

Дорогі друзі та партнери України,

Радя поділитися з вами своїм виписком нашого щомісячного дайджесту.

У травні наша команда зосередилася на представленні України в рамках пісенного конкурсу «Євробачення-2023», який цього рік проводився Великою Британією від імені України у Ліверпулі.

Кампанія #OpenYourHeartForUkraine і #TheUnityWave об'єднали друзів України в усюму світі та в результаті принесли охоплення в 41 мільйон, понад 70 публікацій у ЗМІ та 37 тисяч відвідувачів на інтерактивному просторі Ukraine.ua у Ліверпулі.

Два наших проекти отримали нагороди на Київському Міжнародному Фестивалі Реклами 2023 – Carol for Charity та #FreeTheLeopards.

Ми продовжуємо посилювати роботу України в країнах Глобального Півдня: читайте в цьому дайджесті про два цікаві інсайти з нашої поточної роботи з арабським аудиторією.

Я також запрошую вас ознайомитися з новими статтями на war.ukraine.ua, що спонукають до роздумів, і підписатися на акунти Ukraine.ua у соціальних мережах.

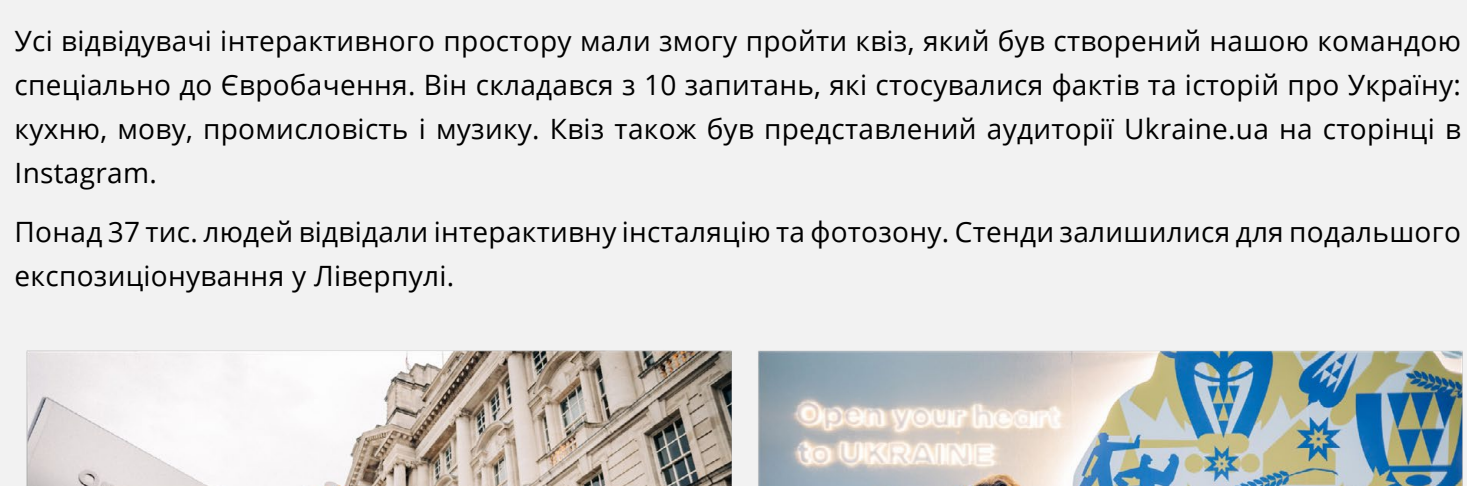
З повагою,

Марія Липцяцька, Голова BRAND UKRAINE

ВАЖЛИВЕ ЗА МІСЯЦЬ

СПЕЦПРОЕКТ: UKRAINE.UA ДЛЯ АУДИТОРІЇ ЄВРОБАЧЕННЯ-2023

Під час пісенного конкурсу «Євробачення-2023» Ukraine.ua реалізувала **спецпроект**, щоби представити Україну світу. Проект складався з комунікаційної кампанії #OpenYourHeartForUkraine та інтерактивного простору Ukraine.ua в рамках Eurovision Village у Ліверпулі, Велика Британія.



