

ПОСТУП

Ukraine NOW – 2 місяці.

«Ми зробили хороший крок, аби почати брендувати нашу країну» (Прем'єр-міністр Володимир Гройсман).

Трохи про старт Ukraine Now. Про брендинг, про зараз, про можливості, про дії, про зміни, про сигнал **МОЖНА**. Зараз час для інноваційного, креативного, і на найвищому державному рівні вже є готовність і відкритість до нового, сучасного. Прем'єр-міністр демонструє чудовий приклад та лідерство в даному питанні.

Працюємо далі, адже хороше важливіше поганого!
#UkraineNow

Роксолана СТАДНИК,
керівник департаменту інформації
та комунікацій з громадськістю секретаріату Кабінету міністрів
України

У травні цього року Кабмін підтримав єдиний бренд України «Ukraine NOW» («Україна ЗАРАЗ»).



Його запропонувала українська агенція Banda в рамках роботи Комісії з питань популяризації України при міністерстві інформаційної політики на основі пропозицій британських партнерів.

Логотип бренду розроблено так, аби його було легко використовувати не тільки для презентацій та інформаційних продуктів, а й для сувенірної продукції, різноманітних речей.

Одразу після презентації лого швидко пішло в народ — при чому у деяких випадках також у вигляді мемів й жартів.

Люди по всій країні і за її межами підхопили нову айдентичку і почали нею користуватися.

Щодо критики, то природно, що більшість креативних ідей наражається на шквал негативу: варто згадати логотип Євробачення, який розробила все та ж агенція Banda і здобула за нього найпрестижніші світові нагороди RedDot, Cannes Lions.

Провідний сайт в сфері брендингу Brand New схвально оцінив роботу Ukraine NOW, а польське видання Branding monitor написало: «... цінуємо бажання професійно будувати бренд і в цьому сенсі ми могли спокійно взяти приклад з наших сусідів».

Брендинг розроблявся з метою комунікації саме на міжнародному рівні, отже, основною цільовою аудиторією є іноземці.

Комунікаційну концепцію готували за підтримки та участі експертів Британського уряду.

Провели низку фокус-груп у Варшаві, Берліні, Лондоні, меседж протестували у міжнародній кампанії на телеканалі CNN.

Команда UkraineInvest почала працювати з повідомленням з кінця минулого року й відзначила його добре сприйняття аудиторією в різних кутках світу — Мюнхені, Давосі, Торонто, Франкфурті, Лондоні та Парижі.

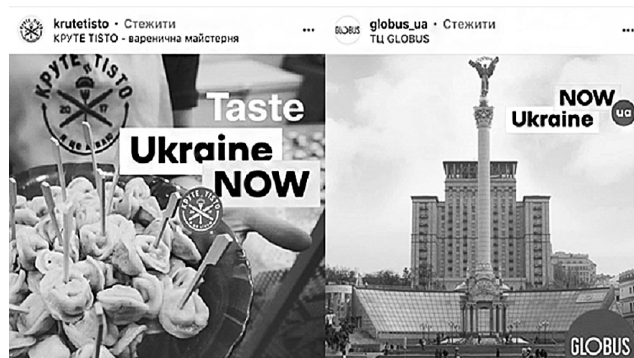
Бізнес і підприємці ЗАРАЗ

Веб-студія Вінтаж (Vintage Web Production) підтримала проєкт та зробила генератор зображень на основі нового логотипу — тим самим підвищила свою відомість, отримала цільові контакти, які можливо перетворяться на клієнтів та додатковий дохід.

Подібний сервіс запустила й одеська веб-студія Solar Digital, скориставшись ажітажем навколо теми.

Цими генераторами скористалися десятки тисяч людей, як в Україні, так і за її межами.

