THE-VILLAGE 03.08 | THE-VILLAGE 04.08 | THE-VILLAGE 04.08 | THE-VILLAGE 09.08 | THE-VILLAGE 17.08 |

HENNESSY / ASGARD INVESTMENT / PECHERSK SCHOOL INTERNATIONAL/ KIVI / TERRA / ФОРА & ЗООПАТРУЛЬ & JACOBS: THE-VILLAGE.COM.UA

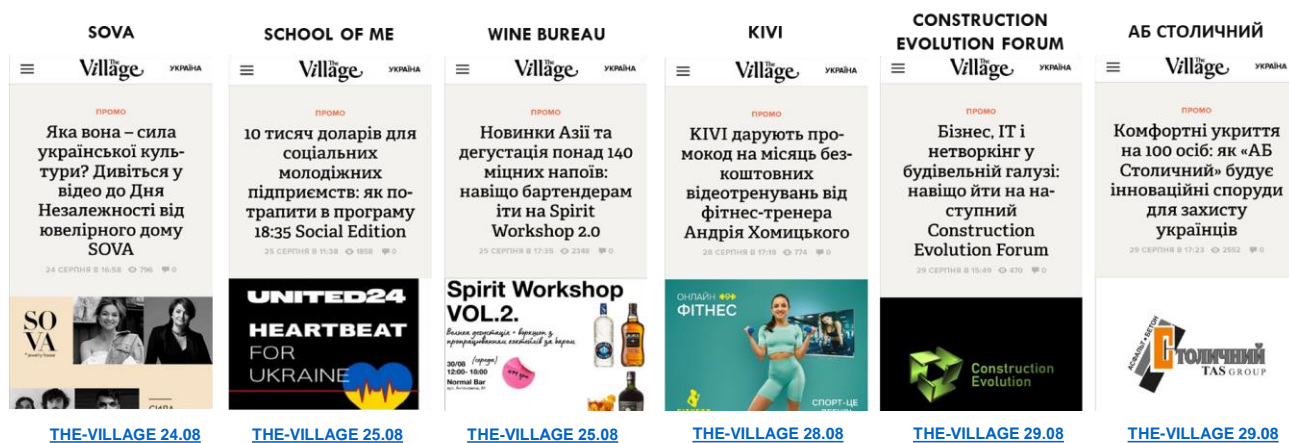
У серпні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Троє українців змагаються за титул найкращих барменів від Hennessy: який приз вони зможуть виграти" ([Hennessy, 18.08](#)); 2) "У Львові запрацювала бізнес-набережна Duck's Lake: де там працювати і як відпочивати" ([Asgard Investment \(Duck's Lake\), 18.08](#)); 3) "Англомовне середовище й фокус на потрібні знання: у Київ повернулася Печерська міжнародна школа" ([Pechersk School International, 18.08](#)); 4) "Найкращі в економічному сегменті: телевізори KIVI стали «Вибором року» серед українських споживачів" ([KIVI, 21.08](#)); 5) "Басейн, барбекю та сучасний бар: які ціни та розваги пропонує пляжний клуб Terra" ([Terra, 21.08](#)); 6) "Шанс стати на лапки": гості «Фори» зібрані більше мільйона гривень для безпритульних тварин" ([ФОРА & Зоопатруль & Jacobs, 23.08](#)).

| HENNESSY | ASGARD INVESTMENT | PECHERSK SCHOOL INTERNATIONAL | KIVI | TERRA | ФОРА & ЗООПАТРУЛЬ & JACOBS |
|--|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |  |
| THE-VILLAGE 18.08 | THE-VILLAGE 18.08 | THE-VILLAGE 18.08 | THE-VILLAGE 21.08 | THE-VILLAGE 21.08 | THE-VILLAGE 23.08 |

Партнерство

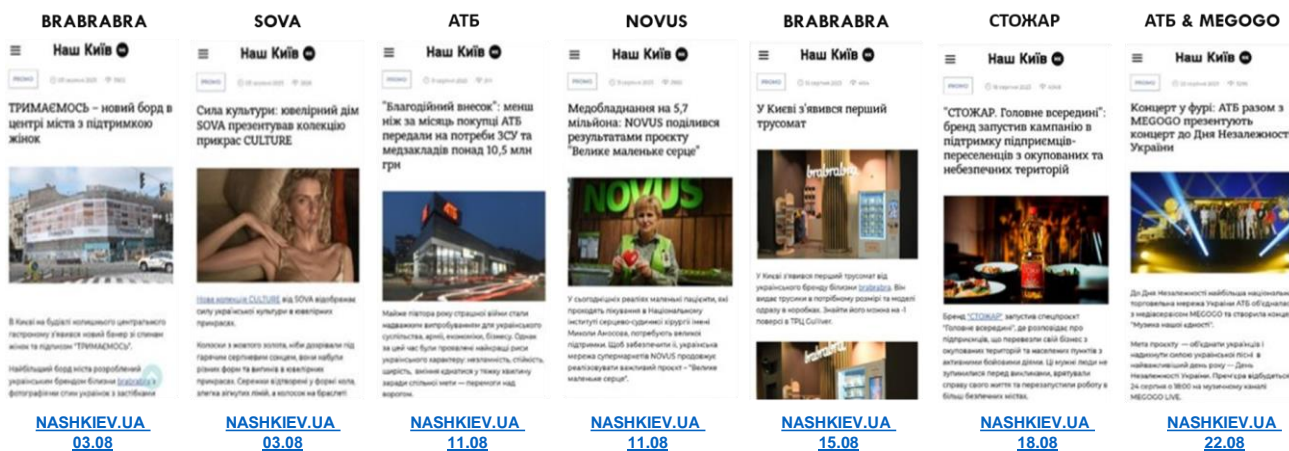
SOVA / SCHOOL OF ME / WINE BUREAU / KIVI / CONSTRUCTION EVOLUTION FORUM / АБ СТОЛИЧНИЙ: THE-VILLAGE.COM.UA

У серпні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Яка вона – сила української культури? Дивіться у відео до Дня Незалежності від ювелірного дому SOVA" ([SOVA, 24.08](#)); 2) "10 тисяч доларів для соціальних молодіжних підприємств: як потрапити в програму 18:35 Social Edition" ([SCHOOL of ME, 25.08](#)); 3) "Новинки Азії та дегустація понад 140 міцних напоїв: навіщо бартендерам іти на Spirit Workshop 2.0" ([Wine Bureau, 25.08](#)); 4) "KIVI дарують промокод на місяць безкоштовних відеотренувань від фітнес-тренера Андрія Хомицького" ([KIVI, 28.08](#)); 5) "Бізнес, IT і нетворкінг у будівельній галузі: навіщо йти на наступний Construction Evolution Forum" ([Construction Evolution Forum, 29.08](#)); 6) "Комфортні укриття на 100 осіб: як "АБ Столичний" буде інноваційні споруди для захисту українців" ([АБ Столичний, 29.08](#)).



BRABRABRA / SOVA / АТБ / NOVUS / СТОЖАР / АТБ & MEGOGO: NASHKIEV.UA

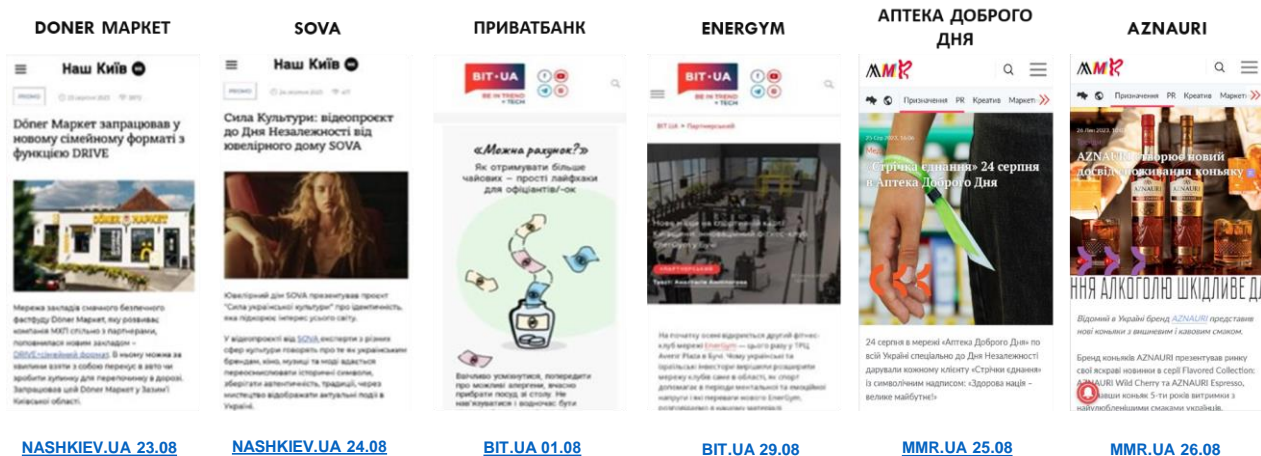
У серпні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua: 1) "ТРИМАЄМОСЬ – новий борд в центрі міста з підтримкою жінок" ([Brabrabra, 03.08](#)); 2) "Сила культури: ювелірний дім SOVA презентував колекцію прикрас CULTURE" ([SOVA, 03.08](#)); 3) "Благодійний внесок": менш ніж за місяць покупці АТБ передали на потреби ЗСУ та медзакладів понад 10,5 млн грн" ([АТБ, 11.08](#)); 4) "Медобладнання на 5,7 мільйона: NOVUS поділився результатами проекту "Велике маленьке серце" ([NOVUS, 11.08](#)); 5) "У Києві з'явився перший трусомат" ([Brabrabra, 15.08](#)); 6) "СТОЖАР. Головне всередині": бренд запустив кампанію в підтримку підприємців-переселенців з окупованих та небезпечних територій" ([СТОЖАР, 18.08](#)); 7) "Концерт у фури: АТБ разом з MEGOGO презентують концерт до Дня Незалежності України" ([АТБ & MEGOGO, 22.08](#)).



Партнерство

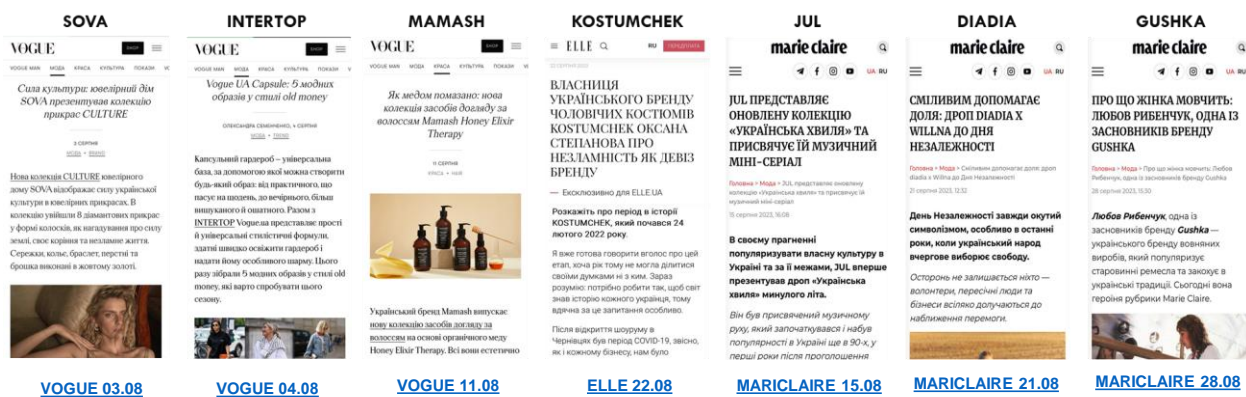
DONER MARKET / SOVA / ПРИВАТБАНК / ENERGYM / АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ / AZNAURI: NASHKIEV.UA & BIT.UA & MMR.UA

У серпні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua, bit.ua та mmr.ua: 1) "Döner Market запрацював у новому сімейному форматі з функцією DRIVE" ([Döner Market, 23.08](#)); 2) "Сила Культури: відеопроєкт до Дня Незалежності від ювелірного дому SOVA" ([SOVA, 24.08](#)); 3) "Можна рахунок?": Як отримувати більше чайових – прості лайфхаки для офіціантів/ок" ([ПриватБанк, 01.08](#)); 4) "Нове місце на спортивній карті Київщини: інноваційний фітнес-клуб EnerGym у Бучі" ([EnerGym, 29.08](#)); 5) "Стрічка еднання" 24 серпня в Аптека Доброго Дня" ([Аптека Доброго Дня, 25.08](#)); 6) "AZNAURI створює новий досвід споживання коньяку" ([AZNAURI, 26.08](#)).



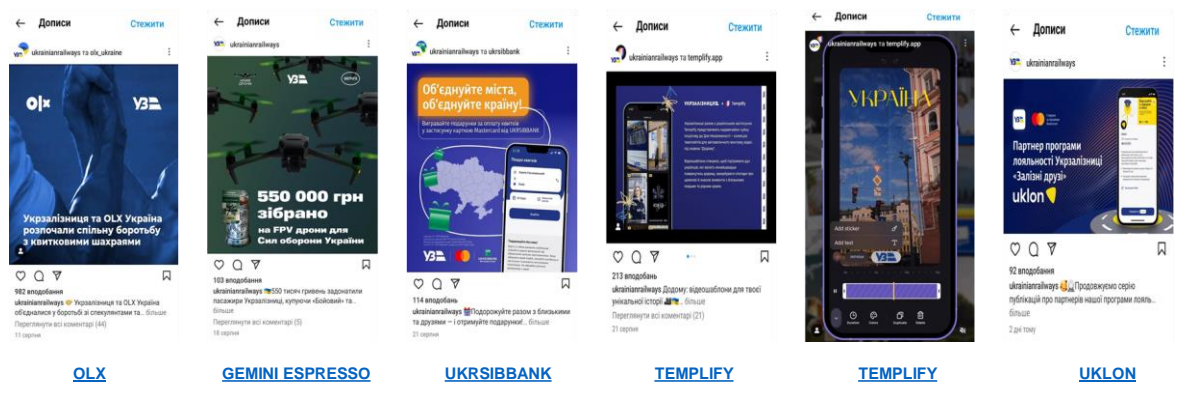
SOVA / INTERTOP / MAMASH / KOSTUMCHEK / JUL / DIADIA / GUSHKA: VOGUE.UA & ELLE.UA & MARIECLAIRE.UA

У серпні вийшли такі партнерські матеріали на vogue.ua, elle.ua та marieclaire.ua. 1) "Сила культури: ювелірний дім SOVA презентував колекцію прикрас CULTURE." ([SOVA, 03.08](#)); 2) "Разом з INTERTOP Vogue.ua представляє прості й універсальні стилістичні формули, здатні швидко освіжити гардероб і надати йому особливого шарму" ([INTERTOP, 04.08](#)); 3) "Як медом помазано: нова колекція засобів догляду за волоссям Mamash Honey Elixir Therapy" ([MAMASH, 11.08](#)); 4) "Власниця українського бренду чоловічих костюмів KOSTUMCHEK Оксана Степанова про незламність як девіз бренду" ([KOSTUMCHEK, 22.08](#)); 5) "В своєму прагненні популяризувати власну культуру в Україні та за її межами, JUL вперше презентував друп "Українська хвиля" минулого літа." ([JUL, 15.08](#)); 6) "Спеціальним до державного свята український бренд diadia створили колекцію "Сміливим допомагає доля" ([DIADIA, 21.08](#)); 7) "Любов Рибенчук, одна із засновників бренду Gushka — українського бренду вовняних виробів, який популяризує старовинні ремесла та працює в українські традиції" ([GUSHKA, 28.08](#)).



