

ПІДСУМКИ 2022 РОКУ

ВСЕУКРАЇНСЬКА РЕКЛАМНА КОАЛІЦІЯ

Найбільше громадське об'єднання рекламної індустрії України. До складу ВРК входить понад 150 компаній, що працюють на рекламному ринку. Це лідери і найактивніші гравці рекламно-комунікаційного ринку, провідні комунікаційні, медіа, digital, маркетингові та PR агентства, медіа та дослідницькі компанії, галузеві громадські асоціації, індустріальні комітети та рекламодавці.

У 2022 році ВРК активно працювала в таких напрямках:

1. Виключення країн-агресорів з міжнародного рекламного життя й залучення підтримки для української рекламної індустрії та додаткових можливостей українцям від міжнародної спільноти
2. Дослідження стану рекламного ринку під час війни
3. Об'єднання української рекламної спільноти й інформування про важливі події та ініціативи у галузі
4. Проведення конкурсних програм в підтримку українських рекламистів
5. Сприяння більшому залученню рекламистів до міжнародного конкурсного життя та представлення українського креативу та його авторів міжнародній спільноті
6. Інші ініціативи

1

Виключення країн-агресорів з міжнародного рекламного життя й залучення підтримки для української рекламної індустрії та додаткових можливостей українцям від міжнародної спільноти

З початком війни ВРК розпочала **активну комунікацію та співпрацю з міжнародною рекламною спільнотою**. На постійному прямому контакті були **109** профільних асоціацій, організацій та фестивалей з понад **30** країн світу.

- **Найбільша індустріальна асоціація Європи ЕАСА** виключила російську та білоруську асоціації зі свого складу та припинили будь-яку співпрацю.

- Підтримку Україні офіційно висловили рекламно-маркетингові асоціації Польщі, Грузії, Португалії, Італії, Чехії, Кіпру, Великобританії, Фінляндії, Латвії, Литви, Хорватії, Словенії, Швеції, Болгарії, Греції, Туреччини.
- Міжнародні фестивалі призупинили Росію та Білорусь подавати роботи на конкурси та мати представників у журі. Багато з них анонсували безкоштовну участь для українців. Це Effie Worldwide та Effie Europe, Cannes Lions, ADC*E Awards, Golden Drum, D&AD, European Design Awards, Epica Awards, PHNX Awards, Cresta Awards та інші.
- Безкоштовна сертифікація IPA для українських рекламистів, що стала можлива за підтримки індустріальних асоціацій – Європейської асоціації комунікаційних агентств EACA, Всеукраїнської рекламної коаліції, Польської асоціації маркетингових комунікацій SAR та партнера IPA в Балтії – KOG Institute.
- Безкоштовні освітні можливості українським спеціалістам з рекламної індустрії в рамках співпраці Клубу ADC*UA та ВРК з D&AD.
- AdForum запропонував українським агентствам свої послуги безкоштовно.
- Британський автоматизований агент талантів Genie, який працює з найкращими у світі рекламними агентствами та брендами, запросив українських креаторів долучитись до їх мережі.

adaid eu

ВРК разом з Польською асоціацією маркетингових комунікацій SAR створили платформу [AdAid.eu](https://adaid.eu), щоб спеціалісти рекламного ринку, які опинились за кордоном, мали можливість знайти собі роботу за фахом в агенціях європейських країн.

До проєкту приєдналися **900+** потенційних працівників, було отримано **450+** пропозицій робочих місць з **48** країн світу.

ВРК долучилась до важливих індустріальних ініціатив:

- [Відкритого листа Комітету ВР з питань гуманітарної та інформаційної політики](#) із закликом до іноземних та вітчизняних компаній підтримати українську рекламну індустрію шляхом проведення іміджевих соціальних та інформаційних кампаній для підтримки України та протидії російській агресії як в Україні, так і за її межами.
- [Маніфесту від представників українського медіаринку](#) з закликом до колег з усього світу про підтримку та можливостями допомоги від світових медіа.