Інтерактивний простір Ukraine.ua

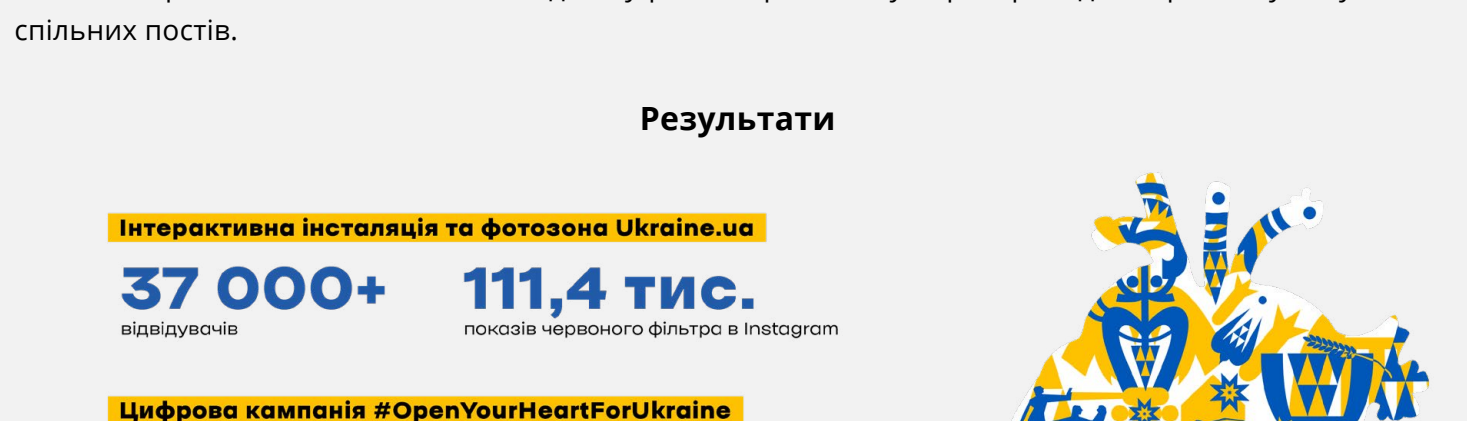
Інтерактивний простір був представлений фотозону та інтерактивною інсталяцією на алеї «Discover Ukraine», які розповідали про красу та незламність України в умовах війни.

Фотозона у формі серця представляла символ України на щогорічному Євробаченні — пісню «Heart of Steel» гурту TVORCHI. Ілюстрація всередині серця була виконана у стилі української витинанки, яка у цьому випадку розповідала найважливіші історії України воєнного часу. Усі відвідувачі могли відкрити свої серця для України та подивитися на витинанку крізь червоний фільтр, завдяки якому всі символи війни зникли, відкриваючи миру України з її неймовірно красою.

Інтерактивна інсталяція демонструвала розмаїття культури України. У центрі інсталяції містилася сталава карта суверенної України як символ того, за що борються всі українці. На встановлених на стінах сенсорних панелях були представлені кадри мирної України, зріки та навіть тварини. Флешмоб Головною метою інсталяції було показати, що Україна — це набагато більше, ніж просто публікації в соціальних мережах з позначкою «чутливий контент».

Усі відвідувачі інтерактивного простору мали змогу пройти квіз, який був створений нашої командою спеціально до Євробачення. Він складався з 10 запитань, які стосувалися фактів та історій про Україну: кухню, мову, промисловість і музику. Квіз також був представлений аудиторією Ukraine.ua на сторінці в Instagram.