Партнерство

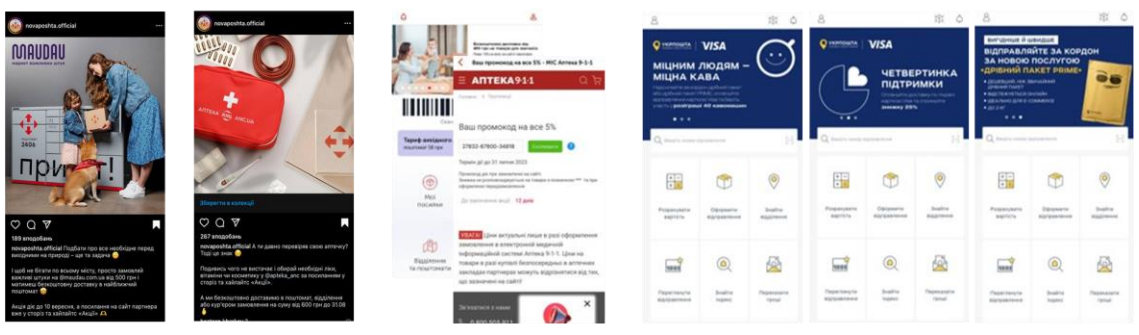
ПАРТНЕРСТВО З "УКРЗАЛІЗНИЦЯ" ПОСТИ INSTAGRAM



[OLX](#) [GEMINI ESPRESSO](#) [UKRSIBBANK](#) [TEMPLIFY](#) [TEMPLIFY](#) [UKLON](#)

ПАРТНЕРСТВО З "НОВА ПОШТА" ТА "УКРПОШТА"

INSTAGRAM HP ЗАСТОСУНОК HP ЗАСТОСУНОК UP



[MAUDAU](#) [ANC](#) АПТЕКА 911 VISA

ПАРТНЕРСТВО COMFY ТА ПИСЬМЕННИКА АНТОНА ФРІДЛЯНДА

Мережа магазинів побутової техніки та електроніки в Україні COMFY продовжує свою арт-колаборацію з київським письменником Антоном Фрідляндом. У серпні автор написав 2 оповідання. В 1-му – попередив клієнтів COMFY про шахраїв, які можуть видавати себе за представників компанії. А 2-ге – було представлено до 1 вересня.

Співпраця анонсувалася постами в соцмережах партнерів.



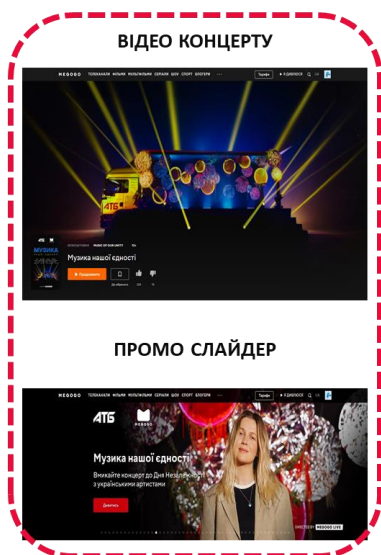
Special projects

FARMAK (ЕДЕМ) & АТБ & BUSINESS GLOBAL: MEGOGO.NET

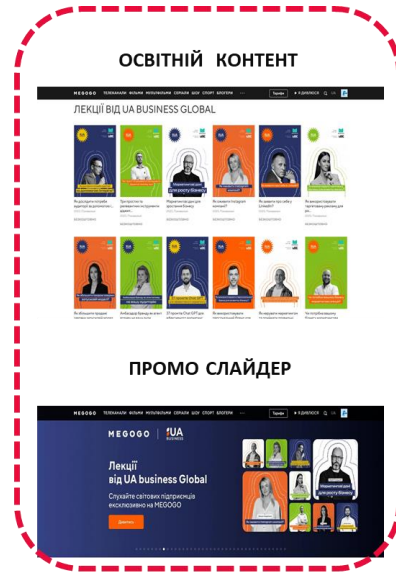
ДОБІРКА FARMAK (ЕДЕМ)



КОНЦЕРТ ЗА ПІДТРИМКИ АТБ&MEGOGO



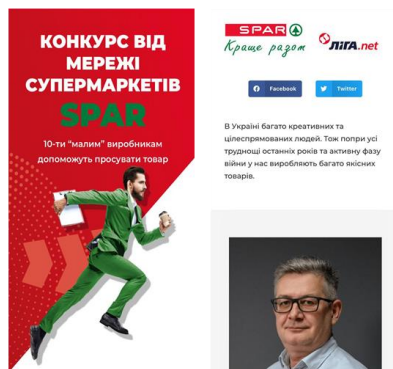
SPECIAL PROJECT BUSINESS GLOBAL



SPAR / SAMSUNG / VELUX: LIGA.NET / NV.UA

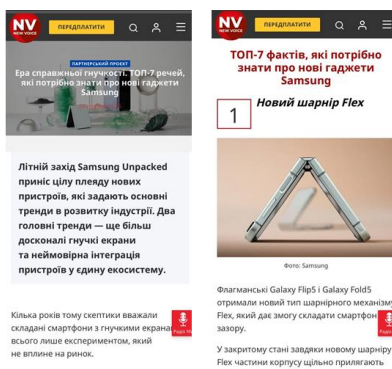
- Liga.net [продовжує розповідати](#) історії про бізнес, що не тільки працює та підтримує економіку, але й використовує свої можливості, аби прискорити перемогу і допомогти українцям. У серпні вийшов матеріал "Конкурс від мережі супермаркетів SPAR" ([SPAR, 22.08](#)).
- На NV.ua розміщувалися брендові проекти такі як: 1) "Ера справжньої гнучкості. ТОП-7 речей, які потрібно знати про нові гаджети Samsung" ([SAMSUNG, 24.08](#)); 2) "Інженерна знахідка. Чому міжнародний бізнес інвестує у виробництво "розумних" вікон в Україні під час війни" ([VELUX, 11.08](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net та nv.ua.

SPAR



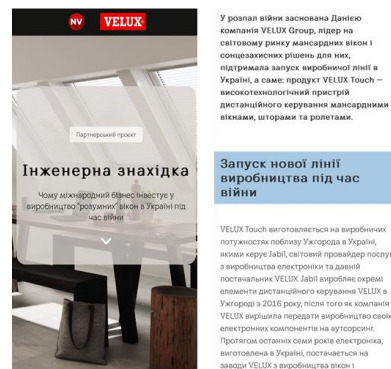
[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

SAMSUNG



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

VELUX



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

Special projects

ПУМБ / METRO / AUTOSTRADA: NV.UA

- А ще NV.ua разом з партнерами розповідали про підтримку українців у таких проєктах: 1) "На варті фінансового фронту: робота ПУМБ у перші дні війни" ([ПУМБ, 22.08](#)). 2) "Допомога ЗСУ та людям — пріоритет № 1. CEO METRO Україна про зміни в бізнесі через війну і соціальну відповідальність" ([PIN-UA, 07.08](#)). 3) "Мільярд на Перемогу. Як компанія Autostrada допомагає Збройним Силам України" ([AUTOSTRADA, 22.08](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на [nv.ua](#).

ПУМБ



Для нас війна розпочалась ще у 2014 році, тож банк за часів війни був підготовлений до можливих ризиків.

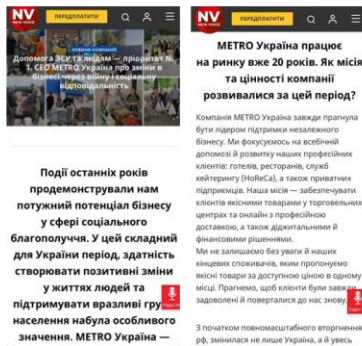
Фінансова стабільність України забезпечена банківською системою в екстремальних умовах, після початку повномасштабної війни. Про те, як це відбувалося, на прикладі ПУМБ в інтерв'ю розповів його голова правління Сергій Черненко.

У цей період у нас були три головні завдання. Перше — захистити споживачів. Друге — підтримати наших клієнтів, третє — зберегти бізнес. І, як нам здається, ми впоралися з усіма цими завданнями дуже добре.

Співробітників банку підтримували одне одного. Ті, хто був у відносній безпеці, продовжували працювати і допомагали колегам. Ті, хто перебував у фронтовій зоні і зонах підвищеного ризику, банк евакуював. Ми забезпечили перевезення співробітників та їх сімей, формували колонні, саджали на потяги. На заході України було створено цілий хаб, який

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

METRO



METRO Україна працює на ринку вже 20 років. Як місія та цінності компанії розвивалися за цей період?

Компанія METRO Україна завжди працювала на ринку підтримки малого бізнесу. Ми фокусуємось на особистій допомозі й розвитку наших професійних клієнтів: готелів, ресторанів, служб кейтерингу (MyBeS), а також приватних підприємців. Наша місія — забезпечувати клієнтів якісними товарами у торговельних центрах та онлайн з професійною допомогою, а також діджитальними й фінансовими рішеннями.

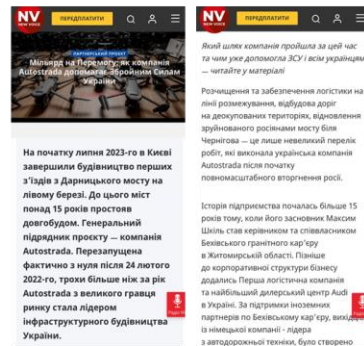
Ми не залишаємо без уваги й наших кінцевих споживачів, яким пропонуємо якісні товари за доступною ціною в одному місці. Проте ми, щоб клієнти були задоволені й поверталися до нас знову.

З початком повномасштабного вторгнення РФ, змінюєшся не лише Україна, а й увесь

Події останніх років продемонстрували нам потужний потенціал бізнесу у сфері соціального благополуччя. У цей складний для України період, здатність створювати позитивні зміни в життях людей та підтримувати взаємні групи населення набула особливого значення. METRO Україна —

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

AUTOSTRADA



Мільярд на Перемогу: як компанія Autostrada допомагає Збройним Силам України

Якій шлях компанії пройшла за цей час та чому саме допомога ЗСУ і всім українцям — читайте у матеріалі

Розширення та забезпечення логістики на лінії розмежування, відбудова доріг на деокупованих територіях, відновлення зруйнованих роз'їжджаних мостів біля Чернігова — це лише невеликий перелік робіт, які виконала українська компанія Autostrada після початку повномасштабного вторгнення росії.

Історія підприємства почалась більше 15 років тому, коли його засновник Максим Шайлі став керівником та співвласником Бельського грантного кар'єру в Житомирській області. Планше до корпоративної структури бізнесу додалися Перша логістична компанія та найбільший дилерський центр Audi в Україні. За партнерства іноземних партнерів по Бельській кар'єру, який і нинішньої компанії - лідера в автодорожній техніці, було створено

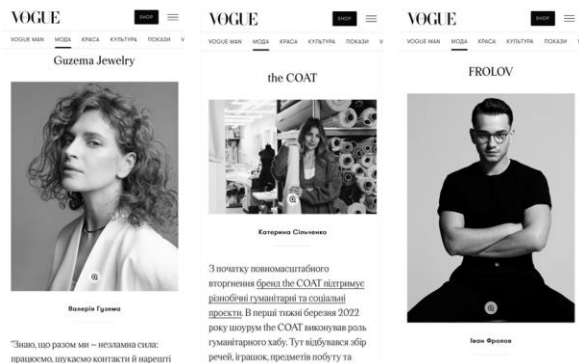
На початку липня 2023-го в Києві завершились будівництво перших з'їздов з Дарницького мосту на лівому березі. До цього міст понад 15 років простояв дозвільним підприємцем. Генеральний підприємець проєкту — компанія Autostrada. Перезачеплена фактично з нуля після 24 лютого 2022-го, трохи більше ніж за рік Autostrada з великого гравця ринку стала лідером інфраструктурного будівництва України.

[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

VOGUE TALENT PRIZE & KRONENBOURG: VOGUE.UA

- Vogue Talent Prize – ініціатива команди українського Vogue для відзначення та підтримки вітчизняних модних талантів. У рамках проєкту у 2023 році у партнерстві з французьким брендом Kronenbourg (Carlsberg Ukraine) Vogue UA оголосили номінацію Resilience and Social Impact, щоб вшанувати бренди, які зараз не лише знайомлять увесь світ з українською модою, а й займаються активною волонтерською діяльністю. Всі учасники отримають відзнаку Vogue UA, а також грошову премію для розвитку своєї професійної діяльності від партнера премії.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті [vogue.ua](#) та в соцмережах усіх партнерів.

КРЕАТИВ



Guzema Jewelry

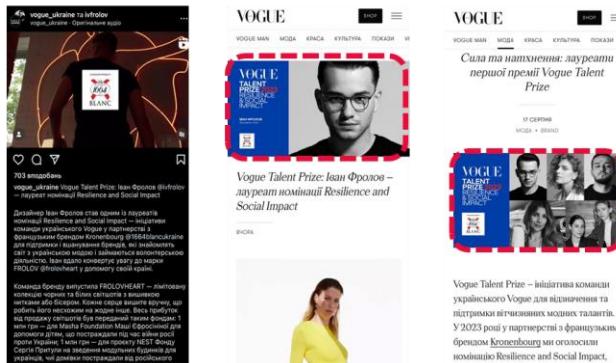
the COAT

FROLOV

З початку повномасштабного вторгнення бренд the COAT підтримує різноманітні гуманітарні та соціальні проєкти. В перші тижні березня 2022 року шоурум the COAT виконував роль гуманітарного хабу. Тут відбувався збір речей, іграшок, предметів побуту та

[СТОРІНКА ПРОЄКТУ](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО



Vogue Talent Prize: Іван Фролов – лауреат номінації Resilience and Social Impact

Дизайнер Іван Фролов став одним із лауреатів міжнародної премії Vogue Talent Prize у номінації Resilience and Social Impact. Він працює в бренді Kronenbourg, який допомагає підтримувати українських військових та волонтерів. Крім того, він активно займається соціальною діяльністю. Іван є одним з організаторів табору PRO.UA (PRO - це українська мова), який допомагає підтримувати українських військових та волонтерів.

Vogue Talent Prize: Іван Фролов – лауреат номінації Resilience and Social Impact

Vogue Talent Prize – ініціатива команди українського Vogue для відзначення та підтримки вітчизняних модних талантів. У 2023 році у партнерстві з французьким брендом Kronenbourg ми оголосили номінацію Resilience and Social Impact.