2 Дослідження стану рекламного ринку під час війни

Дослідження

У липні ВРК провели **Дослідження серед агентств "Пульс рекламної індустрії"**, який став унікальним зрізом рекламного ринку країни в умовах війни на той момент. Дослідження проведено шляхом адресного онлайн опитування представників компаній членів ВРК. В опитуванні взяло участь **112 компаній** різної спеціалізації.

Восени ВРК у співпраці з дослідницькою компанією Factum Group провели **дослідження серед рекламодавців "Тенденції в управлінні маркетинговими комунікаціями під час війни: стан справ та майбутнє українських компаній-рекламодавців"**. Метою дослідження було оцінити вплив війни на маркетингові комунікації, розуміння існуючих викликів перед маркетинг-командами та планів на майбутнє. В опитуванні взяли участь маркетинг директори, інші представники відділів маркетингу та керівники компаній, що є постійними учасниками або ж членами журі Effie Awards Ukraine, а також рекламодавці, що беруть участь у щорічних індустріальних дослідженнях ВРК, а саме Best

Marketing Teams та Вибір рекламодавця. Дослідження проведене серед **118 компаній, 16 представників рекламодавців** взяли участь у глибоких інтерв'ю.

Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2022

ВРК, незважаючи на обставини та події, традиційно наприкінці року разом з профільними індустріальними асоціаціями та найбільшими гравцями рекламно-комунікаційного ринку провела дослідження об'ємів ринку поточного року. Але, на відміну від попередніх років, ВРК відмовилась робити прогнози щодо розвитку ринку в наступному році. Проте, в окремих випадках фахівці ВРК робили обережні припущення щодо розвитку ринку, щоб продемонструвати ті тренди, які присутні у деяких рекламних медіа прямо зараз.

Детальна інформація [за посиланням](#)

ВРК підтримала різноманітні дослідження, що проводили Gradus Research, Factum Group, IAB Ukraine, Postmen.

Рейтинги

Були підведені підсумки [Міжнародного рейтингу креативності комунікаційних агентств України сезону 2021-2022](#), а також оновлена методика розрахунку цього рейтингу на сезон 2022-2023.

ВРК публікувала [проміжні етапи Міжнародного рейтингу креативності](#) сезону 2022-2023 за результатами участі українських агентств у міжнародних фестивалів, що входять до Міжнародного рейтингу.

3

Об'єднання української рекламної спільноти й інформування про важливі події та ініціативи у галузі

Одним з важливих чинників підтримки українських учасників ринку, особливо у перші місяці війни, було показати, що вони не самі, що інші також борються та намагаються вижити.

ВРК ініціювала власні та підтримувала ініціативи інших асоціацій України.

ВРК звернулася до гравців ринку у [відкритому листі до рекламодавців](#) із закликом до всіх рекламодавців закрити свої борги перед рекламними агентствами та виконати свої зобов'язання за постоплатними контрактами.

Також ВРК приєдналась до підписання **Меморандуму**, який укладений між об'єднаннями підприємців CEO Club Ukraine, Бізнес-спільнота Board, Спілка Українських Підприємців, Торгово-промислова палата України, задля модернізації України, узгодження та просування ключових принципів післявоєнної економічної політики.

Продовж 2022 року ВРК регулярно **готувала різноманітні матеріали щодо стану справ у різних представників галузі.**

На нашому інформаційному ресурсі **Sostav.ua** висвітлюються важливі новини рекламного ринку України. З початку війни на Sostav.ua було опубліковано 51 власні статті, 109 релізів від компаній-членів ВРК та 287 релізів інших компаній.