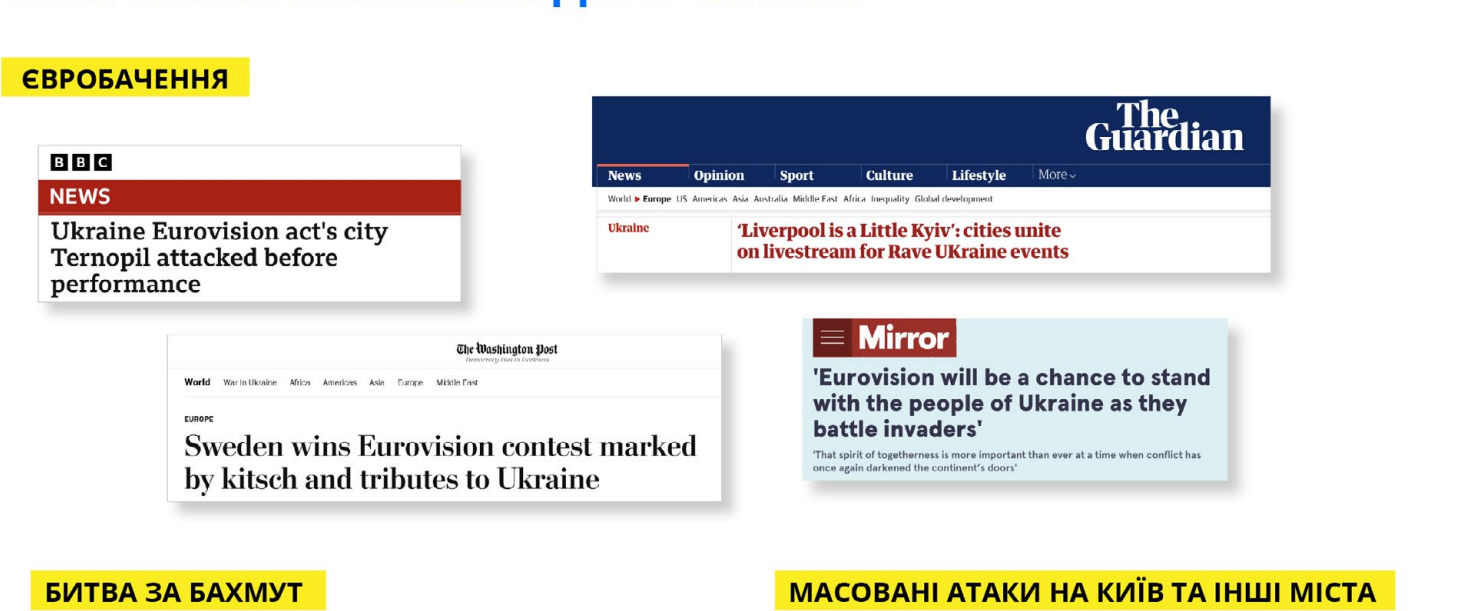
Понад 37 тис. людей відвідали інтерактивну інсталяцію та фотозону. Стенди залишилися для подальшого експозиціонування у Ліверпулі.



#OpenYourHeartForUkraine

Кампанія **#OpenYourHeartForUkraine** стартувала 9 травня 2023 року потужним відеоманіфестом, створеним у партнерстві з TVORCHI. Озвучене вокалістом Джеффрі Кенні відео на інструментальну версію пісні «Heart of Steel» заклиало до єдності та підтримки України. Контраст кадрів мирної України та спустошеної під час війни спонукав відкрити Україну й поза новинами. Відео, опубліковане [@lovegreatbritain](https://www.instagram.com/lovegreatbritain) напередодні фіналу Євробачення, стала символом солідарності між Україною та Великою Британією. Менш ніж за тиждень у рамках флешмобу партнери з двох країн опублікували 18 спільних постів.