[ПОСТ IG VOGUE&KRONENBOURG](#)

[АНОНС VOGUE](#)

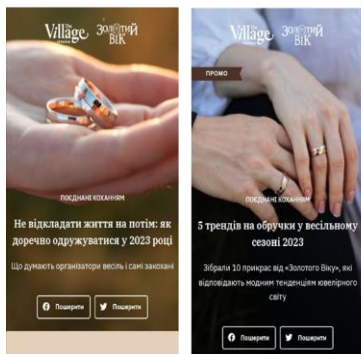
[БАНЕР VOGUE](#)

Special projects

ЗОЛОТИЙ ВІК: THE-VILLAGE.COM.UA

- "Золотий Вік" та The Village представили спільний спецпроект "Поєднані коханнями". Цей проект, що був запущений у самому розпалі весільного сезону 2023, присвячений розкриттю найцікавіших аспектів українських весільних традицій, історії головного символу закоханих, – обручок, впливу війни на весільні церемонії та розповідям про закоханих, які вимушено були розлучені через війну, проте їх об'єднує міцне почуття – кохання.
- Додатково проект анонсувався на сайтах та в соцмережах партнерів.

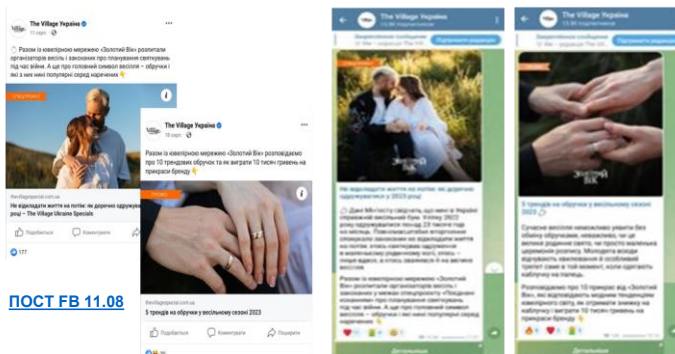
КРЕАТИВ



[СТОРІНКА ПРОЄКТУ 1](#)

[СТОРІНКА ПРОЄКТУ 2](#)

ПРИКЛАДИ ПРОМО

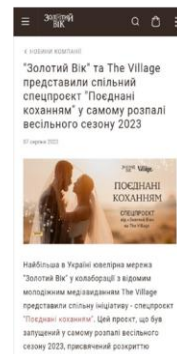


[ПОСТ FB 18.08](#)

[ПОСТ TG 11.08](#)

[ПОСТ TG 18.08](#)

НОВИНА

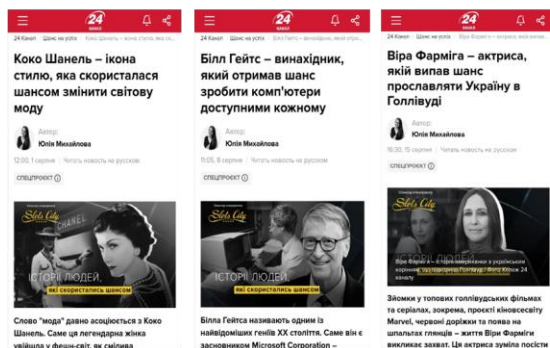


[ZOLOTUYVEK.UA](#)

SLOTS CITY: 24TV.UA, "ШАНС НА УСПІХ"

- 24TV.UA у спецпроекті "Шанс на успіх" за підтримки Slots City в серпні продовжують серію PR-публікацій про видатних людей України та світу.
- Додатково проект анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 09.08](#); [пост 17.08](#); [пост 21.08](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЯ

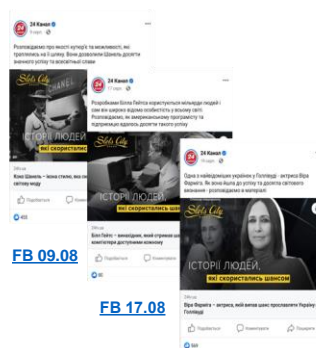


[МАТЕРІАЛ 01.08](#)

[МАТЕРІАЛ 08.08](#)

[МАТЕРІАЛ 15.08](#)

ПРОМО ПРОЄКТУ



[FB 09.08](#)

[FB 17.08](#)

[FB 19.08](#)

СТОРІНКА ПРОЄКТУ



[БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA](#)

Special projects

COSMOLOT: 24TV.UA, "BRAVE INVENTORS"

- 24TV.UA за підтримки компанії Cosmolut в серпні продовжують серію PR-публікацій про винахідників та їхні винаходи в спецпроекті "Brave Inventors".
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 05.08](#); [пост 15.07](#); [пост 24.08](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЇ

ПРОМО ПРОЄКТУ

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

МАТЕРІАЛ 03.08 **МАТЕРІАЛ 11.08** **МАТЕРІАЛ 23.08** **FB 26.08** **БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA**

BAYER: 24TV.UA, "ЗДОРОВ'Я СЬОГОДНІ"

- У серпні на 24TV.UA вийшли 3 PR-публікації в рамках спецпроекту "Здоров'я сьогодні". Спонсором проєкту є компанія Байер.
- Додатково проєкт анонсувався на сайті та в соцмережах 24TV.UA (TG: [пост 07.08](#); [пост 14.08](#)).

PR ПУБЛІКАЦІЇ

ПРОМО ПРОЄКТУ

СТОРІНКА ПРОЄКТУ

МАТЕРІАЛ 04.08 **МАТЕРІАЛ 14.08** **FB 07.08** **FB 14.08** **БАНЕР НА САЙТІ 24TV.UA**

Кампанії військової тематики

КАМПАНІЯ “ВЖЕ ЧАС ПОВЕРТАТИСЬ” ВІД КРЕАТИВНОЇ СТУДІЇ TWID

- Київська креативна студія Twid розробила кампанію “Вже час повертатись”, аби повернути додому українців, які виїхали за кордон через повномасштабну війну. Кейс розробили в межах YouTube-шоу #Штормнадо. У Twid готові розробити кампанію на національному рівні, якщо отримають такий запит.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

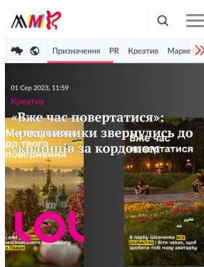
КРЕАТИВ + НОВИНА



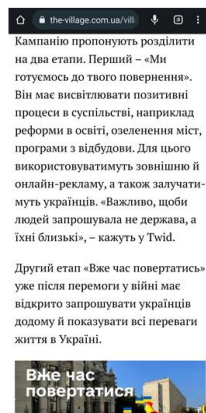
[ВИДЕО YOUTUBE](#)



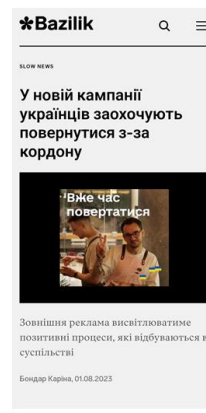
[ПОСТ IG](#)



[MMR.UA](#)



[THE-VILLAGE](#)

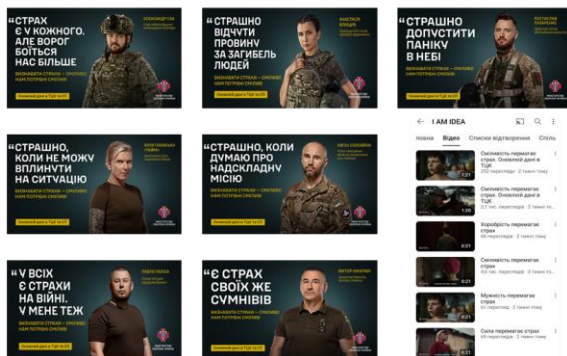
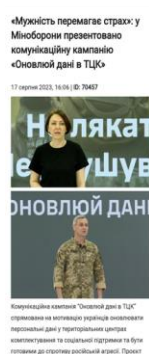


[BAZILIK.MEDIA](#)

"МУЖНІСТЬ ПЕРЕМАГАЄ СТРАХ" : У МІНОБОРОНИ ПРЕЗЕНТОВАНО КОМУНІКАЦІЙНУ КАМПАНІЮ " ОНОВЛЮЙ ДАНІ В ТЦК"

- Агенція I AM IDEA разом з Міністерством оборони України запустили кампанію, де визнають страх кожного українця і кажуть, що боятися – це нормально, а визнавати страх – це сміливо. Як частину національної комунікації агенція та міністерство разом з продакшном No Stars та режисером Євгеном Головатенком створили серію роликів та банери. Усі учасники зйомок, які у військовій формі, – реальні бійці.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

НОВИНА + КРЕАТИВ (БАНЕРИ & ВИДЕО)



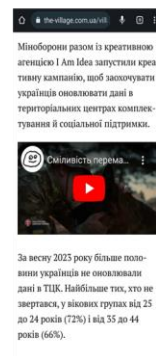
[МІНОБОРОНИ](#)

[I AM IDEA YT](#)

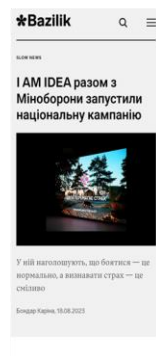


[CASES.MEDIA](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](#)



[BAZILIK.MEDIA](#)

Кампанії військової тематики

MAD HEADS COFFEE ТА "ЯНГОЛИ АЗОВУ" СТВОРИЛИ МЕРЧ ДЛЯ ДОПОМОГИ БІЙЦЯМ АЗОВУ

- Український обсмажувальник кави Mad Heads Coffee запустив благодійний проєкт Azov's Angels Buddy разом із патронатною службою "Янголи Азову". Це кáva, футболки, сталеві кружки, піни й стікери, гроші з продажу яких підуть на лікування бійців. Благодійну каву продаватимуть в окремих пачках.
- Новина була опублікована на сайті та в соцмережах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

НОВИНА MAD HEADS & ЯНГОЛИ АЗОВУ



ПОСТ IG



ПОСТ IG



ПОСТ IG

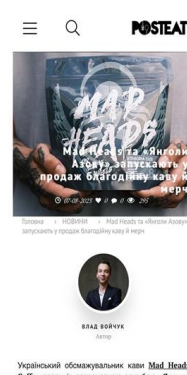


BAZILIK

PR ПУБЛІКАЦІЇ



THE-VILLAGE



POSTEAT

"НОВА ПОШТА" ПРЕЗЕНТУВАЛА ЛІНІЙКУ ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ У КОЛАБОРАЦІЇ З БРЕНДАМИ GUD ТА ONE FACE

- Компанія "Нова пошта" створила мерч у колаборації з брендами Gud і One Face, аби зібрати 330 млн. грн. на проєкт "Запакуй небо – прокачай ППО". Кожен охочий [зможє придбати](#) худі, дощовики, рюкзаки, рюкзаки, поясні сумки, піни та патчі і таким чином підтримати збір. Збір запустили разом із фондом "Повернись живим".
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

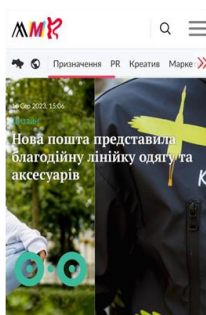
НОВИНА



ПОСТ IG



ПОСТ IG



MMR.UA

PR ПУБЛІКАЦІЇ



THE-VILLAGE



BIT.UA

Кампанії військової тематики

UNITED24 ТА GLOVO ОБ'ЄДНУЮТЬСЯ ДЛЯ РОЗМІНУВАННЯ УКРАЇНИ

- United24 й Glovo об'єднуються в межах проекту "Доставка безпечного майбутнього" з метою збору кошти на автомобілі для розмінування України. Усі кошти спрямують на спеціальні автомобілі, які будуть доставляти працівників й обладнання до небезпечних місць.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

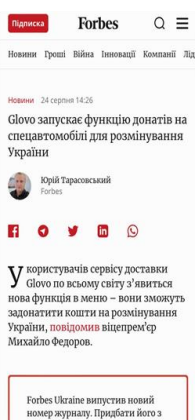
НОВИНА



ПОСТ IG



ПОСТ TG



FORBES

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



THE-VILLAGE



BIT-UA

ОПЕРАЦІЯ "ЄДНІСТЬ" ВІД UNITED24 & MONOBANK & "ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ"

- Monobank, United24 та БФ "Повернись живим" запустили масштабний збір на 10 000 FPV-дронів з подальшою доукомплектацією боеприпасами. І бачимо велику підтримку від українських брендів (Rozetka, Intertop, Інтерхім, Study, Favbet, Varus, Comfy, Сільпо, Пузата Хата, Ябло, ARX, тощо), які долучилися до збору.
- Новина була опублікована у соціальних мережах організаторів збору, пости яких репостив народ України.

НОВИНА



SAVELIFE IG



UNITED24 IG



MONOBANK IG

БРЕНДИ ЯКІ ПІДТРИМАЛИ ЗБІР

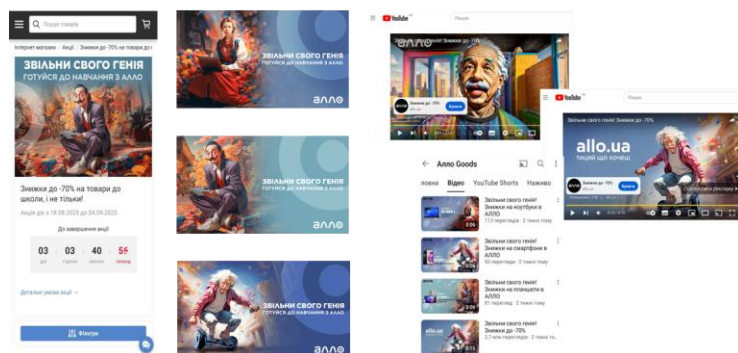


Поточні рекламні кампанії

АЛЛО ЗАПУСТИВ РЕКЛАМНУ КАМПАНІЮ “ЗВІЛЬНИ СВОГО ГЕНІЯ”

- Національний маркетплейс АЛЛО запустив рекламну кампанію “Звільни свого генія” з відомими геніями XX століття. При розробці key visual команда використала програму штучного інтелекту MidJourney задля досягнення виняткового результату – поєднати в одному зображенні видатних особистостей XX століття та користування сучасними гаджетами.
- Ролики були опубліковані на ресурсах АЛЛО, на YouTube запущена реклама, а деякі медіа розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

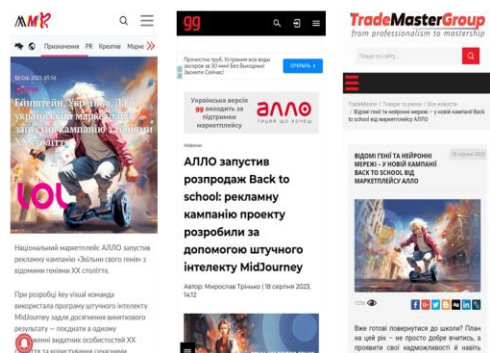
КРЕАТИВ + РЕКЛАМА НА YOUTUBE



[ALLO.UA](https://allo.ua)

[АЛЛО GOODS YOUTUBE](https://www.youtube.com/channel/UC...)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



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

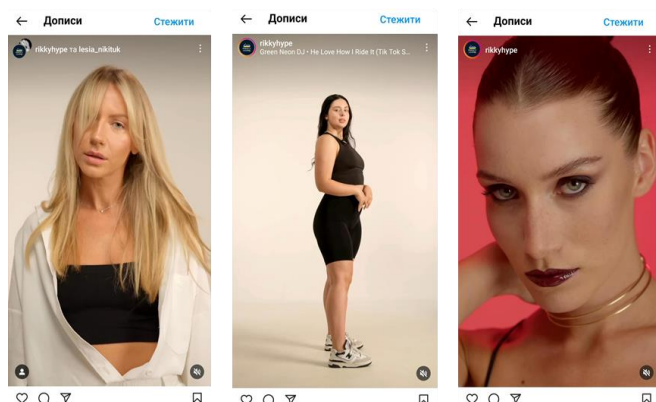
[GAGADGET.COM](https://gagadget.com)

[TRADEMASTER.UA](https://www.trademaster.ua)

ДВІ НОВІ КАМПАНІЇ ВІД БРЕНДУ RIKKY HURE

- У зйомках двох проєктів українського бренду одягу Rikky Hure взяли участь Леся Нікітюк та Надя Дорофєєва. Проєкт з Лесею вийшов на початку місяця і мав на меті змусити забути про стереотипи і рамки, і прийняти себе різною – з макіяжем чи без, активною чи втомленою, успішною або ж з факапами. Кампейн з Надею вийшов до Дня Незалежності України та присвячений Україні та незламній волі її народу.
- Новини були опубліковані на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

№1: КАМПАНІЯ З ЛЕСЕЮ НІКІТЮК

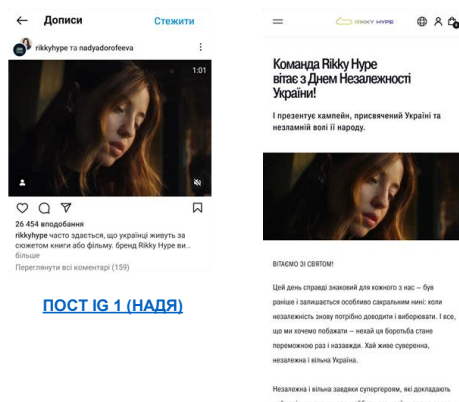


[ПОСТ IG 1 \(ЛЕСЯ\)](https://www.instagram.com/p/...)