Серед іншого були підготовлені та опубліковані такі **оглядові матеріали**, як:

- [“Як працюють агенції в різних областях України”](#) – про те, як зараз в воєнний період живуть та працюють регіональні агенції-члени ВРК зі Львова, Житомира, Дніпра та Одеси,

- ["Ринок радіореклами під час війни. Досвід TAVR Media"](#) – про стан справ на ринку радіореклами після початку війни,
- ["Як у рекламодавців змінились критерії вибору агентств та медіа в умовах війни"](#) – аналіз даних згідно з дослідженням "Тенденції в управлінні маркетинговими комунікаціями під час війни",
- ["Як рекламисти піднімають індустрію в країні, де йде війна"](#) – спільна стаття з інтерв'ю керівниками найбільших медійних груп та генерального директора ВРК,
- ["Рекламисти, які захищають Україну"](#) – про співробітників компаній членів ВРК, які пішли воювати та захищати нашу країну.

На [YouTube-каналі Unpacking Ads](#) знята серія відео-інтерв'ю **"Рекламна індустрія у персоналіях"** з лідерами рекламної індустрії: Наталією Боярчук | Adsapience, Олексієм Лях | newage., Андрієм Франчуком | Brain Tank, Юрієм Думою | provid, Оленою Плаховою | Нова Пошта, Костою Шнайдером | Saatchi & Saatchi Ukraine, Ярославом Ведмідем | Postmen.

Крім того, Коаліція щотижнево **позилала VRK Newsletter** – огляд новин індустрії та членів ВРК – на свою базу українських підписників та публікувала на сайті ВРК.

Крім того, ВРК інформаційно підтримала ініціативи колег:

Платформу є!Креатив, що була створена у колаборації українських та європейських рекламщиків для надання фрілансу працівникам рекламної індустрії з України;

Відкритий конкурс Re:Create UA для архітекторів, ілюстраторів, дизайнерів та художників усього світу, щоб уявити, як виглядатиме відновлена та побудована заново Україна після війни;

Проєкт **The Brief: Prevent World War III**, метою якого є залучення агентств для роботи над одним брифом – запобігти найбільшій війні на континенті після Другої Світової, щоб вона не переросла у Третю;

Проєкт **Креативна Січ**, метою якого є об'єднання 10 000 творців задля перемоги на креативному фронті, щоб посилити голос України у світі;

Глобальну кампанію **#ArmUkraineNow** та поширення відео **"Якби путін говорив правду"** задля привернення уваги іноземних аудиторій до війни в Україні та наслідків дій путіна для цілого світу.



В рамках співпраці з Little Black Book членам ВРК надана безкоштовна підписка на рік [на платформі LBB online](#). Це міжнародне медіа, яке пише про креативність у рекламній індустрії. Щомісяця його читають 400 000 користувачів зі всього світу, і багато агентств вважають його найкращим способом реклами своєї діяльності. Його використовують такі глобальні мережі, як BBDO, DDB, McCann, Leo Burnett, Accenture Song, FCB та багато інших.



Починаючи з березня ВРК у співпраці з SAR підготували та провели Ukrainian Creative Stories 2022 із залученням міжнародного рекламного співтовариства та безплатною участю у Київському Міжнародному Фестивалі Рекламу для українських агенцій.

На КМФР було подано **822 роботи з 31 країни світу**. Більшість робіт надійшла з України, заявки до конкурсу подали також **79 іноземних учасників**. Крім того, було залучено **три міжнародні суддівські команди з 13 країн світу**. В цілому цього року географія учасників стала найбільшою за всю історію існування фестивалю.

Головна мета проекту була досягнута: привернути увагу світового товариства до рекламного ринку України та продемонструвати креативний потенціал професіоналів рекламної галузі України.

Роботи [українських переможців КМФР 2022](#) та дві відео збірки: ["Рекламна індустрія на війні/Advertising Industry At The War"](#) та ["Збірна презентація українських агентств/United Showreel of Ukrainian agencies"](#), що стали результатом UCS 2022, продовжують поширюватися серед міжнародного професійного середовища: це і публікації у міжнародних ЗМІ та у соц.мережах, й розсилка по базі міжнародних компаній, й поширення через іноземні рекламні асоціації та фестивалі.