#TheUnityWave

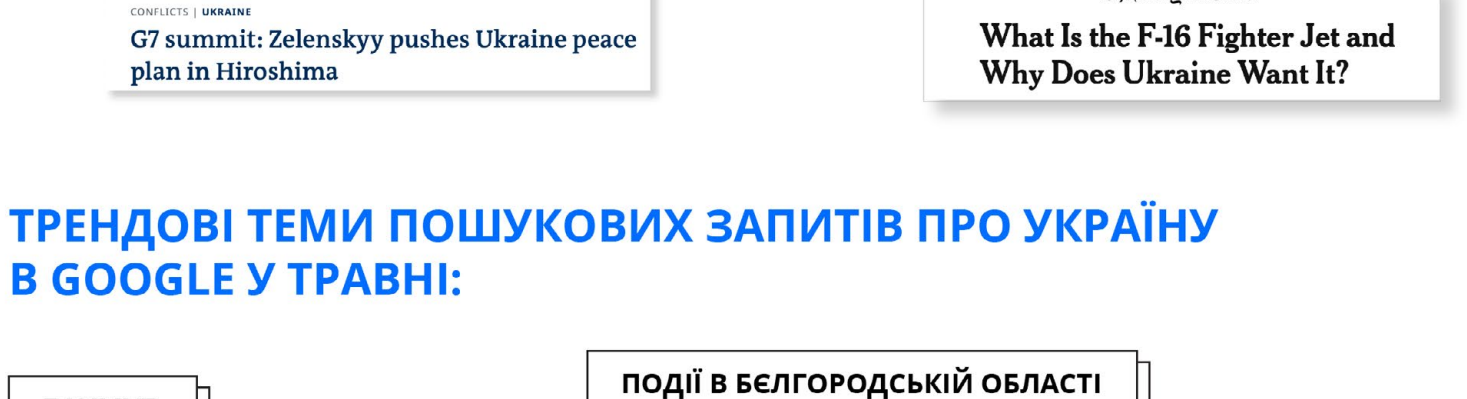


UKRAINE

У рамках цифрової кампанії **#OpenYourHeartForUkraine** у соціальних мережах стартував флешмоб **#TheUnityWave** («Хвиля Єдності»). До флешмобу долучилися понад 30 британських та українських партнерів, серед яких були лідери держав, уряди, культурні установи, зріки та навіть тварини. Флешмоб **#TheUnityWave** охопив понад 5,5 млн користувачів у соцмережах. Про запуск написали 15 українських і міжнародних ЗМІ, матеріали яких отримали приблизне охоплення у 430 тис. читачів.

#TheUnityWave — хвиля, яка розпочалася спільною публікацією в Instagram від [@lovegreatbritain](https://www.instagram.com/lovegreatbritain) напередодні фіналу Євробачення, стала символом солідарності між Україною та Великою Британією. Менш ніж за тиждень у рамках флешмобу партнери з двох країн опублікували 18 спільних постів.

Результати

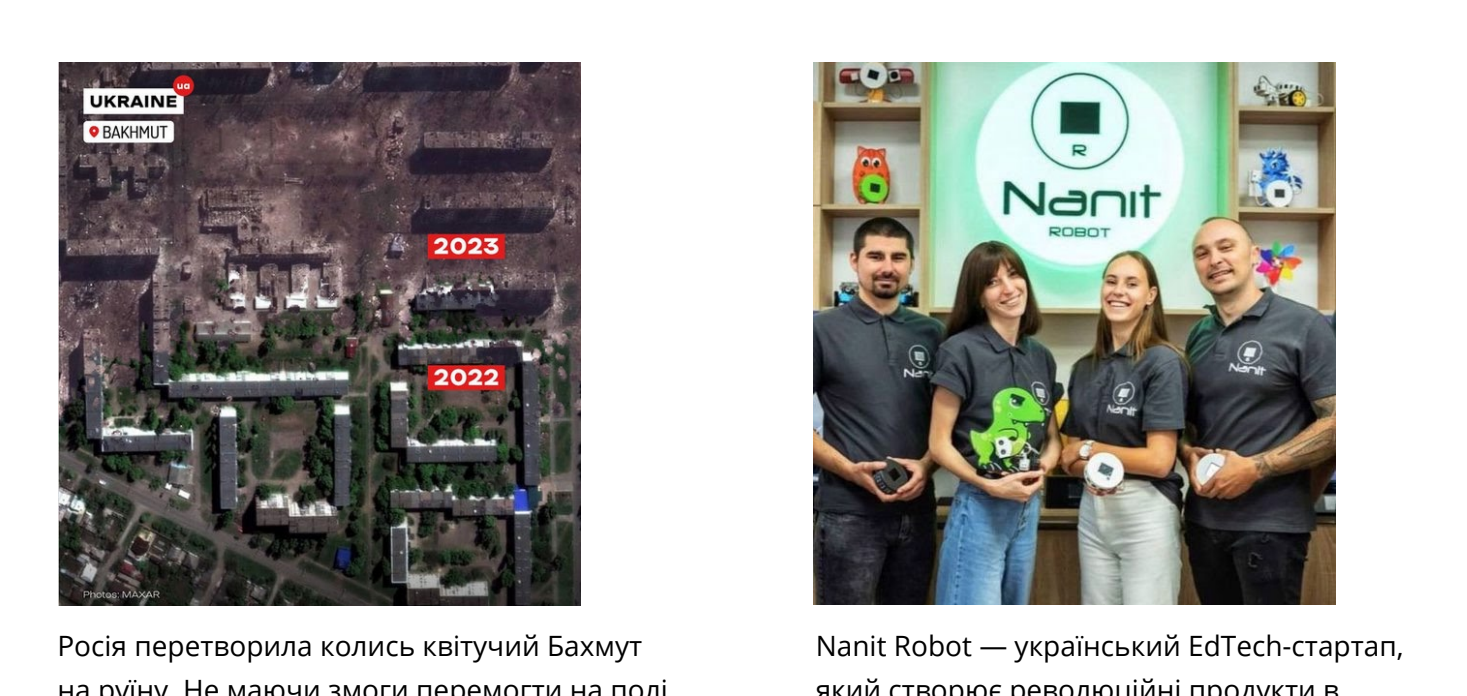


Читайте більше про спецпроект до «Євробачення-2023» від команди BRAND UKRAINE на нашому [сайті](https://war.ukraine.ua)