[ПОСТ IG 2](https://www.instagram.com/p/...)

[ПОСТ IG 3](https://www.instagram.com/p/...)

№2: КАМПАНІЯ З НАДЕЮ ДОРОФЄЄВОЮ



[ПОСТ IG 1 \(НАДЯ\)](https://www.instagram.com/p/...)

[RIKKYHURE.COM](https://www.rikkyhure.com)

Поточні рекламні кампанії

УКРАЇНСЬКІ АГРАРІЇ В РЕКЛАМНІЙ КАМПАНІЇ СОНЦЕЗАХИСНОГО КРЕМУ ВІД UKRAVIT TA FEDORIV AGENCY

- Fedoriv Agency розробила рекламну кампанію для нового сонцезахисного крему Ukravit для аграріїв, випущеного в колаборації з Piel Cosmetics. Героями рекламної кампанії стали українські аграрії і їхня "особлива агрозасмага".
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

КРЕАТИВ

ПОСТИ INSTAGRAM

PR ПУБЛІКАЦІЇ

[UKRAVIT](#)

[FEDORIV AGENCY](#)

[PIEL COSMETICS](#)

[MMR.UA](#)

[THE-VILLAGE](#)

UKLON ПРЕДСТАВИВ КРЕАТИВНУ КАМПАНІЮ, У ЯКІЙ ОБИГРАВ НАЙБІЛЬШ УПІЗНАВАННІ РЕКЛАМИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ

- Продуктова IT-компанія Uklon разом з українською креативною агенцією I AM IDEA представили велику креативну кампанію, створивши омаж на найбільш впізнавані реклами українського ринку. Усе для того, щоб показати багатофункціональність свого сервісу та його доступність для кожного. Кожен ролик рекламного серіалу Uklon проникливо та іронічно розповідає про окремі класи авто та сервіси компанії – клас Стандарт, Business, Delivery та Інклюзивний.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

КРЕАТИВ

PR ПУБЛІКАЦІЇ

[UKLON YT](#)

[I AM IDEA YT](#)

[BAZILIK.MEDIA](#)

[MMR.UA](#)

[RADIOTREK.RV.UA](#)

[EBA.COM.UA](#)

Поточні рекламні кампанії

ФІЛОСОФСЬКА КАМПАНІЯ ВІД ПИВНОГО БРЕНДУ MOVA

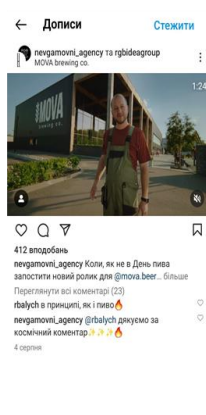
- Над рекламною кампанією для першого проморолика дніпровського пивзаводу MOVA працювали відразу дві креативні агенції – RGB idea group та “Невгамовні”. Креативники обрали темою не інгредієнти, а саме зміст і філософію бренду. Слоган кампанії: “Mova для розмови”.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

MOVA



[ВІДЕО YOUTUBE](#)

КРЕАТИВНИКИ

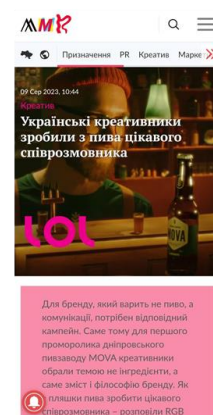


[ПОСТ IG](#)



[NEVGAMOVNI](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

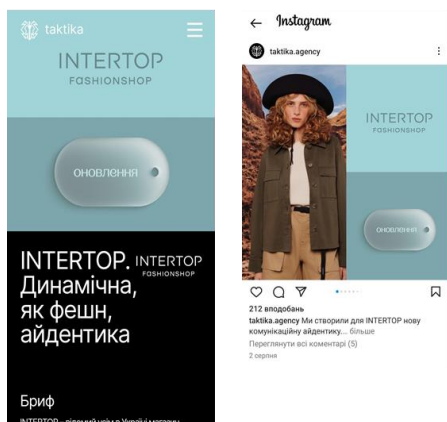


[MMR.UA](#)

INTERTOP ПРЕДСТАВИВ НОВУ БРЕНД-АЙДЕНТИКУ ВІД АГЕНЦІЇ ТАКТИКА

- Креативна команда агенції Taktika оновила фірмовий візуальний стиль фешн-ртейлера INTERTOP для комунікації в Україні, Польщі, Казахстані та Узбекистані.
- Новина була опублікована на ресурсах Taktika, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

ТАКТИКА



[КЕЙС НА САЙТІ](#)



[ПОСТ IG](#)



[MMR.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[BAZILIK.MEDIA](#)



[TELEGRAF.DESIGN](#)

Благодійні кампанії

UAnimals запустив кампанію про дружнє ставлення до орендарів житла з тваринами

- Львівська креативна агенція Bloom Büro разом з UAnimals, всеукраїнською організацією захисту та порятунку тварин, запустили благодійну кампанію для того, аби заохотити орендодавців здавати квартири людям із тваринами. Щоб підтримати ініціативу, потрібно зайти по безкоштовний плакат у Sense Hub (площа Ринок, 26, 4-й поверх) або ж [перейти за посиланням](#) та розмістити постери у своїх офісах та будинках.
- Новина була опублікована соцмережах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх ресурсах.

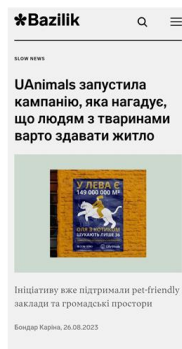
НОВИНА + КРЕАТИВ



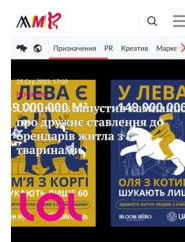
POST IG



PR ПУБЛІКАЦІЇ



BAZILIK.MEDIA



MMR.UA

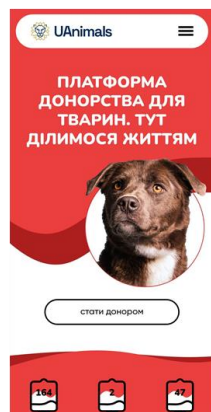


TELEGRAF.DESIGN

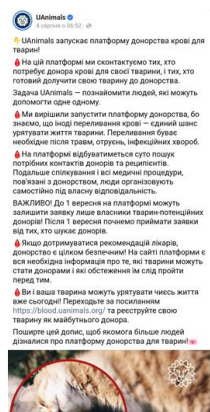
UAnimals запустили платформу донорства крові для тварин

- Всеукраїнський гуманістичний рух UAnimals запустив платформу донорства крові для тварин. Нею зможуть скористатися ті, хто потребує переливання крові для своєї тварини, а також ті, хто готовий долучити свою тварину до донорства.
- Новина була опублікована на ресурсах UAnimals, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

UAnimals



ПЛАТФОРМА

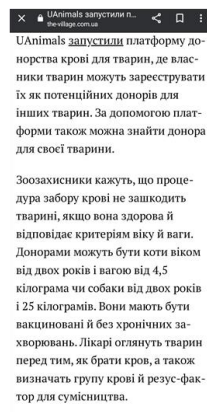


НОВИНА



NASHKIV.UA

PR ПУБЛІКАЦІЇ



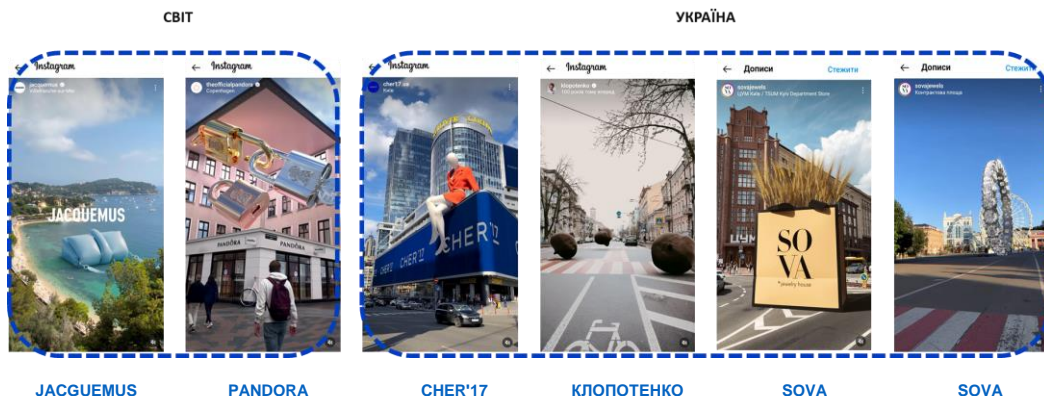
THE-VILLAGE



BAZILIK.MEDIA

Трендові кампанії

ТРЕНДОВІ 3D ОБ'ЄКТИ В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ В INSTAGRAM



КОРПОРАЦІЯ "БІОСФЕРА" ВИПУСТИЛА ПРОДУКТ SMILE AI, ДИЗАЙН ЯКОГО БУВ РОЗРОБЛЕНИЙ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ

- Корпорація "Біосфера" випустила продукт, пакування якого згенерував штучний інтелект. Smile Daily – оновлена лінійка вологих серветок з фантазійним та глибоким дизайном, створеним на основі розробок нейронної мережі.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

КРЕАТИВ + НОВИНА

ВІДЕО YOUTUBE

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

MMR.UA **EBA.COM.UA** **MAXIMUM.FM**

ПОСТ IG

"НОВА ПОШТА" ЗАПУСТИЛА ПЛАТФОРМУ ВІДКРИТИХ ІННОВАЦІЙ NOVATECH

- "Нова Пошта" представила відкриту інноваційну платформу NovaTech. Ця ініціатива має на меті залучити партнерів до спільної роботи над розробкою інноваційних продуктів та послуг у співпраці з відділом досліджень та розробок (R&D) компанії.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили ПР-публікації на своїх сайтах.

НОВА ПОШТА

ПЛАТФОРМА

ПР ПУБЛІКАЦІЇ

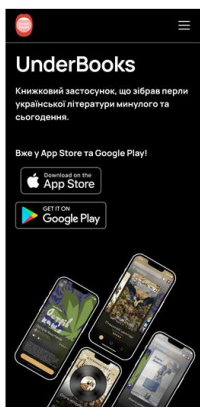
AIN.UA **24TV.UA** **SPEKA.MEDIA**

Національні кампанії

ДАША АСТАФ'ЄВА ЗАПУСТИЛА КНИЖКОВИЙ ЗАСТОСУНОК UNDERBOOKS

- Співачка й волонтерка Даша Астаф'єва запустила застосунок UnderBooks, у якому зібрані книжки про історію й культуру України, твори українських митців, а також аудіокнижки, які озвучили українські артисти. Програма поки доступна лише в App Store, а версія для Android з'явиться згодом.
- Новина була опублікована на ресурсах Даші, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

ЗАСТОСУНОК



[UNDERBOOKS.NET](https://underbooks.net)

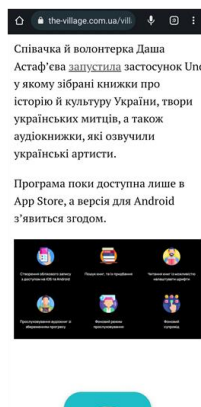


[НОВИНА](#)

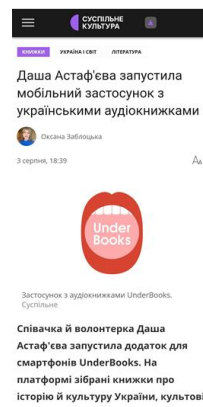


[AIN.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](#)



[SUSPILNE.MEDIA](#)

ФОНД PROJECTOR FOUNDATION СТВОРИВ КУЛЬТУРНИЙ ПРОЄКТ "ШРИФТОВА АБЕТКА УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ"

- Благодійна організація Projector Foundation створила культурний проєкт "Шрифтова Абетка української ідентичності", покликаний популяризувати модерні шрифти українських дизайнерів, а також розповісти про символи нашої державності. Сайт проєкту розробили завдяки підтримці приватної української фундації ZMIN. Партнером проєкту стала українська продуктова компанія MacPaw.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

ТАКТИКА



[ПРОЄКТ](#)



[ПОСТ IG](#)



[MMR.UA](#)

ПР ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE](#)



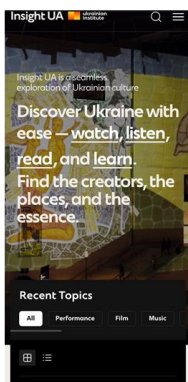
[DETECTOR.MEDIA](#)

Національні кампанії

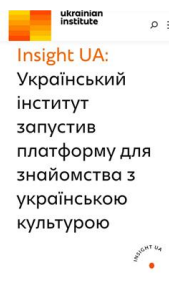
УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЗАПУСТИВ ПЛАТФОРМУ ДЛЯ ЗНАЙОМСТВА З УКРАЇНСЬКОЮ КУЛЬТУРОЮ

- Український інститут запустив англomовну платформу про українську культуру. Сайт пропонує різні формати: добірки українських фільмів, виставок, книжок, плейлисти з онлайн-курсів та ін. В окремому розділі “Війна росії проти України” представлені проекти про наслідки російської агресії.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ



[ПЛАТФОРМА](#)



[НОВИНА](#)

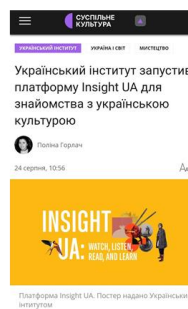


[ПОСТ IG](#)



[LB.UA](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[SUSPILNE.MEDIA](#)



[DETECTOR.MEDIA](#)

РОЛИКИ ВІД CHER'17 ТА НАЦБАНКУ ДО ДНЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

- Український бренд одягу CHER'17 з нагоди свята створив чутливі відеоролики з відомими українськими акторами, такими як Ольга Сумська, Наталка Денисенко та Олександр Рудинський, у яких вони задекламували вірші Лесі Українки, Тараса Шевченка та Івана Франка.
- Національний банк України презентував нові пам'ятні монети “Смільвість бути. UA”, присвячені смільвості української нації. Вони символічно введені в обіг до 32-ої річниці Дня Незалежності України. Ролик, присвячений лімітованій колекції, створила команда Starlight Media з використанням ШІ.