А вже восени ВРК запустила сезон 2023 проекту Ukrainian Creative Stories під слоганом "Make the world a better place". Так, в рамках UCS стартував Київський Міжнародний Фестиваль Рекламу 2023 виключно з соціально спрямованими конкурсами. Особливо місце [посів конкурс PEACE](#), який створений для робіт направлених проти війни, агресії, геноциду, злочинів проти людства, включаючи поточну ситуацію війни в Україні.

Серед пріоритетів у цьому конкурсі є також сприяння мирним та інклюзивним суспільствам для сталого розвитку, зменшення насильства, боротьба зі злочинністю та тероризмом; боротьба з організованою злочинністю та незаконними потоками фінансів і зброї тощо. Підсумки КМФР 2023 будуть підведені в кінці травня 2023.



Також в рамках Ukrainian Creative Stories 2023 було організовано [National Creative Contests](#) – три незалежних рекламні конкурси за окремими брифами. Національні конкурси National Creative Contests покликані виявити та відзначити найкреативніші ідеї, тематика яких пов'язана з війною в Україні або з іншими соціально важливими питаннями для України. Брифи складено ВРК для одного з партнерів, серед яких міжнародні програми технічної допомоги, фонди, донори та державні установи.

У 2022 році були оголошені переможці першого конкурсу за брифом ["Кожен українець робить свій внесок у перемогу"](#) та другого за брифом ["Об'єднана Україна"](#). Третій конкурс за брифом "Світ проти дій агресора" буде завершено у лютому 2023 року.

Всі конкурсні роботи будуть презентовані партнерам ВРК, для яких складено певний бриф. Партнер обирає конкурсні роботи для потенційної співпраці за власними критеріями й незалежно від членів журі та їх рішень щодо переможців.

Сприяння більшому залученню рекламівців до міжнародного конкурсного життя і представлення українського креативу та його авторів міжнародній спільноті

Багаторічна співпраця ВРК з організаторами міжнародних конкурсів дала можливість українцями безкоштовно брати участь у ряді значущих міжнародних конкурсів та показати світовій професійній спільноті свій потенціал.

Так, через війну ВРК, як організатор, **призупинив проведення програми Effie Awards в Україні**, але співпраця з Effie Worldwide успішно продовжилась. Як результат, українські агентства отримали унікальну можливість безкоштовно представити свої проекти на **Effie Europe 2022** і **Global Best of the Best 2022** та позмагатися за визнання "найкращих з найкращих" серед найефективніших кампаній в сфері маркетингових комунікацій на європейському та глобальному рівні. Багато українських агенцій скористалися цією можливістю, з яких 10 продемонстрували гарні результати та отримали міжнародне визнання. Українські агентства увійшли у топи рейтингів найефективніших агенцій як у Європі, так й у всьому світі.

Також роботи українських агенцій були відзначені на значущих міжнародних змаганнях, таких як **Cannes Lions, Golden Drum, LIA, Epica Awards, Eurobest, ADCE Awards тощо**. Крім того, українські фахівці широко залучались у 2022 році до участі у суддівстві міжнародних конкурсів Effie Europe, Global Best of the Best, ADC*E Awards, Golden Drum, Gerety Awards та виступали спікерами (на конференції Manifesto в Ірландії, на фестивалі FARA в Болгарії).

В рамках співпраці з європейським клубом арт-директорів ADCE, ВРК та український клуб ADC*UA провели національний відбір на конкурси Creative Express 2022 та The Greatness Challenge 2022. Молодший копірайтер з української креативної агенції взяв участь в освітньому проекті Creative Express разом з 32 молодими креаторами з 16 країн Європи. А креативна пара – молоді українські креаторки –

поїхали до Барселони та перемогли [у європейському конкурсі The Greatness Challenge](#) 2022 з проектом Homeland.