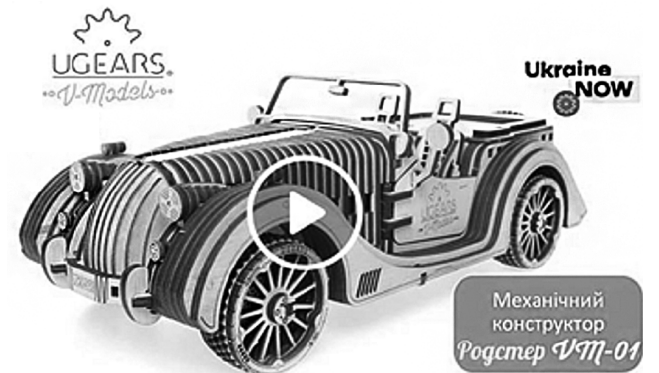
Користувачі почали вправлятися в дотепності, генеруючи різноманітні варіації, а компанії та підприємці і собі почали використовувати це у власних бізнес-комунікаціях.



Логотип активно почав з'являтися на сторінках соцмереж українських компаній і брендів, а також виходити в офлайн: у формі стікерів, сувенірів, меню ресторанів тощо.

Саме підтримка бізнесу і підприємців вселяє віру в успіх цього проєкту.

Адже, наприклад, український стартап дерев'яних конструкторів **Ugears** почав використовувати UkraineNow в своїй комунікації.



3 дерева. Складається власноруч без клею і рухається...

У магазин

Їх вироби вже в найближчому майбутньому будуть продавати в мережі магазинах Disney, а це 700 торгових точок по всьому світу, з десятками мільйонів відвідувачів.

Саме така комунікація може забезпечити надзвичайно ефективну промоцію країни на міжнародній арені й вартувати десятки рекламних кампаній.



Бренд варто використовувати і заробляти на цьому.

Наприклад, як підприємці з сервісу klei.

Вони швидко запустили сторінку ukrainenow.klei.co, де збирають замовлення, почали виготовляти та доставляти набори наклейок.

Країна людей ЗАРАЗ

Ще одним хорошим прикладом підтримки стала розробка додатка для демонстрації логотипу Ukraine NOW. До річниці безвізу українська студія Indium Lab розробила додаток доповненої реальності, який проєктує логотип країни на біометричний паспорт українців.

ПОСТУП

Політ нормальний



Влучно й відповідно до нашого задуму висловився вітчизняний виробник модульних будинків: «COSMOS Prefab є на 100% українською компанією, адже творити in Ukraine NOW — це не важко, це почесно... Ми відчуваємо ці зміни і робимо все, аби стати їхньою частиною. Аби ви могли пишатися своєю Ukraine NOW».



Люди ЗАРАЗ

Наш проект — про українців та їх зміни. Про військових, які боронять країну від агресії, про реформаторів, які змінюють систему, про підприємців, які відкривають нові підприємства, створюють інноваційні й традиційні продукти.

Про людей, які не жаліються і не звинувачують, про людей, які діють і творять історію просто ЗАРАЗ.

Це саме про момент і про дію.

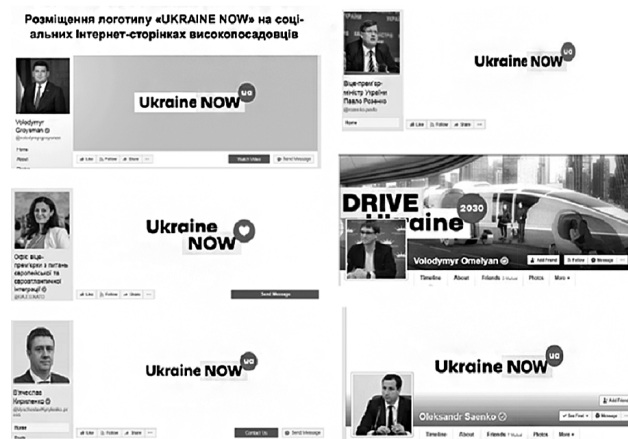
Звичайно, що ми всі можемо помилятися й робити щось не так, але потрібно усвідомлювати, що лише наші дії можуть щось змінювати.