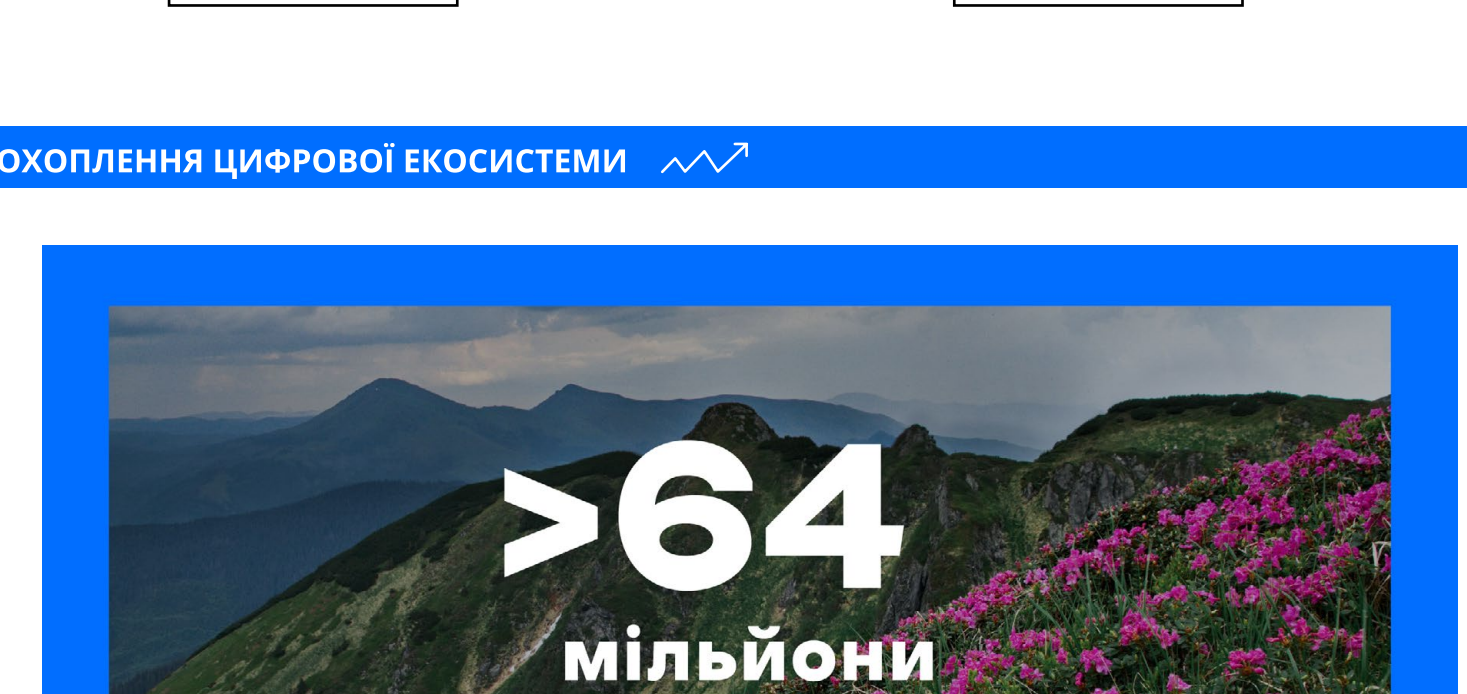
УКРАЇНА У СВІТОВИХ ЗМІ ТА ПОШУКОВИКАХ

ТРЕНДОВІ ТЕМИ НАВОКОЛО УКРАЇНИ У СВІТОВИХ НОВИНИХ ОНЛАЙНМЕДІА У ТРАВНІ:

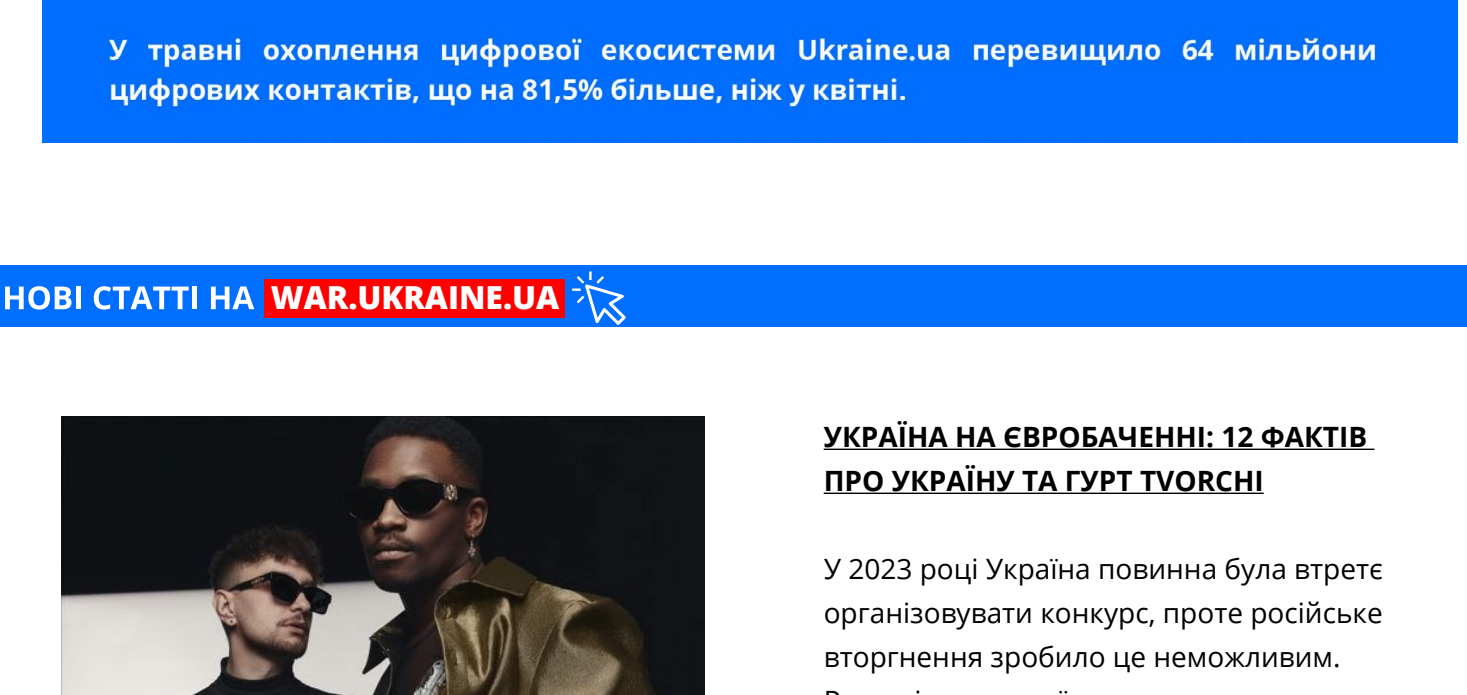
ЄВРОБАЧЕННЯ



БИТВА ЗА БАХМУТ



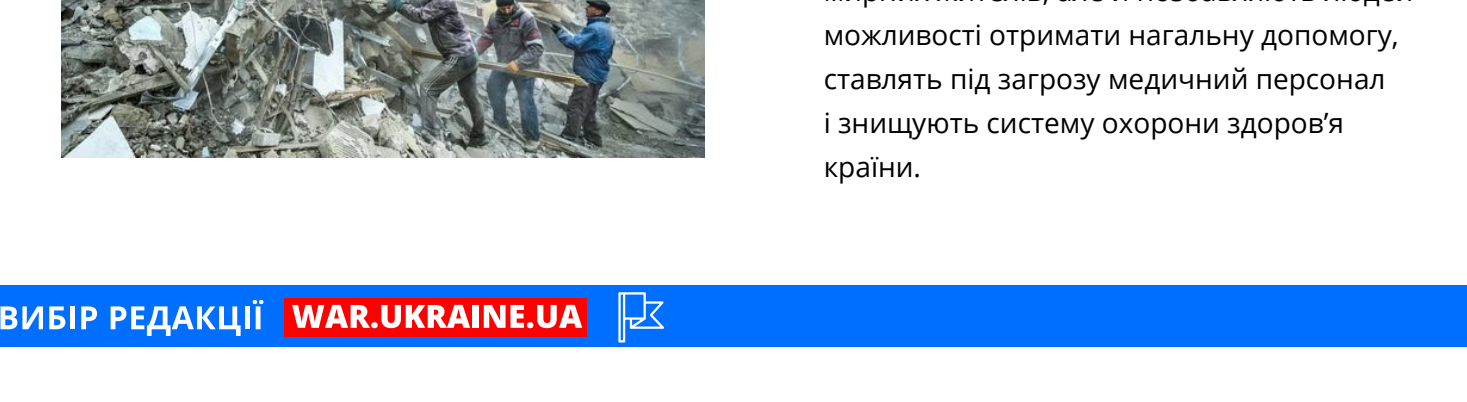