CHER'17



[РОЛИК IG 1](#)

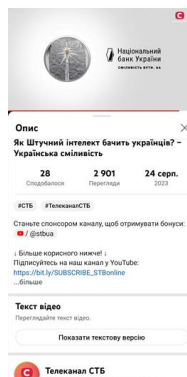


[РОЛИК IG 2](#)

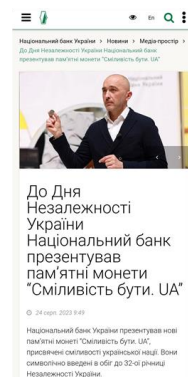


[РОЛИК IG 3](#)

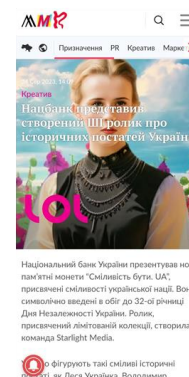
НАЦБАНК



[РОЛИК YT](#)



[BANK.GOV.UA](#)



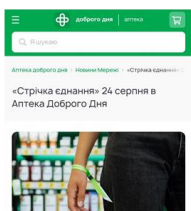
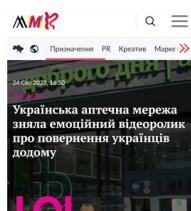
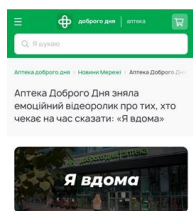
[MMR-UA](#)

Національні кампанії

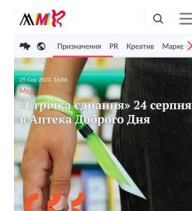
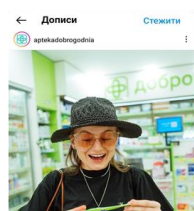
СИТУАТИВ ВІД "АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ" ДО ДНЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

- До Дня Незалежності України «Аптека Доброго Дня» випустила чуттєвий відеоролик з історією про повернення в Україну тих, хто вимушено покинув домівки через війну. Головна мета ролику – показати, що тут в Україні чекатимуть після перемоги на всіх, хто тимчасово переїхав у безпечніші країни. А ще 24 серпня в мережі «Аптека Доброго Дня» по всій Україні дарували кожному клієнту «Стрічки єднання» із символічним надписом: «Здорова нація – велике майбутнє!».
- Новини були опубліковані на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

ВІДЕОРОЛИК "Я ВДОМА"



АКЦІЯ "СТРІЧКА ЄДНАННЯ"



[НОВИНА](#)

[РОЛИК УТ](#)

[MMR.UA](#)

[НОВИНА](#)

[ПОСТ ІГ](#)

[MMR.UA](#)

СИТУАТИВ ВІД UKLON ДО ДНЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

- До Дня Незалежності України в Uklon вирішили підсвітити причини, що саме робить українців – незалежними. У застосунку Uklon з'явилась інтерактивна мапа України. Потрусивши її, з'являється пін (прим. маскот Uklon), який розкриває причини незалежності громадян країни. Наприклад, "Незалежні, бо прихистимо хвостатих", "Незалежні, бо рухаємо свою країну" або ж "Незалежні, бо нам личить русофобія. І тобі!".

КРЕАТИВ



Національні кампанії

СИТУАТИВ ВІД БРЕНДІВ ДО ДНЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ



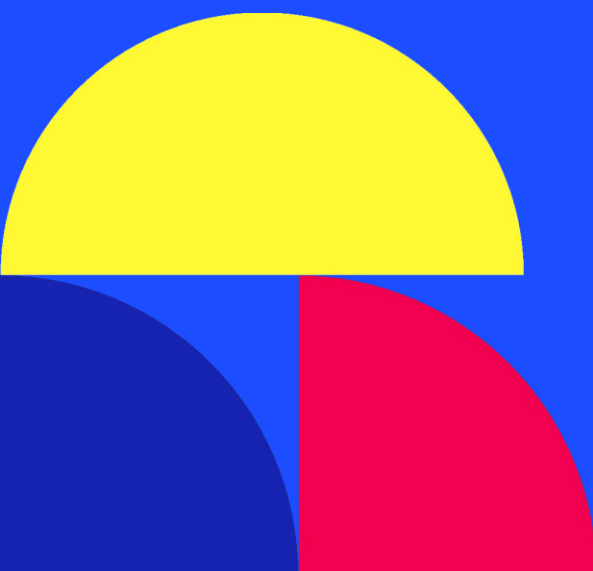
СТАНДАРТИ ПРАПОРУ УКРАЇНИ



[ЗА ПОСИЛАННЯМ БІЛЬШ ДЕТАЛЬНО ПРО СТАНДАРТИ](#)



ВЕРЕСЕНЬ



Партнерство

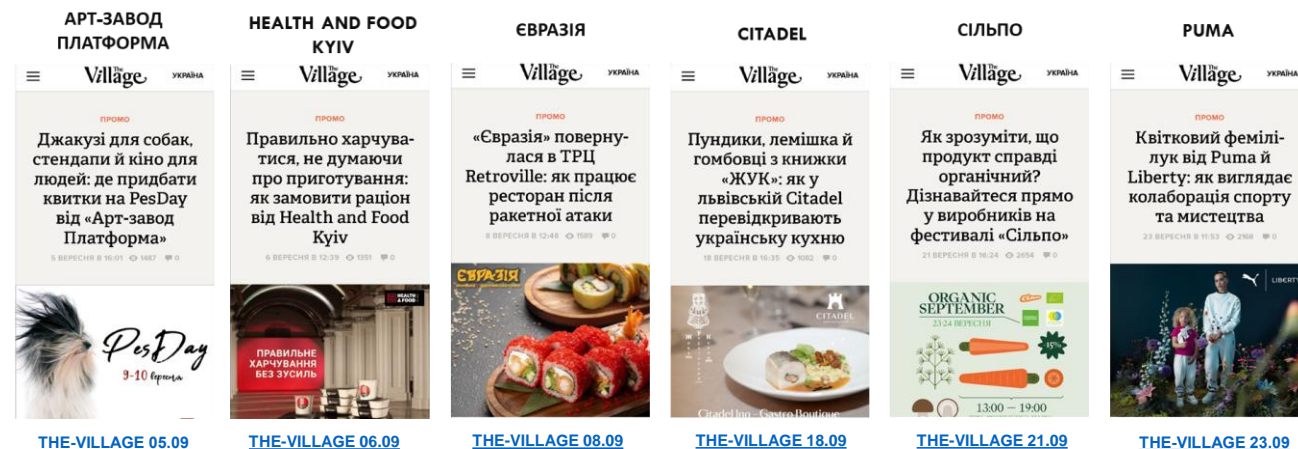
O`KRYK / IKOC / SPOGAD / DELEGAN / DIADIA / COOSH / L`ESKIZZO: MARIECLAIRE.UA

У вересні вийшли такі партнерські матеріали на marieclaire.ua: 1) "Перша колекція прикрас O`KRYK — це присвята змінам у кожній із нас. Прикраси натхненні силою жінки і колообігом її життя" ([O`KRYK, 01.09](#)); 2) "З любов'ю до країни: бренд Ікос презентував колекцію лоферів, натхнених Україною" ([IKOC, 01.09](#)); 3) "SPOMYN: колекція дизайнерських сумок із переробленого пластику від бренду Spogad" ([SPOGAD, 04.09](#)); 4) "Delegan, бренд жіночого одягу, представляє нову колекцію AW 2024 року. Ця історія є втіленням глибоких традицій, де вишита троянда виступає не лише як символ краси та жіночності, а й як символ мужності, опору та незламної віри" ([DELEGAN, 04.09](#)); 5) «Базовий гардероб в осінній колекції diadia» ([DIADIA, 04.09](#)); 6) "Український бренд одягу та аксесуарів COOSH презентував колекцію FW23-24, яка стала продовженням мінімалістичної естетики бренду та повністю передає його скандинавські настрої" ([COOSH, 05.09](#)); 7) "Український бренд тейлорингу L'eskizzo презентує осінню колекцію "The Knot"» ([L`ESKIZZO, 09.09](#)).



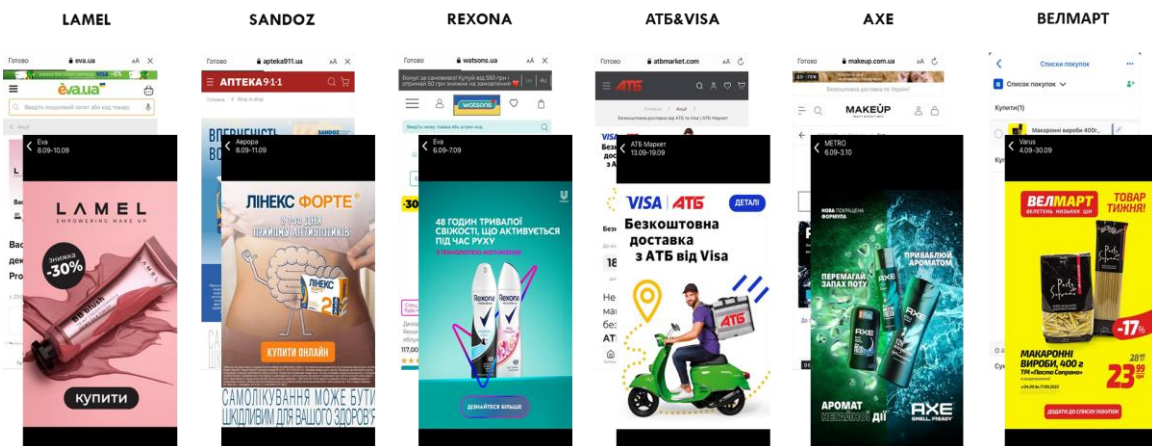
АРТ-ЗАВОД ПЛАТФОРМА / HEALTH AND FOOD KYIV / ЄВРАЗІЯ / CITADEL / СІЛЬПО / PUMA: THE-VILLAGE.COM.UA

У вересні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua: 1) "Джакузі для собак, стендапи й кіно для людей: де придбати квитки на PesDay від "Арт-завод Платформа" ([Арт-завод Платформа, 05.09](#)); 2) "Правильно харчуватися, не думаючи про приготування: як замовити раціон від Health and Food Kyiv" ([Health and Food Kyiv, 06.09](#)); 3) "Євразія" повернулася в ТРЦ Retroville: як працює ресторан після ракетної атаки" ([Євразія, 08.09](#)); 4) "Пундики, лемішка й гомбовці з книжки "ЖУК": як у львівській Citadel перевіdkривають українську кухню" ([Citadel Inn – Gastro Boutique Hotel & Restaurant, 18.09](#)); 5) "Як зрозуміти, що продукт справді органічний? Дізнавайтесь прямо у виробників на фестивалі "Сільпо" ([Сільпо, 21.09](#)); 6) "Квітковий фемілі-лук від Puma й Liberty: як виглядає колаборація спорту та мистецтва" ([Puma, 23.09](#)).



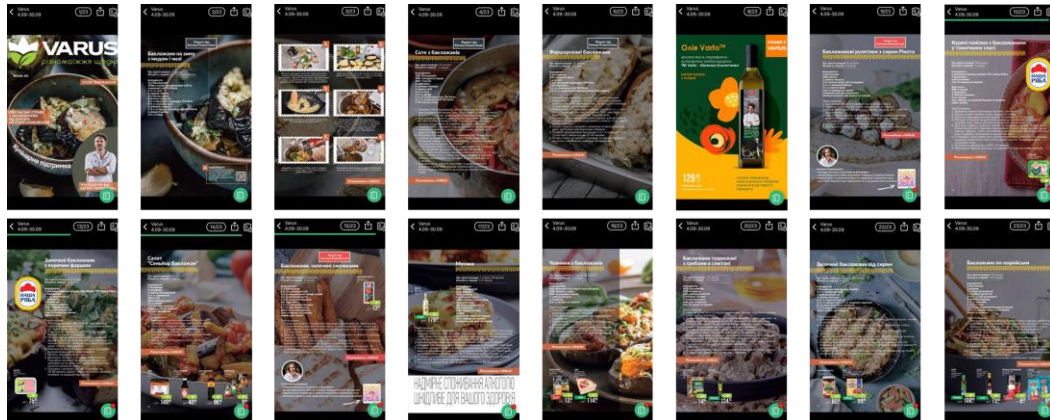
Партнерство

АКТИВНІСТЬ В ДОДАТКУ VLIХ UKRAINE



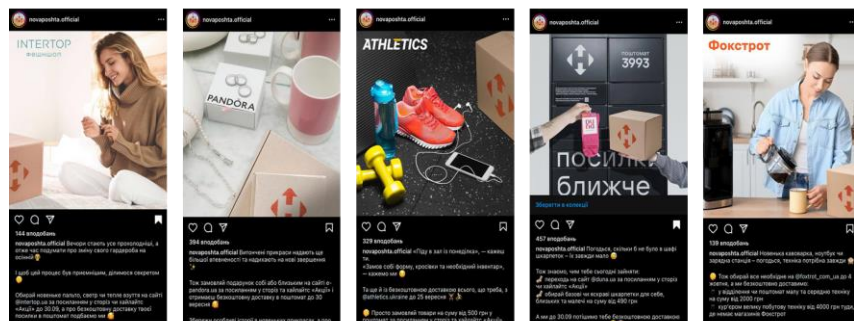
VARUS & КЛОПОТЕНКО: КУЛІНАРНИЙ КАТАЛОГ В VLIХ UKRAINE

У вересні в додатку Vliх Ukraine вийшов випуск "Кулінарного каталогу" в рамках проекту "Кулінарна підтримка" від Varus. У партнерстві з Євгеном Клопотенком та кулінарами Varus, були зібрані рецепти "Різномаяжжя щодня" Сезон баклажанів.



