

*«Ти бачиш речі такими, якими вони є, і переймаєшся питанням «чому?».
А я мрію про те, чого ще ніколи не було; і я кажу «чому ні?»
Джордж Бернард Шоу, «Назад, до Мафусаїлу» (1922)*

Бренд «Україна»

(позиціонування української держави за кордоном)

Підготовлено на виконання п.2 Плану заходів МЗС на 2010 рік із реалізації бюджетної програми 140110 «Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України», затвердженого Наказом МЗС № 269 від 09.11.2010 р.



Основа іміджу твориться всередині країни – системними реформами, модернізацією промисловості, підвищенням відповідальності кожного громадянина за свій дім. Завдання Міністерства закордонних справ – очолити цей рух і гідно репрезентувати досягнення країни у світі. Наше спільне завдання – зробити все для того, щоб світ знав і любив Україну такою, якою її знаємо і любимо ми.

*Зі вступного слова до брендбуку України
Костянтина Грищенка,
Міністра закордонних справ України*

Дослідження сприйняття України

- Для проведення даного дослідження було застосовано метод **он-лайн опитування** як спосіб вивчення громадської думки.
- Опитування проводилося в грудні 2010 року в п'яти провідних країнах ЄС: **Німеччині, Іспанії, Франції, Великобританії, Італії**
- Головна мета дослідження – сформулювати **основу для стратегії розвитку бренду «Україна»** на основі головних складових, що впливають на імідж України
- Кількість опитаних становила **2 000+ респондентів**.

В очах іноземців Україна є туристично-привабливою країною за рахунок культурно-історичної спадщини, сільського туризму та природних заповідників.

Морські курорти, екологічний туризм та паломництво не вважаються найперспективнішими туристичними напрямками в Україні.

Іноземці дотримуються думки, що Україна – це аграрна, релігійна країна. Меншість опитаних вважає її європейською державою.

Також велика частина опитаних сприймають Україну як недостатньо безпечну для відвідування та перебування країну.

Рівень обізнаності іноземців з українськими традиційними та сучасними культурою та мистецтвом також виявилися досить низькими. У цьому контексті Україна в їхньому уявленні асоціюється здебільшого з писанками.

На думку іноземців, в Україні відсутні якісне медичне обслуговування, а також сучасна індустрія моди.

Через складності ведення бізнесу наша держава є інвестиційнопривабливою лише для кожного четвертого опитаного.

Результати дослідження

- Проведене соціологічне Інтернет-дослідження виявило достатньо низький рівень поінформованості іноземців про Україну і українців.
- Серед п'яти розвинутих західноєвропейських країн про Україну та її громадян найменше знають у Франції, а найбільше - в Італії.
- Найбільш поінформованими про Україну є люди віком 21-40 років, тобто молодь та люди середнього віку.
- Щодо стереотипів у сприйнятті українців, то їх вважають більшою мірою гостинними та працьовитими, аніж креативними та надійними.
- В очах іноземців Україна є туристично-привабливою країною за рахунок культурно-історичної спадщини, сільського туризму та природних заповідників.
- Іноземці дотримуються думки, що Україна – це аграрна, релігійна країна. Лише половина опитаних вважає її європейською державою.
- Помітна частина опитаних сприймають Україну як недостатньо безпечну для відвідування та перебування країну.
- Рівень обізнаності іноземців з українськими традиційними та сучасними культурою та мистецтвом також виявилися досить низькими. У цьому контексті Україна в їхньому уявленні асоціюється здебільшого з писанками.
- На думку іноземців, в Україні відсутні якісне медичне обслуговування, а також сучасна індустрія моди.
- Через складності ведення бізнесу наша держава вважається інвестиційно привабливою лише для кожного четвертого опитаного.

Концепція бренду «Україна»

Україна = Відкритість

ВІДКРИТІСТЬ є найбільш притаманною рисою і цінністю українців і уособлює суть бренду «Україна»

Саме відкритість є запорукою ефективної комунікації та взаємодії України зі світом. Саме відкритість забезпечує зворотний зв'язок і надходження в Україну інформації, ресурсів, капіталу, визначає її внутрішню політику і зовнішні контакти. Відкритість уособлює бажання, а головне – вміння поділитися власним досвідом, готовність до співпраці у вирішенні наріжних проблем сучасності. Своєю відкритістю Україна заявляє про себе світові як про привабливий і перспективний туристичний напрямок. Завдяки відкритості, гостинності і толерантності Україна позиціонує себе як активного учасника глобального соціокультурного процесу. Україна відкривається світові, а світ відкривається Україні.