CAMIT G7 У ХІРОСИМІ



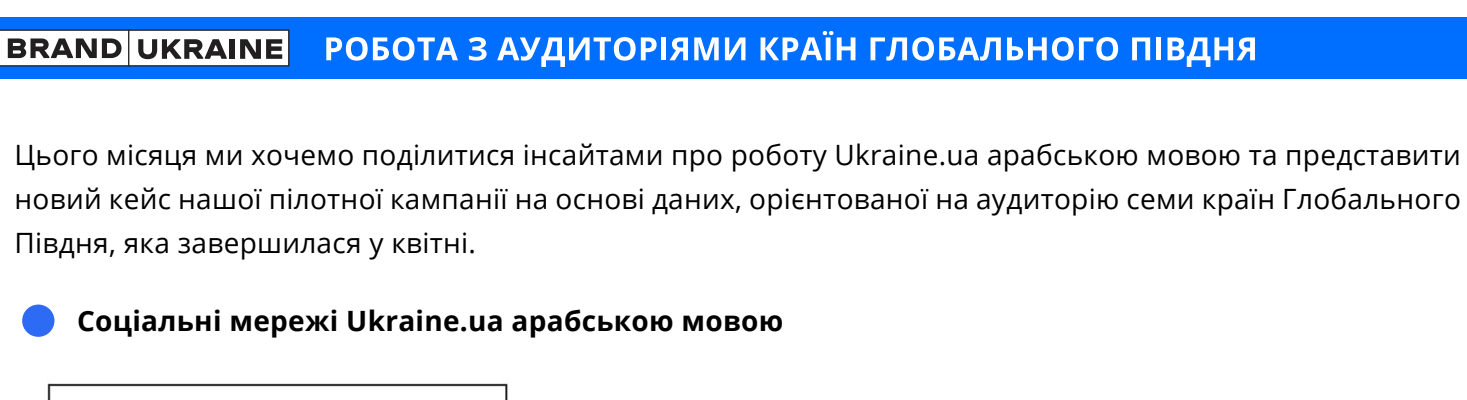
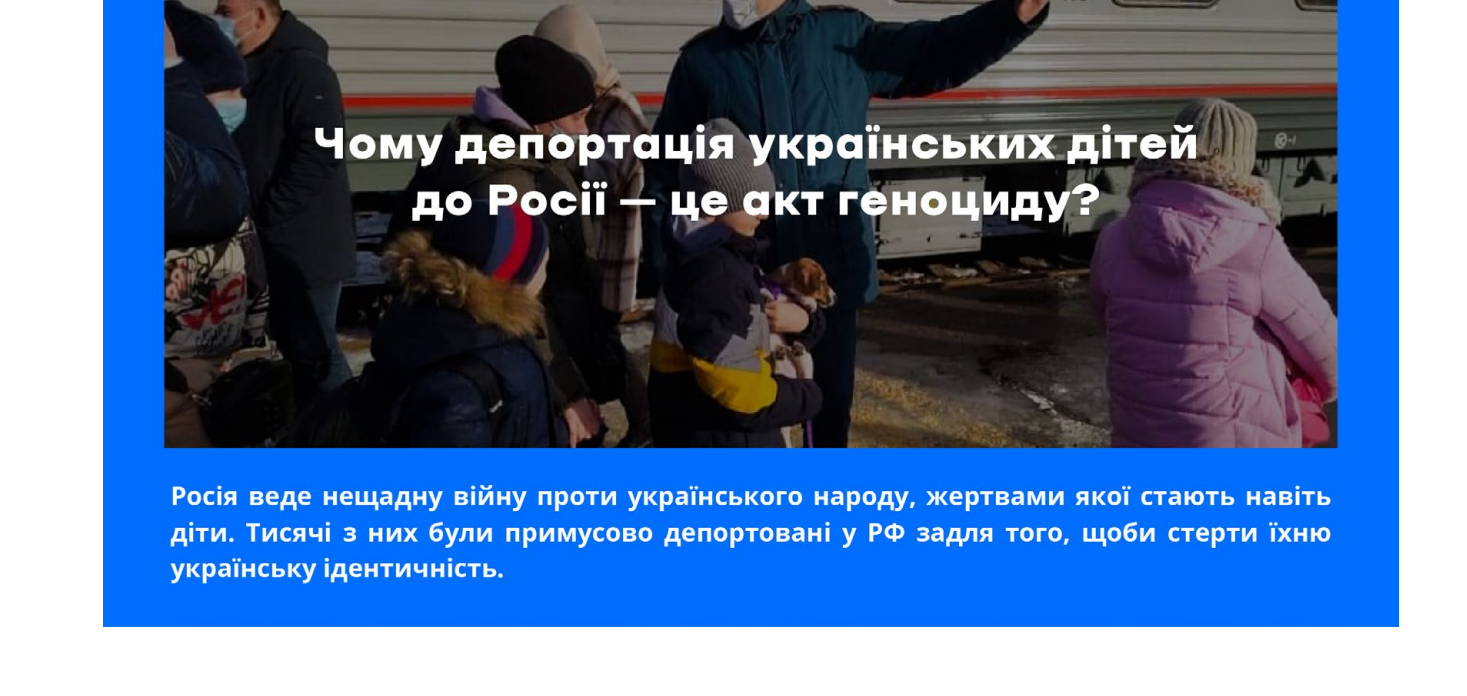
F-16 ДЛЯ УКРАЇНИ