ПАРТНЕРСТВО З "НОВА ПОШТА"

INSTAGRAM НП



ЗАСТОСУНОК НП



INTERTOP

PANDORA

ATHLETICS

DUNA

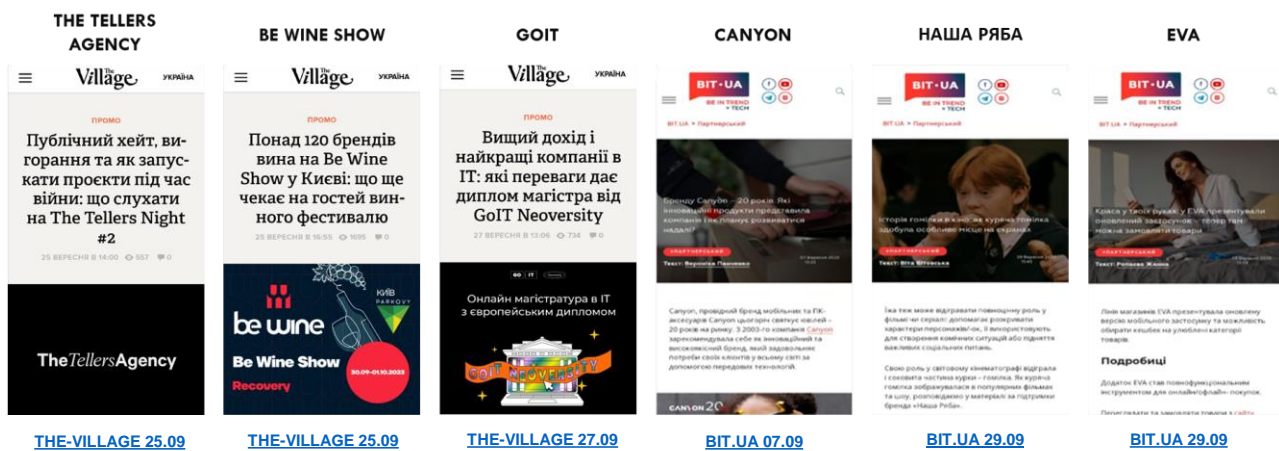
FOXTROT

ПРИВАТ БАНК

Партнерство

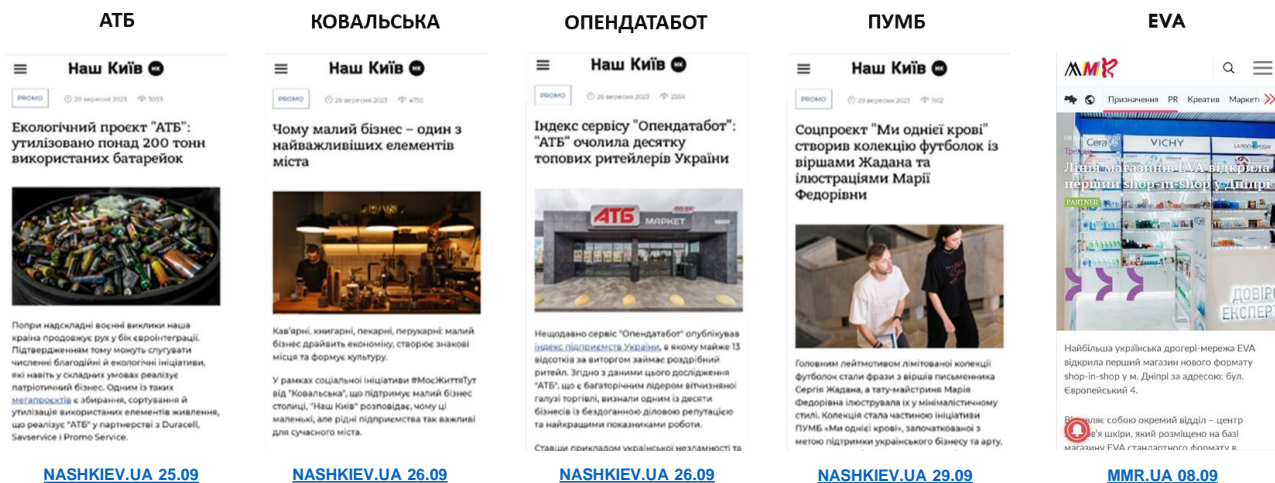
THE TELLERS AGENCY / BE WINE SHOW / GOIT / CANYON / НАША РЯБА / EVA: THE-VILLAGE.com.UA & BIT.UA

У вересні вийшли такі партнерські матеріали на the-village.com.ua та bit.ua: 1) "Публічний хейт, вигорання та як запускати проекти під час війни: що слухати на The Tellers Night #2" ([The Tellers Agency, 25.09](#)); 2) "Понад 120 брендів вина на Be Wine Show у Києві: що ще чекає на гостей винного фестивалю" ([Be Wine Show, 25.09](#)); 3) "Вищий дохід і найкращі компанії в ІТ: які переваги дає диплом магістра від GoIT Neoversity" ([GoIT, 27.09](#)); 4) "Бренду Canyon – 20 років. Які інноваційні продукти представила компанія і як планує розвиватися надалі?" ([Canyon, 07.09](#)); 5) "Історія гомілки в кіно: як куряча гомілка здобула особливе місце на екранах" ([Наша Ряба, 29.09](#)); 6) "Краса у твоїх руках: у EVA презентували оновлений застосунок – тепер там можна замовляти товари" ([EVA, 29.09](#)).



АТБ / КОВАЛЬСЬКА / ОПЕНДАТАБОТ / ПУМБ / EVA: NASHKIEV.UA & MMR.UA

У вересні вийшли такі партнерські матеріали на nashkiev.ua та mmr.ua: 1) "Екологічний проект "АТБ": утилізовано понад 200 тонн використаних батарейок" ([АТБ, 20.09](#)); 2) "Чому малий бізнес – один з найважливіших елементів міста" ([Ковальська, 26.09](#)); 3) "Індекс сервісу "Опендатабот": "АТБ" очолила десятку топових ритейлерів України" ([Опендатабот, 26.09](#)); 4) "Соцпроект "Ми однієї крові" створив колекцію футболку із віршами Жадана та ілюстраціями Марії Федорівни" ([ПУМБ, 29.09](#)); 5) "Лінія магазинів EVA відкрила перший shop-in-shop у Дніпрі" ([EVA, 08.09](#)).



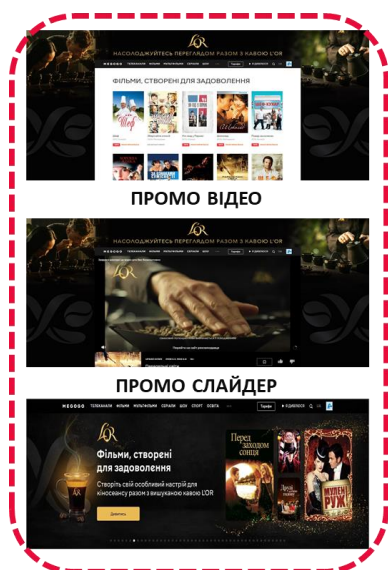
Special projects

JDE (L'OR) / KFC / NISSAN: MEGOGO.NET

ДОБІРКА JDE (L'OR)

ДОБІРКА KFC

ДОБІРКА NISSAN



OPTIMEAL / QUARKS (KISMIA): 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 вересні вийшов матеріал "Лапкікор та озонові ванни. Як самостійно підтримувати красу домашніх улюбленців" ([OPTIMEAL, 29.09](#)).
- На ain.ua розміщувався брендовий проєкт "Як працює пошук кохання з точки зору технологій" ([QUARKS \(KISMIA\), 19.09](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на liga.net та ain.ua.

OPTIMEAL

QUARKS (KISMIA)

Лапкікор та озонові ванни

Як самостійно підтримувати красу домашніх улюбленців

УКР / РУС

ЛАПІКЮР

Процедура, яку кожен з нас може зробити і вдома. До того ж, не тільки для краси вашого kota, але і що бачо вашого дитини. Але якщо про лазер не полюбите ви, це і задоволення зробити ваш улюбленця. Ця така самостійність – нова мода.

Тимчасово, Ольга Грош, довгий час була власницею лише кошачки Роуз, собачки Лорре та цуценя Вікторка. Підприємливі зрештою не сприймають емоцій від розуміння до білої мачки Роуз фразею вашої найріднішої підпороги орієнтовано. Сміливо вухати і зібратися Ля.

ХАРЧУВАННЯ

Одним з найважливіших факторів є харчування. Це впливає на здоров'я, енергію та довголіття. Важливо вибирати якісні продукти та дотримуватися режиму годування. Якщо у вас є питання щодо харчування вашого улюбленця, зверніться до ветеринара.

Дуже важливо вибирати якісні продукти.

[МАТЕРІАЛ LIGA.NET](#)

ЯК ПРАЦЮЄ ПОШУК КОХАННЯ З ТОЧКИ ЗОРУ ТЕХНОЛОГІЙ

Завдання, які вирішує компанія Quark, це робота з точки зору технологій

На екрані від багатьох IT-компаній, що говорять про те, як вони використовують дані – компанії, що працюють над застосунками для спілкування, знайомства, життя онлайн. Компанія Quark працює над тим, що застосунки зручні і корисні, надійні – зручні та ефективні. Простий інтерфейс, ефективні алгоритми, які допомагають знайти і сповістити потенційних партнерів, зручний інтерфейс, що дозволяє спілкуватися з партнером – це все для створення якісних робіт в онлайн. Але найбільш важливою є робота з користувачами.

Ректор AIN.UA розповідає у спеціальному інтерв'ю Quark, чому важливо розвивати власні проєкти та як

Кварки розповіли нам про те:

- 1 Як підтримувати релевантність користувачів
- 2 Як працює онлайновий користувач
- 3 Як модерувати контент
- 4 Як створювати безпечно користувачів
- 5 Як робити застосунок доступним для всіх популярних платформ
- 6 Як ковалити застосунок, бо його користувачі говорять мовою популярних мемов та слів

[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

Special projects

BIBLIOTHEQUE DE PARFUM / SAMSUNG / BOLT: AIN.UA

- Додатково на ain.ua були опубліковані такі партнерські матеріали: 1) "Bibliothèque de Parfum: як бренд нішевої парфумерії працює в Україні та виходить на закордонний ринок" ([BIBLIOTHEQUE DE PARFUM, 04.09](#)). 2) "Як полюбити прибирання або чому ми закохалися в Samsung Bespoke Jet" ([SAMSUNG, 08.09](#)). 3) "Як добре ви знаєте туристичні місця України? Подорожуйте та обмінюйте кілометри залізниці на знижки у Bolt" ([BOLT, 25.09](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на ain.ua.

BIBLIOTHEQUE DE PARFUM

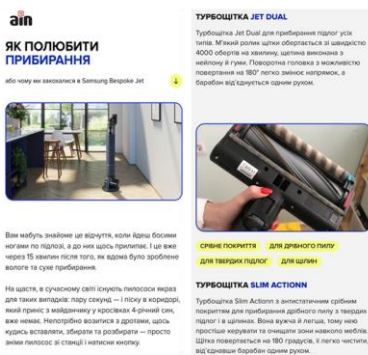


[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

Деякі факти із розмови:

- Bibliothéque de Parfum — успішний сімейний бізнес, заснований у Харкові у 2019 році Лорено Нердосово разом з чоловіком. Бренд співпрацює з італійськими та французькими парфюмерами й бере участь у міжнародних виставках.
- Навіть під час пандемії COVID-19 команда успішно працювала, сфокусована на онлайн-форматі й пропонує клієнтам підбір ароматів онлайн.
- Уже радикально змінилося 24 лютого, коли підприємця разом із сім'єю було вимушено репатриювати в Марокко до Чернівець. Єдиним інше капіталом на той момент була нова колекція, що залишилася на складі у Харкові, бо її не встигли вчасно привезти до України.
- У перший місяць після початку повномасштабної війни власники бренду відклали думки про відновлення бізнесу. Вони не перемкнулися на певну нішу, бо думали бачити та більше. Проте завдання

SAMSUNG



[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

ЯК ПОЛЮБИТИ ПРИБИРАННЯ

Або чому ми закохалися в Samsung Bespoke Jet

Вам майже незалежно це відіграти, коли Ваши босині ноги на підлогу. З до них одразу припадає. І це вже через 15 хвилин після того, як апарат було зроблено вологе та сухе прибирання.

На адять, в сучасному світі існують пелюски вивід для таких випадків: пару секунд — і люду в коридорі, вийти гірше з замітанням у коридорі й фінальній сні, вже немає. Неприємно відомося в доріжжя, щось відставати, збирати та розбирати — просто зміни пелюски в стіні? Написати велюду.

ТУРБОШЕТКА JET DUAL

Турбошетка Jet Dual для прибирання підлогу усіх типів. М'який ролик щільно обертася і щонайменше 4000 обертів на хвилину, щільно вимиває з мильною й гуми. Поворотні головки з мильною пінкою на 180° легко змиєть чистілок, а бортики відсмиєть крайні кулки.

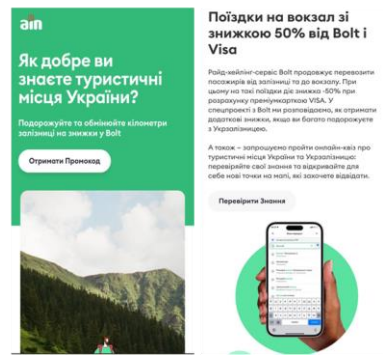
СОНЕЧНА ПОШЕТКА ДЛЯ ДИВНОГО ПЛАНУ

для тварин підлогу для щипань

ТУРБОШЕТКА SLIM ACTION

Турбошетка Slim Action з антимікробним срібним іонізатором для прибирання дивної площі з чистими підлогою в шпальні. Вони кружля й лупля, тому нею простіше мити й очищати куки навколо меблів. Штіль попереду на 180° вкружує й легко чистить, відсмиєть бортики одним рухом.

BOLT



[МАТЕРІАЛ AIN.UA](#)

Поїздки на вокзал зі знижкою 50% від Bolt і Visa

Рядом майже завжди Bolt пропонує перевищити поїздки від залізничної та до вокзалу. При цьому на той годину для знижки 50% при розрахунку проміжних маршрутів. У співпраці з Bolt ми розповіли, як отримати додаткову знижку, якщо ви багато подорожуєте з Українцями.

А також — запропонуємо пройти онлайн-курс про туристичні місця України та Українцями: перевищити свої знання та відкрити для себе нові точки на мапі, які зможете відвідати.

Перевірте Знижки

SLOTS CITY / SAMSUNG / DILA: NV.UA

- На [NV.ua](#) були опубліковані такі партнерські матеріали: 1) "NV Азарт разом зі Slots City Foundation починає серію історій про волонтерів, які допомагають армії та переселенцям" ([SLOT CITY, 09.09](#)). 2) "Ера справжньої гнучкості. ТОП-7 речей, які потрібно знати про нові гаджети Samsung" ([SAMSUNG, 18.09](#)). 3) "В ім'я здоров'я кожної людини. ДІЛА відзначає 25-річчя" ([DILA, 27.09](#)).
- Додатково матеріали анонсувалися на nv.ua.

SLOTS CITY



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

Шанс на медичну допомогу: історія про те, як Крокодил допомагає медикам на передовій

10 Азарт разом з Slots City Foundation почав серію історій про волонтерів, які допомагають армії та переселенцям.

Автор: Анастасія Сорока

NV Азарт та Slots City Foundation представляють спецпроект Вілльї люди.