Україна. Система цінностей

- Наріжним каменем системи цінностей українців є **ВІДКРИТІСТЬ** – їхня найпритаманніша риса і, водночас, їхня найбільша цінність.
- Духовність, сім'я, земля, життя, традиція – базові цінності українського народу, його соціально значимі орієнтири, які і є одним із важливих факторів розуміння нашої історії.
- Фундаментальні цінності є вагомим фактором цементування суспільної єдності. Вони формують суспільні пріоритети, які визначатимуть стратегію розвитку країни на майбутнє.



Візуальні рішення

Логотип України до Євро-2012

Національне агентство з питань підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи з футболу презентувало логотип України до Євро-2012. В основі логотипу використано квітку соняшника – один із улюблених та відомих українських образів.



Логотип і слоган

Логотип розроблений в рамках побудови концепції бренду «Україна» і представляє собою зображення, що символізує швидкий, динамічний рух України вперед – з вірністю традиціям і, водночас, з відповідністю духу і вимогам часу. Логотип складається з кількох взаємопов'язаних частин: напису «UKRAINE», виконаного в яскравій оригінальній формі з етнічними мотивами, а також слогану, який заявляє про вектор руху України у світовому просторі, про курс на стрімке зростання.

UKRAINE

MOVING IN THE FAST LANE



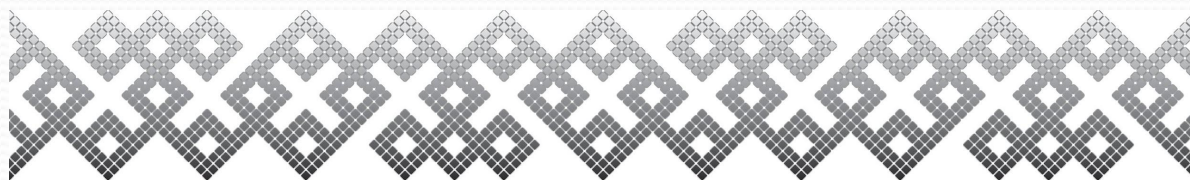
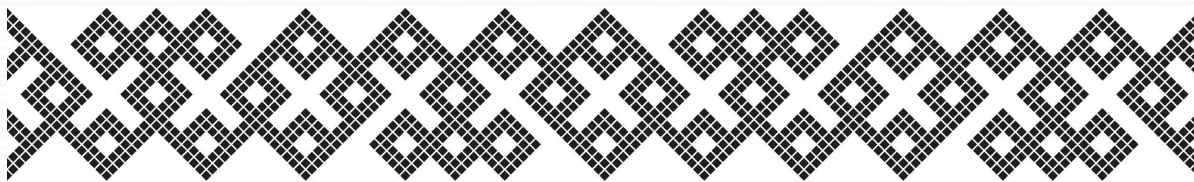
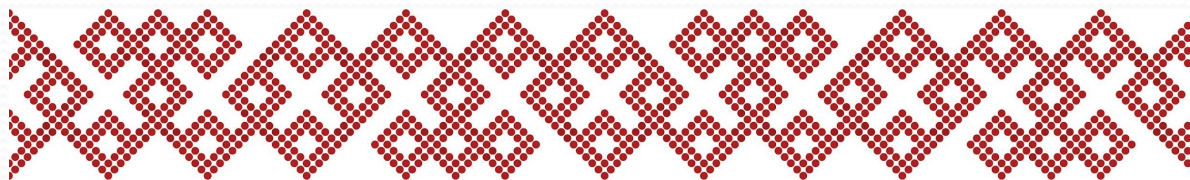
Персонажі-символи бренду «Україна»: Спритко і Гарнюня



Персонажі виконані в популярному стилі «аніме», орієнтованому як на дитячу, так і на дорослу аудиторію.

Залежно від конкретних цілей, персонажі можуть використовуватися як разом, так і окремо. Відповідно до задуму, можна вибудовувати сюжетні лінії, де кожному з персонажів буде відведено окрему роль.

Орнамент бренду «Україна»



Орнамент, розроблений в рамках концепції бренду «Україна», виконаний за мотивами традиційного для України символу «берегині» – жіночого начала, одного з найдавніших українських символів, що своїм корінням сягає тисячолітньої глибини.

Мотив геометричного орнаменту комбінований, утворений шляхом сполучення основних елементів: квадратів та ромбів. Ромб – символ родючості.

У візерунку орнаменту міститься умовне геометричне зображення квітки та калинової гілки. Квітка — символ сонця-життя, процвітання. Калинова гілка — символ дерева роду.

Шрифт бренду «Україна»

У рамках роботи над концепцією бренду «Україна» розроблено спеціальний шрифт “Ukraine Dynamic”, назва якого символізує динамічний поступальний рух. Цей шрифт використовується для заголовків.

Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз
Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъь Юю Яя
1 2 4 5 6 7 8 9 0
« » „ “ : ; ? ! @ # \$ % & * ()

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 4 5 6 7 8 9 0
« » „ “ : ; ? ! @ # \$ % & * ()

Шрифт “Ukraine Dynamic” покладено в основу зображення логотипу і слогану бренду «Україна».