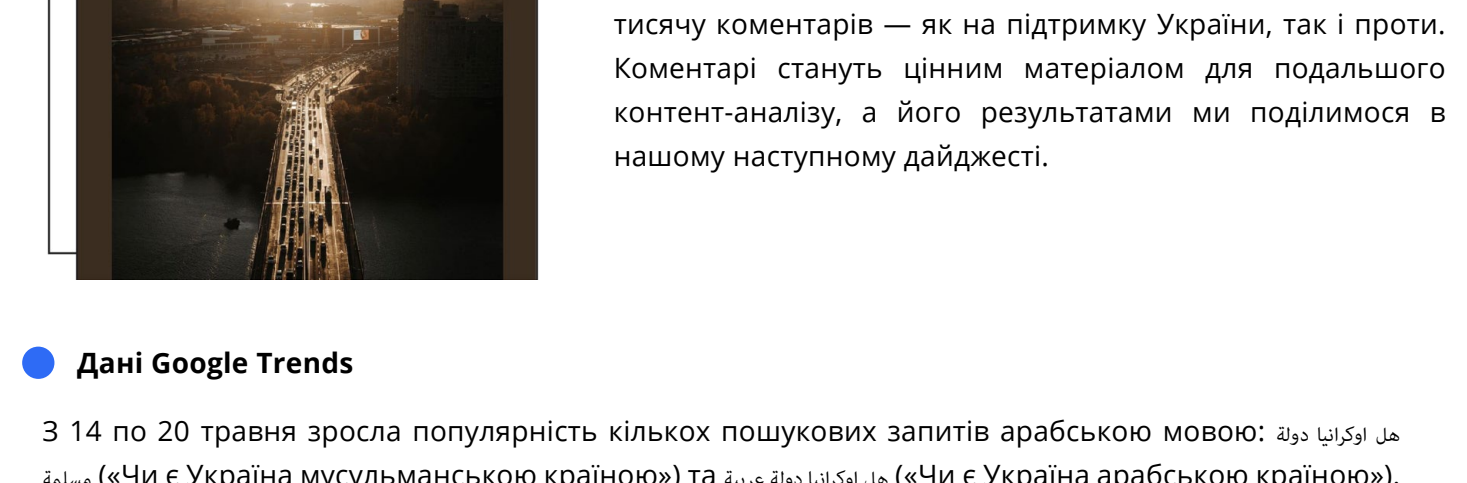
ТРЕНДОВІ ТЕМИ ПОШУКОВИХ ЗАПИТІВ ПРО УКРАЇНУ В GOOGLE У ТРАВНІ:



UKRAINE.UA В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ТРЕНДИ



ОХОПЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ



НОВІ СТАТТІ НА [WAR.UKRAINE.UA](https://war.ukraine.ua)