Рекламна індустрія України в особі ВРК отримала **спеціальну нагороду "Pray For Peace"** на **корейському фестивалі MAD STARS**. Нагорода "Pray For Peace" є новою, була введена цього року та вперше вручена українським рекламистам за їх інформаційну боротьбу, а також задля підтримку українських колег.



Ще одним з кроків у представленні українських креаторів міжнародній спільноті став запуск [дайджесту CrUAativity](#). Мета проекту – показати, що українські агенції продовжують працювати навіть у складних умовах і можуть бути креативними партнерами для міжнародної рекламної спільноти, а також продемонструвати, як актуальні теми сьогодення України відображаються у рекламному креативі.

Кожен випуск дайджесту містить загальний огляд кейсів у відеоформаті (розділ WATCH) і в текстовому форматі (розділ READ), а також кожен кейс детально представлений у своїй категорії: Film, Design, Digital, Advertising campaigns та Social campaigns.

Таким чином, користувачі можуть переглянути або прочитати загальний огляд, а потім перейти до конкретного кейсу для отримання більш детальної інформації. В кожному кейсі вказані виконавці та є посилання на їх сайт.

З осені 2022 року проект працював у тестовому режимі. З початку 2023 року дайджест почав виходити на регулярній основі.

6

Інші ініціативи

В 2022 році ВРК підтримувала напрями діяльності, що відповідають викликам сучасної ситуації. Так, Коаліція за запитом членів [ВРК ініціювала зміни до Закону “Про рекламу” у воєнні часи](#). Мова йшла насамперед про частину 1 статті 20 Закону України “Про Рекламу”, згідно якої забороняється реклама з використанням зображень справжньої або іграшкової зброї, вибухових пристроїв. Також уточнення потребувала стаття 8, а саме п. 6 ч.1 ст. 8 Закону, згідно якої у рекламі забороняється використовувати або імітувати зображення Державного Герба України, Державного Прапора України, звучання Державного Гімну України, зображення державних символів інших держав та міжнародних організацій, а також офіційні назви державних органів, органів місцевого самоврядування, крім випадків, передбачених законами України у сфері інтелектуальної власності. Цей процес проходить процедури українського законодавства.

Крім того, ВРК продовжує на постійній основі, навіть у воєнні часи, проводити [юридичні експертизи рекламних матеріалів на відповідність законодавству України](#). Звісно, зі зрозумілих причин, кількість таких запитів скоротилася вдвічі. Крім того, після початку війни, запити надходять з регіонів, де немає активних бойових дій, здебільшого це Івано-Франківська, Хмельницька, Черкаська області, а також місто Київ. Фахівці ВРК відмітили, що у 2022 році майже 65% запитів стосувались реклами, яка була розміщена в інтернеті, у соціальних мережах Facebook, Instagram та на відеохостингу Youtube.

У співпраці з ВРК в листопаді стартував освітній проєкт Клубу арт-директорів України ADC*UA – [ADC*School – серія відкритих лекцій](#) на тему реклами та маркетингу від членів Клубу ADC*UA – від топових креаторів України. Всі лекції були присвячені темі «Про що креативники працюють під час війни?». Лектори поділилися зі студентами креативними основами: від стратегії, брифу та створення ідеї – до етапу продакшн.

Як розвиватимуться події на ринку реклами 2023 року залежить більшою мірою від ЗСУ та успіхів на полях битв, ніж безпосередньо від рекламодавців. Тому сьогодні для рекламістів немає важливішого завдання, ніж працювати, наближаючи нашу перемогу.

В разі виникнення запитань, зв'яжіться з командою ВРК

Загальні питання: project@vrk.org.ua

Телефон: +38 044 490-90-30

Сайт: vrk.org.ua

ВРК в соціальних мережах:

[Facebook](#), [Telegram](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#).

YouTube канал – [Unpacking Ads](#)