Кольорова гама бренду «Україна»

Бренд «Україна» має свою кольорову гаму, де кожен колір, відповідно до української народної традиції, несе своє змістове навантаження.



Золото традицій

Pantone 125 Up

C: 27 M: 40 Y: 100 K: 4

Золотий колір символізує сонце, щедрість якого споконвіку була запорукою добробуту; це також символ божественного у людському житті.

Секрет життя

Pantone 375 Up

C: 39 M: 0 Y: 75 K: 0

Зелений – колір природи, весняного оновлення, краси і молодості; це також колір надії, злагоди, миру.

Щедрість землі

Pantone Black 4 Ps

C: 60 M: 70 Y: 73 K: 80

Чорний колір символізує родючу землю, найбільшу цінність українця упродовж багатьох століть; чорний колір – це також складова українського

Кольорова гама бренду «Україна»



Єдність неба і води

Pantone 281 Up

C: 100 M: 84 Y: 22 K: 7

Синій колір – колір неба і води, колір безкінечності; він є також символом вірності, чесності, шляхетності

Сяйво снігу

Pantone 642 Up

C: 14 M: 3 Y: 2 K: 0

Білий колір – символ чистоти; білий – це початок, чистий аркуш; з білим кольором ми асоціюємо уявлення про правильне, зрозуміле, істинне, світле.

Усмішка сонця

Pantone 109 Up

C: 1 M: 13 Y: 97 K: 0

Яскраво-жовтий колір - символ радості, щастя, оптимізму, свободи; жовтий — колір достиглих плодів, зерна, символізує добробут.

Кольорова гама бренду «Україна»



Рецепт пристрасі

Pantone 1797 Ps

C: 2 M: 98 Y: 85 K: 7

Червоний – колір життя, сили, енергії, пристрасі, ініціативи і наполегливості. В українській традиційній символіці червоний у поєднанні з чорним відображає дуальність дійсності.

Ранковий туман

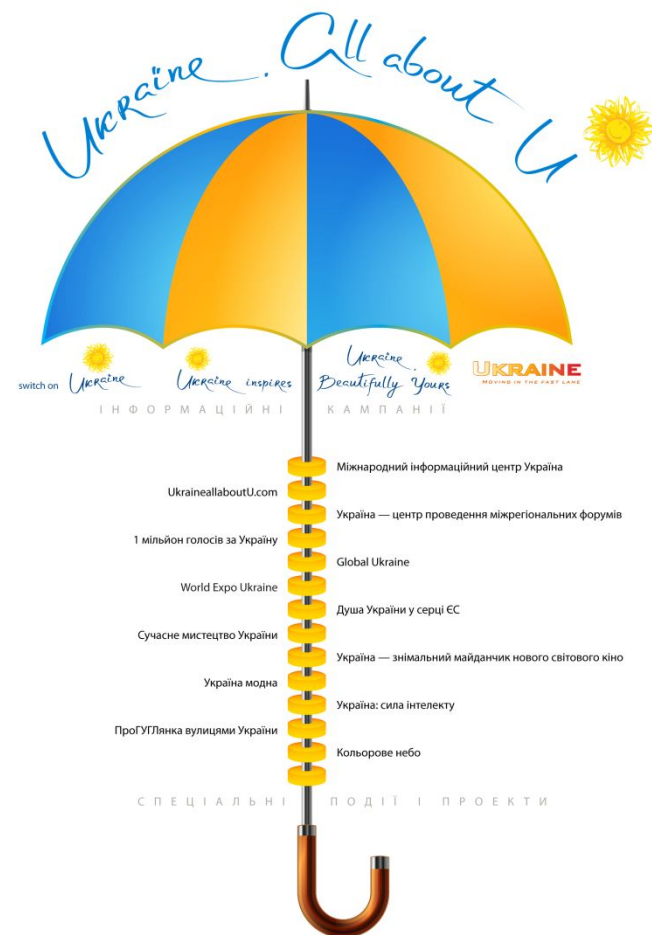
Pantone 140 Ps

C: 8 M: 9 Y: 14 K: 24

Сірий колір є кольором „переходу” від чорного до білого, символем покордоння, загадкової і тьмяної інтерзони, містичного начала в українському традиційному світогляді.