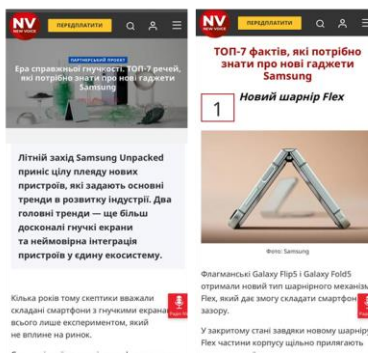
М і розповідаємо чудові історії волонтерів фонду Slots City.

З перших днів російського вторгнення в Україну волонтери надіють нещодавню допомогу армії та переселенцям.

За кожного волонтерською передачею

«У мене до війни був автомобіль, титул «УАЗ», який ми повністю переобладнали. У результаті від «УАЗ» так залишилося й корпус, а все «нашнуре» ми перенесли з «Мерседеса», — згадує волонтер Артем

SAMSUNG



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

ТОП-7 фактів, які потрібно знати про нові гаджети Samsung

1 **Новий шарнір Flex**

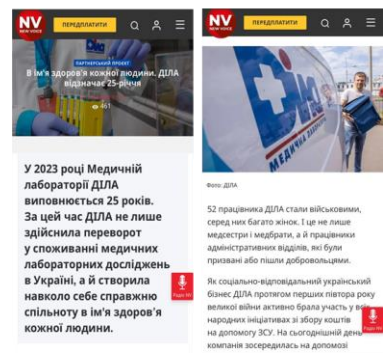
Літній захід Samsung Unpacked приніс цілу плеяду нових пристроїв, які задають основні тренди в розвитку індустрії. Два головні тренди — це більш досконалий гнучкий екрани та найновітвіше інтеграція пристроїв у єдину екосистему.

Кілька років тому скептики вважали складані смартфони з гнучкими екранами всього лише експериментом, який не впаде на ринку.

Флагманські Galaxy F15 і Galaxy F05 отримали новий тип шарнірного механізму Flex, який дає змогу складати смартфон зазору.

У закритому стані завдяки новому шарніру Flex частини корпусу щільно прилягають

DILA



[МАТЕРІАЛ NV.UA](#)

У 2023 році Медичній лабораторії ДІЛА виповнюється 25 років. За цей час ДІЛА не лише здійснила переворот у споживанні медичних лабораторних досліджень в Україні, а й створила навколо себе справжню спільноту в ім'я здоров'я кожної людини.

52 працівники ДІЛА стали військовими, серед них багато жінок. І це не лише медсестри і медбрати, а й працівники адміністративних відділів, які були призвані або пішли добровольцями.

Як соціально-відповідальний український бізнес ДІЛА протягом перших п'яти років великої війни активно брала участь у народних медичних зборах шпиталів на допомогу ЗСУ. На сьогоднішній день компанія зосередилася на допомозі

Кампанії військової тематики

“Укрзалізниця” ЗАПУСТИЛА НОВИЙ ВІДЕОПРОЄКТ “ЗАЛІЗНА ВОЛЯ”

- “Укрзалізниця” запустила новий відеопроєкт “Залізна воля”. Він про надзвичайні історії залізничників і залізничниць, які пройшли війну та повернулися до роботи в компанії. Історії героїв публікуються на YouTube каналі “Укрзалізниця”. Наразі понад 10200 залізничників захищають Україну в лавах Сил оборони України. Близько 600 залізничників демобілізовано. Окрім цього, щоб допомогти залізничникам, які постраждали від війни, “Укрзалізниця” створила платформу “Залізна родина”.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду.

НОВИНА

ПЛАТФОРМА

ВІДЕО НА YOUTUBE

ІСТОРИЯ 1

ПОСТ TG

ІСТОРИЯ 2

ФОНД ДЕРЖМАЙНА УКРАЇНИ РАЗОМ І AM IDEA СТВОРИЛИ НОВУ КОМУНІКАЦІЙНУ СТРАТЕГІЮ

- ФДМУ (Фонд державного майна України) разом з креативною агенцією I AM IDEA розробили нову комунікаційну стратегію та іміджеву кампанію. Продакшеном кампанії займався TOMIN. Команда створила маніфест, щоб розповісти доступно кожному, що ФДМУ не просто продає майно, а робить все, щоб створити в майбутньому новий економічний суб'єкт, який буде заробляти гроші для країни. “Маємо, дбаємо і розвиваємо” – місія та нове комунікаційне повідомлення фонду.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

НОВИНА + КРЕАТИВ

ПОСТ IG

PR ПУБЛІКАЦІЇ

GAZETA-FP.COM.UA

ВІДЕО НА YT

MURR.UA

Поточні рекламні кампанії

КАМПАНІЯ ВІД “КОВАЛЬСЬКОЇ” ПРО МАЛІ БІЗНЕСИ КИЄВА

- У своїй кампанії #МоеЖиттяТут “Ковальська” розповідає про малі бізнеси, які стають культовими. У кампанії було задіяно 88 сітілайтів та зупинок транспорту, 10 площин в метрополітені, 616 хвилин в ефірі 11 радіостанцій, 12 кінотеатрів, 4 спецпроекти в медіа, 9090 годин в YouTube, 3,4 млн показів в digital.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду.

НОВИНА

ЦЮ РЕКЛАМУ СТВОРИЛА КОВАЛЬСЬКА
 ? ? ? ? ? ? ? ?

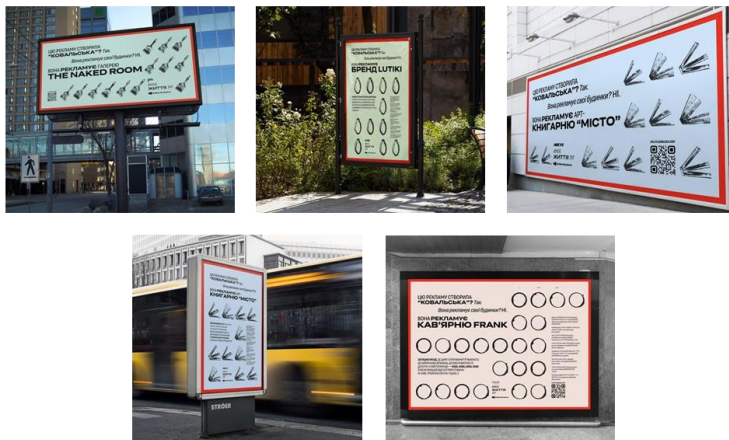
Опис

#МоеЖиттяТут
 8 Сторінок 178 701 Перегляди 14 вер. 2023

Цю рекламу створила «Ковальська»? Так. Вона рекламує свої будинки? Ні.
 Вона рекламує неймовірну пекарню Lella Bakery і її чистий смаком хліб із борошна, води, хліба і соня.
 Вона рекламує архітектурно «Місто», яка формує культуру читання.
 Вона рекламує газетно The Naked Room, яка виставляє експозиції найкращих українських художників.
 Вона рекламує стріт фуд Nulch, який руйнує стереотипи про шаурму.
 Вона рекламує кав'ярню Frank, що вже вісім років готує смачну каву.

Вона рекламує бізнес і «Мікі» вайт таблолітки

КРЕАТИВ



[САЙТ КАМПАНІЇ](#)

[РОЛИК НА УТ](#)

ВІСКЕРСТАФФ СТВОРИЛА КАМПАНІЮ ДЛЯ “ГОКАРПАТИ”, У ЯКІЙ ПРЕДСТАВИЛА ЛОЖКУ ДЛЯ КЕФІРУ

- Креативна агенція Bickerstaff запустила кампанію для “Го Карпати”, у якій презентувала ложку для кефіру. Ролик ложки для кефіру стилізували під щорічну презентацію Apple. Саму ложку виготовили зі сталі, вона доступна в чотирьох кольорах. Патент на ложку офіційно зареєструвала створена спеціально для рекламної кампанії ГО “Науково-дослідний інститут кефірної ложки української академії наук імені Г.О. Карпатського”.
- Новина була опублікована на ресурсах партнерів, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

“ГОКАРПАТИ”

[САЙТ ЛОЖКИ](#)

ВІСКЕРСТАФФ

Кефірна революція починається сьогодні

455 Сторінок 13 112 Перегляди 15 вер. 2023

Оскільки молоко стає все ширше і ширше в Україні? Чи варто переживати? Для кефіру в Україні завжди була проблема. Для кефіру в Україні завжди була проблема. Для кефіру в Україні завжди була проблема. Для кефіру в Україні завжди була проблема.

[РОЛИК УТ](#)

[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ

[THE-VILLAGE](#)

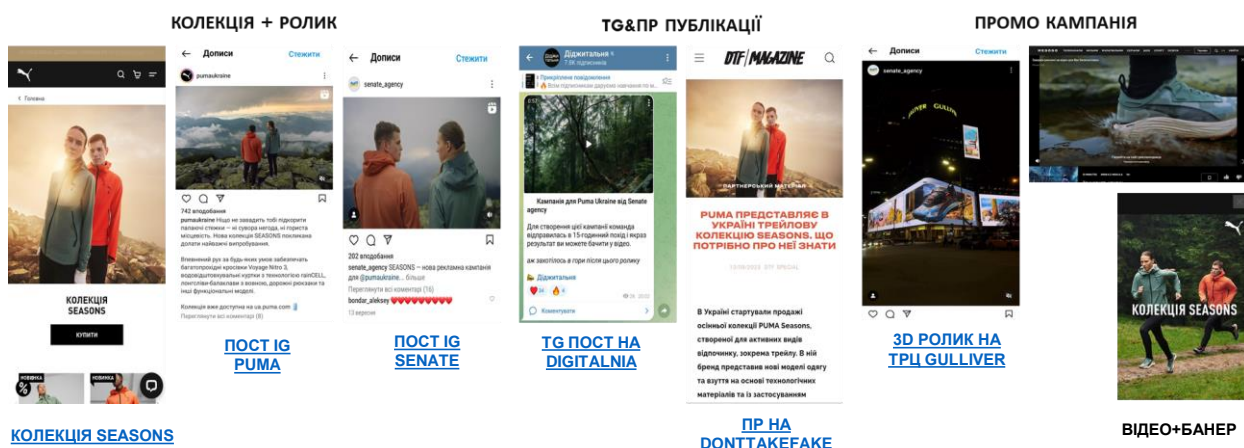
[BAZILIK.MEDIA](#)

[MMR.UA](#)

Поточні рекламні кампанії

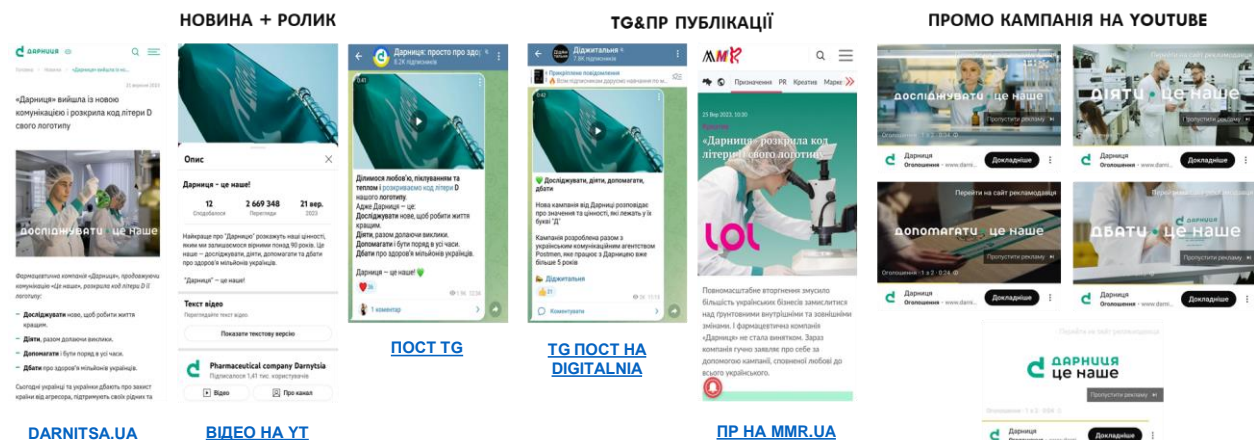
КАМПАНІЯ SEASONS ВІД PUMA UKRAINE, SENATE AGENCY TA HAVAS MEDIA UKRAINE

- У підтримку осінньої колекції PUMA Seasons (створеної для активних видів відпочинку, зокрема трейлу, Puma Ukraine та Senate Agency відправилися в Карпати, щоб зняти там ролик, який закохає в трейл з одного відео. Додатково Senate Agency створили 3D-ролик з кросівками, який був розміщений на TRЦ Gulliver.
- Креатив опублікували на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили публікації на своїх TG каналах/сайтах. Додатково Havas Media Ukraine запустили промо кампанії в digital та ООН.



НОВА КАМПАНІЯ ВІД “ДАРНИЦІ” РОЗПОВІДАЄ ПРО ЗНАЧЕННЯ ТА ЦІННОСТІ, ЯКІ ЛЕЖАТЬ У ЇХНІЙ БУКВІ “Д”

- “Дарниця” вийшла із новою комунікацією і розкрила код літери D свого логотипу. Кампанія має два вектори комунікацій – соціальний та брендовий, завданням яких є підтримка бойового духу мільйонів українців та українок та закріплення розуміння того, що українські ліки – дієві та доступні. Як і минулого разу, нова кампанія розроблена українським комунікаційним агентством Postmen.
- Креатив опублікували на ресурсах бренду, а деякі медіа розмістили публікації на своїх TG каналах/сайтах. Додатково була запущена промо кампанія в digital та офлайн.

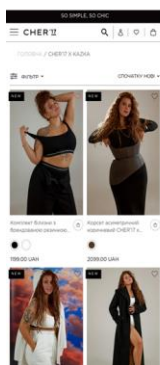


Поточні рекламні кампанії

НОВА КАМПАНІЯ ВІД CHER'17 + KAZKA В ПІДТРИМКУ PLUS-SIZE КОЛЕКЦІЇ

- CHER'17 представив дебютну plus-size колекцію, натхненницею та співавторкою якої стала Олександра Заріцька, фронтвумен гурту KAZKA. До її виходу креативна агенція DRAMA QUEEN створила рекламний кампейн. У ролику Саша та інші дівчата говорять про свій досвід життя з пишними формами та демонструють свої "зовсім не зайві, звабливі кіло" в образах від CHER'17 + KAZKA.
- Креатив опублікували на ресурсах партнерів, а деякі медіа розмістили PR-публікації на своїх сайтах. Додатково була запущена промо кампанія в digital та ООН.