Ми не можемо змінювати минуле, але можемо творити майбутнє, і це творення — це й є NOW — Ukraine NOW.

Відомі представники української креативної індустрії, бізнесу, стартапери, молодь відразу почали асоціювати себе і результати своєї праці, підхопивши лого і меседж Ukraine Now.



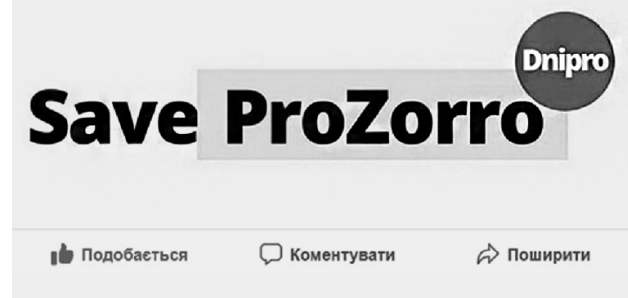
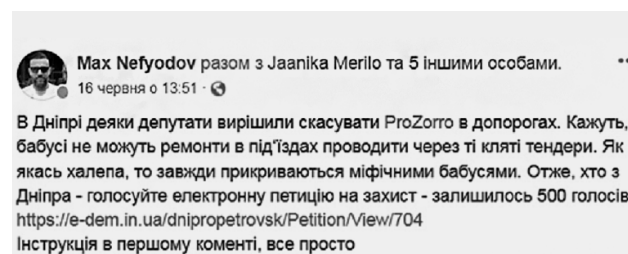
Користувачі соцмереж почали змінювати кавери своїх сторінок, додавати контент з новим лого, а тисячі користувачів мережі Фейсбук встановили рамки з новою айденікою на свої аватарки. Цей проект активно підтримала урядова команда.



Державний секретар Міністерства інформаційної політики Артем Біденко та керівник департаменту інформації та комунікацій з громадськістю Секретаріату Кабінету Міністрів України Роксолана Стадник

Заступник Міністра економічного розвитку та торгівлі Максим Нефьодов не боїться експериментувати з логотипом щодо різних ситуацій.

Закликав підтримати електронну петицію щодо використання системи ProZorro для допорогових закупівель Дніпровської міської ради, видозмінивши логотип.



Долучаються і регіони.



Міжнародна складова

Комунікація відбувається й на міжнародному рівні. На вулицях Лондона з'явилися повідомлення з новим брендингом.



Його почали використовувати під час різноманітних міжнародних заходів (зустрічей, круглих столів та форумів).



Ідентичність і айденітика

Бренд — це не зображення, а більше суть, яка з ним асоціюється.

Ukraine NOW — це і про людей, які безкоштовно приймали вболівальників фіналу Ліги чемпіонів, і про готельєрів і таксистів, що підіймали ціни в 30 або 50 разів, про волонтерів, які організовують масштабні акції, збираючи кошти на різні потреби й про гарного па-на в дорогому костюмі, що жбурляє недопалки собі під ноги.

Країна — це ми.

Брендинг країни чи міста в сучасному ландшафті — це більше ніж логотип.

Це вимагає довгострокової перспективи та взаємодії.

Попереду в МІП ще серйозна робота щодо розробки повноцінного модульного бренд-буку, який стане своєрідним єдиним голо-сом України у всьому світі та його повномасштабне використання в різноманітних комунікаційних кампаніях.



Важливим моментом в цьому проекті ще є меседж МОЖНА.

Креативникам — можна робити і пропонувати сміливі рішення, не варто боятися й думати стандартними категоріями, урядовці вже готові для сучасних, інноваційних ідей та проектів.

Чинникам різних рівнів можна приймати хороші сміливі ідеї і брати їх до реалізації, адже на найвищому державному рівні є готовність і відкритість до нового, сучасного.

Матеріал опубліковано на сайті pravda.com.ua