CHER'17 + KAZKA



[PLUS-SIZE КОЛЕКЦІЯ](#)

ПРОМО КАМПАНІЯ



[РОЛИК IG](#)



[ПОСТ IG KAZKA](#)



[РОЛИК НА ТРЦ GULLIVER](#)

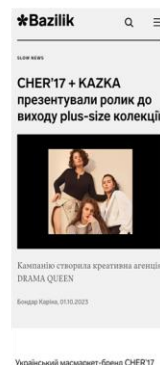
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[NASHKIEV.UA](#)



[DIVOCHE.MEDIA](#)

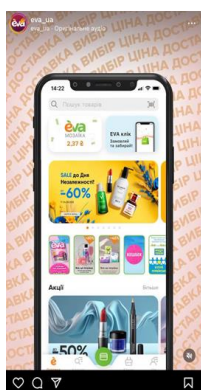


[BAZILIK.MEDIA](#)

EVA ПРЕЗЕНТУВАЛА ОНОВЛЕНИЙ ЗАСТОСУНОК

- Лінія магазинів EVA презентувала оновлену версію мобільного застосунку та можливість обирати кешбек на улюблені категорії товарів. Переглядати й замовляти товари віднині можна в самому застосунку. Серед інших переваг релізу: вища швидкість завантаження та оновлений дизайн з більш зручним нативним меню.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

НОВИНА EVA



[ПОСТ IG](#)

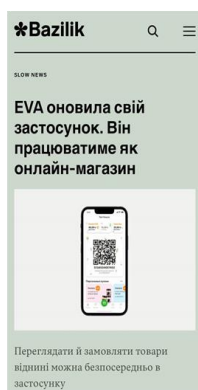


[ПОСТ FB](#)

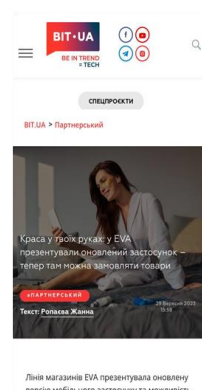
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THEPAGE.UA](#)



[BAZILIKMEDIA](#)

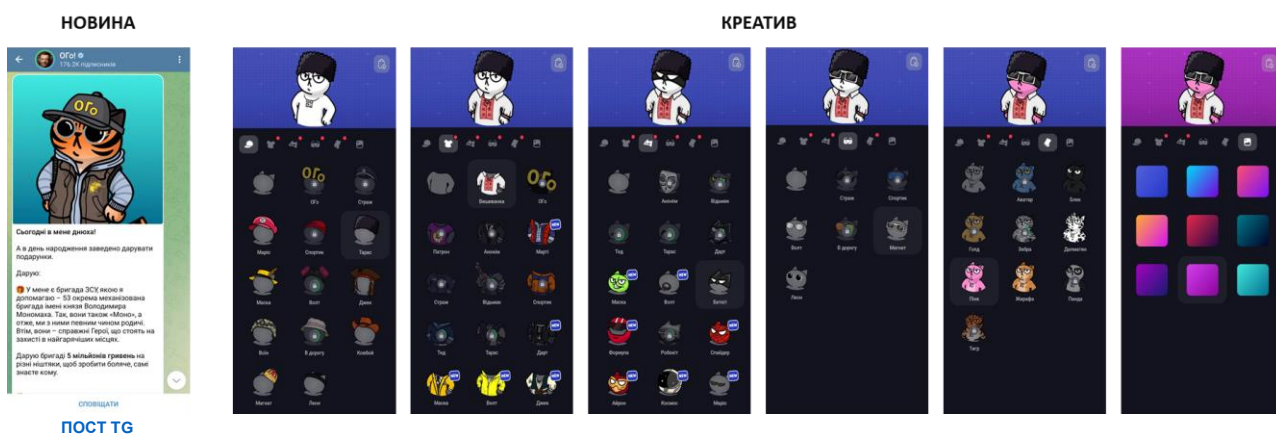


[BIT.UA](#)

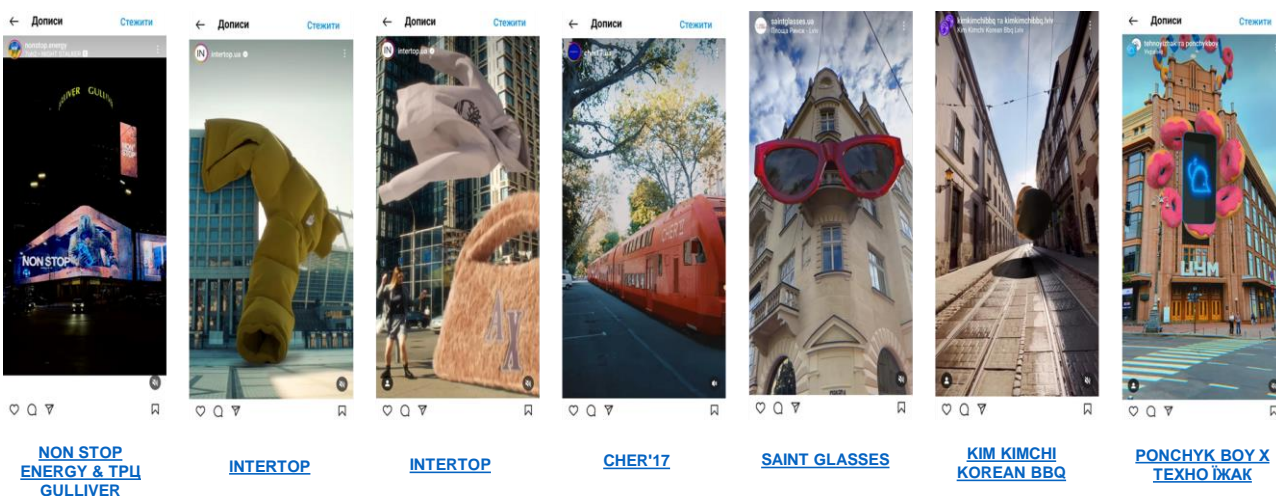
Трендові кампанії

ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМИФІКАЦІЇ ВІД МОПОВАНК

У Мопованк кожен клієнт зможе отримати власного персонажа – Кота, якого потрібно вдягнути. Щоб отримати одяг, треба виконувати якісь завдання. Кота можна буде поставити собі на Аватар в топо, показати в соцмережах або просто заходити та милуватись. Надалі у мопованк оновлюватиметься колекція, щоб кожен клієнт ще точніше зміг проявити себе в образі Кота. Для Колекціонерів Нагород здобути досягнення зберігаються в профілі, а за деякі з них вони зможуть одразу отримати цікаві речі.



ТРЕНДОВІ 3D ОБ'ЄКТИ В КОМУНІКАЦІЯХ БРЕНДІВ

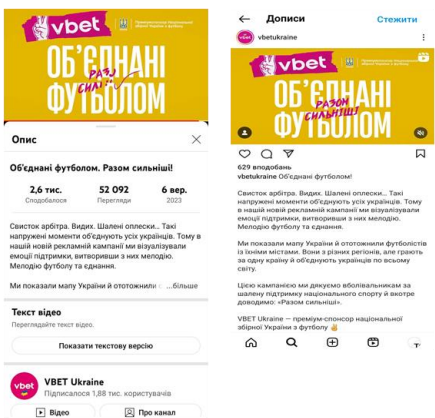


Національні кампанії

VBET UKRAINE ПРЕЗЕНТУЄ КАМПАНІЮ "ОБ'ЄДНАНІ ФУТБОЛОМ. РАЗОМ СИЛЬНІШІ"

- Організатор азартних ігор VBET Ukraine та преміумспонсор Національної збірної України з футболу презентували масштабну та багатокомпонентну рекламну кампанію "Об'єднані футболіст. Разом сильніші". Героями кампанії стали футболісти та тренер Національної збірної України. У відеороботі, основним кольором якої став жовтий, візуалізовано карту України, а міста країни ототожені з героями ролика. Кампанія символізує собою єдину, об'єднану та неподільну Україну.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

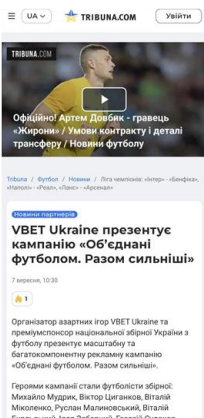
VBET UKRAINE



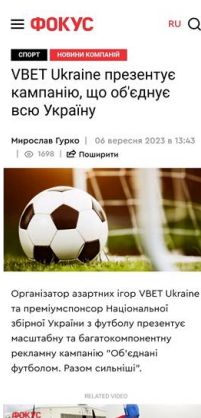
[РОЛИК НА УТ](#)

[ПОСТ IG](#)

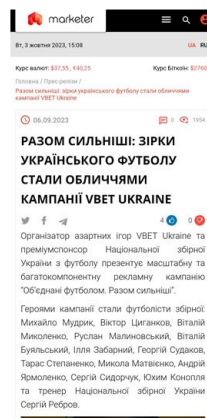
PR ПУБЛІКАЦІЇ



[UA.TRIBUNA.COM](#)



[FOCUS.UA](#)

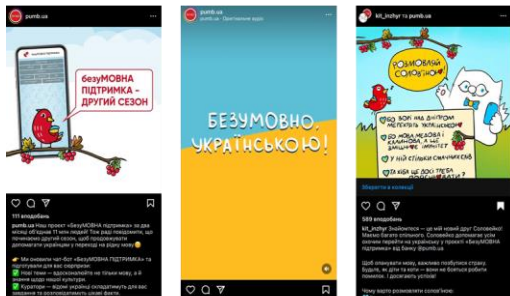


[MARKETER.UA](#)

ПЕРЕХОДЬ НА УКРАЇНСЬКУ ЛЕГКО З ЧАТ-БОТОМ ВІД ПУМБ

- ПУМБ продовжує програму Безумовної підтримки на 2 сезон для всіх українців. Аби швидко та легко разом зі своїми клієнтами, працівниками та всіма охочими опанувати українську, ПУМБ започатковує мовну програму з головним помічником – [чат-ботом "Безумовна підтримка"](#). Бот підкаже переклад, вимову і значення фінансових термінів, підбадьорить та змотивує переходити на українську в повсякденному житті. Отримавши гарні відгуки від учасників, ПУМБ вирішив продовжити програму ще на один сезон.
- Новина була опублікована на ресурсах бренду, а деякі медіа додатково розмістили PR-публікації на своїх сайтах.

НОВИНА ПУМБ

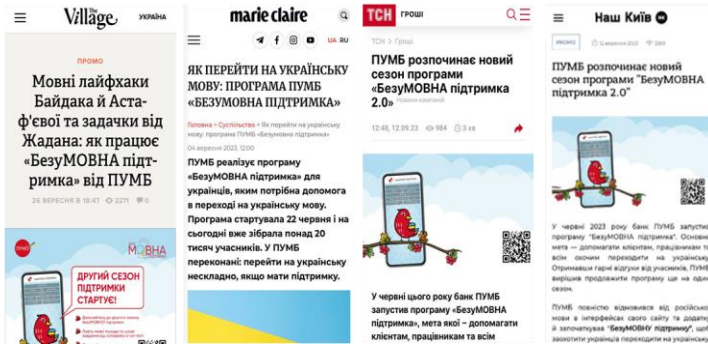


[ПОСТ IG](#)

[ВІДЕО IG](#)

[ПОСТ IG](#)

PR ПУБЛІКАЦІЇ



[THE-VILLAGE.UA](#)

[MARIECLAIRE.UA](#)

[TSN.UA](#)

[NASHKIEV.UA](#)



ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Висновки

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

В напрямку **партнерства** без особливих змін. Наприклад, COMFY продовжив свою арт-колаборацію з київським письменником Антоном Фрідляндом, суть якої полягає в написанні смішних оповідань, де органічно згадується бренд ([кейс липень](#), [кейс №1 серпень](#) та [кейс №2 серпень](#)). Така тривала співпраця говорить про те, що аудиторія добре сприймає використання гумору в ці складні часи.

Незважаючи на те, що підтримка України залишалася актуальною темою багатьох **спецпроектів**, бренди все більше використовували теми загального характеру, такі як: здоров'я, кохання, досягнення успіху та історії про людей. Серед проектів, які найбільше запам'яталися, можна виділити [спецпроект "Поєднані коханням"](#), що був запусканий ювелірною мережею "Золотий Вік" у самому розпалі весільного сезону 2023, присвячений розкриттю найцікавіших аспектів українських весільних традицій. А також – [нову кампанію від GUSHKA](#), у якій бренд відтворив атмосферу Гуцульщини: культуру, традиції та історії людей. Кампейн присвячений усім, хто працює та живе на Гуцульщині – людям, завдяки яким цей регіон досі залишається осередком традицій.

Кампанії військової та благодійної тематики, як завжди були повністю націлені на згуртування українців та наближення довгоочікуваної перемоги. Наймасштабнішою кампанією в цій тематиці виявилася [операція "Єдність"](#) організована Monobank, United24 та БФ "Повернись живим" на збір 10 000 FPV-дронів з подальшою доукомплектацією боеприпасами. Ця кампанія в результаті отримала велику підтримку від українських брендів (Rozetka, Intertop, Інтерхім, Study, Favbet, Varus, Comfy, Сільпо, Пузата Хата, Ябло, ARX, тощо), які долучилися до збору.

Висновки

У звітному кварталі **поточні рекламні кампанії** збільшилися в об'ємі кейсів у порівнянні з попередніми періодами. Популярним був напрямок запуску оновлених платформ (наприклад, нова [комунікаційна платформа “Моє”](#) від Ощадбанк) та підтримки своїх продуктів ([кампанія від PUMA Ukraine](#) в підтримку осінньої колекції Seasons або [кампанія від CHER'17 + KAZKA](#) в підтримку plus-size колекції). Окрім цього траплялися і більш нестандартні кейси, як от [кампанія від Ukon](#), в якій бренд обіграв найбільш упізнаванні реклами українського ринку.

Тенденція до зменшення **ситуаційних рекламних кампаній** продовжила спостерігатися. Раніше ми з легкістю могли зустріти безліч кейсів по декільком різним темам чи подіям в рамках одного місяця, а от зараз навіть за квартал вдалося оформити всього кілька. Наприклад, в липні більшість ситуативу від брендів (Київстар, Monobank, Ukron, Галичина, АТБ, ДІЯ та інші) було присвячено прем'єрі фільму “Барбі”, в результаті чого весь інтернет заповнили рожеві кольори. У серпні ж вся увага клієнтів (Київстар, Monobank, Ukron, Сільпо, АТБ, Комфі та інші) зосередилася на підготовці проявів до Дня Незалежності України, що в свою чергу надало таким кампаніям національного характеру. А в вересні взагалі не було показано жодного кейсу класичного ситуативу, лише кілька **національних кампаній**, таких як от масштабна [рекламна кампанія "Об'єднані футболом. Разом сильніші"](#), яка була організована VBET Ukraine та преміумспонсором Національної збірної України з футболу.

Загалом третій квартал не відзначився збільшенням нестандартних кейсів. Більше всього проявів спостерігалось в середині кварталу в серпні, менше на початку – в липні і ще менше в кінці – в вересні. Скоріше за все, така динаміка була пов'язана з оптимізацією бюджету клієнтами та подальшим посиленням їхніх виходів в 4-му кварталі поточного року. Із цікавого слід відмітити, що з серпня набрали оберти **трендові кампанії**. Ключовим трендом виявилось використання 3D об'єктів в комунікаціях брендів (CHER'17, SOVA, Клопотенко). А в вересні він ще й посилювався за рахунок збільшення кількості кейсів (NON STOP, INTERTOP, CHER'17, Saint Glasses, Kim Kimchi Korean BBQ, Ponchuk Boy & Техно Їжак). Це говорить про те, що клієнти не тільки продовжили реалізовувати свої розміщення під час війни, а ще й слідували за світовими тенденціями, не боялися експериментувати та виділяти свої бюджети на щось нове.