Парасоля Бренду

- Ідейною основою і центральним системо-утворюючим елементом всіх проектів і інформаційних кампаній брендингової стратегії України є концепція «Ukraine. All about U».
- Комплекс заходів в рамках концепції «Ukraine. All about U» структуровано за принципом “від загального до конкретного”: інформація в першій хвилі проектів спрямована на загальне представлення України світові (туристичні можливості, інвестиційна привабливість, і т. д.), в той час, як програми та акції другої хвилі носять більш конкретний характер (етнотуризм, інвестиції в конкретні галузі та національні проекти, тощо).
- Головне завдання всього комплексу брендингових проектів — донести світовій аудиторії основоположну філософську засаду української нації і держави, ідею **відкритості**. Саме сприйняття світом України як, в першу чергу, держави відкритої до співпраці та партнерства, а українців як нації відкритої до участі в глобальних суспільних процесах, має стати кінцевим результатом заходів по створенню нового іміджу України.

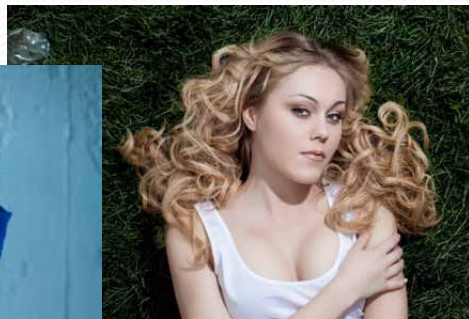
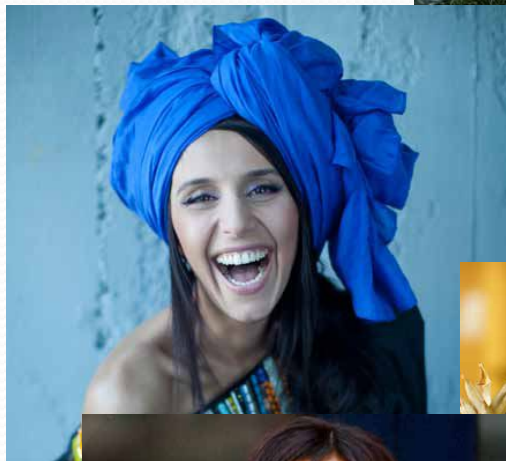


Інформаційна кампанія: “Ukraine. All about U”

- Мета проекту – продемонструвати світовій аудиторії багате різноманіття туристичного, культурного та інвестиційного потенціалу України.
- Ключове повідомлення проекту побудоване на оригінальній грі слів, адже в англійському варіанті літера «U» має подвійний сенс: з одного боку, U - це скорочений варіант англійського слова «YOU» (українською - «ТИ/ВИ»); з іншого, U - це перша літера в слові «Ukraine», яка в назві цієї інформаційної кампанії уособлює Україну.



Інформаційна кампанія: “Ukraine. Beautifully yours”



Знайомство Європи та світу з туристичним та культурним потенціалом України устами сучасних українських жінок, талановитих, самодостатніх та успішних представниць українського суспільства, яких знають і люблять – і в Україні, і за кордоном.

Проект складатиметься із серії відеосюжетів, головними героями яких стануть відомі українські співачки Гайтана, Ані Лорак, Альоша, Джамала, Тіна Кароль та Вера Бжернева.

У кожному відеосюжеті одна зі співачок виступатиме в ролі «віртуального гіда», який демонструватиме іноземному глядачеві цікаві туристичні напрямки та маршрути, а також розповідатиме про захоплюючі сторінки національної історії та культури. У кінці кожного сюжету ведуча співатиме слоган кампанії “Ukraine. Beautifully yours”.

Інформаційна кампанія “Ukraine Inspires”

- Створення та розповсюдження серії інформаційно-рекламних фото та відеосюжетів «Україна надихає» («Ukraine Inspires») про життя та досягнення видатних людей, українців за походженням, у світовому мистецтві, кіно, політиці, науці, техніці, спорті, балеті. Існує багато відомих постатей, життя та творчість яких пов'язані з Україною, але не асоціюються з нею.



Енді Воргол (англ. Andy Warhol, справжнє: укр. Андрій Воргола). Художник українського (лемківського) походження, засновник художньої школи поп-арту, культова постать сучасного мистецтва ХХ століття.

Ігор Іванович Сікорський. Авіаконструктор і підприємець. У його доробку – винахід гелікоптера та багатьох цілком нових типів літаків.

Голда Меїр (справжнє прізвище Меєрсон, дівоче – Голді Мабович). Одна із засновників держави Ізраїль, 4-й прем'єр-міністр Ізраїлю (з 17 березня 1969 року до 1974 року).

Микола Васильович Гоголь. Прозаїк і драматург. Серед найвідоміших творів: Тарас Бульба (1835; 1842 [перероблене видання]), Мертві душі (1842), Ревізор (1836, 1842), Ніс, Шинель (1842).

Казимир Северинович Малевич. Художник-авангардист, засновник супрематизму — однієї з течій абстракціонізму.

Микола Дмитрович Леонтович. Український композитор. Автор широковідомих обробок для хору українських народних пісень. Його обробка українського «Щедрика» широко відома у всьому світі як різдвяна колядка Carol of the Bells.

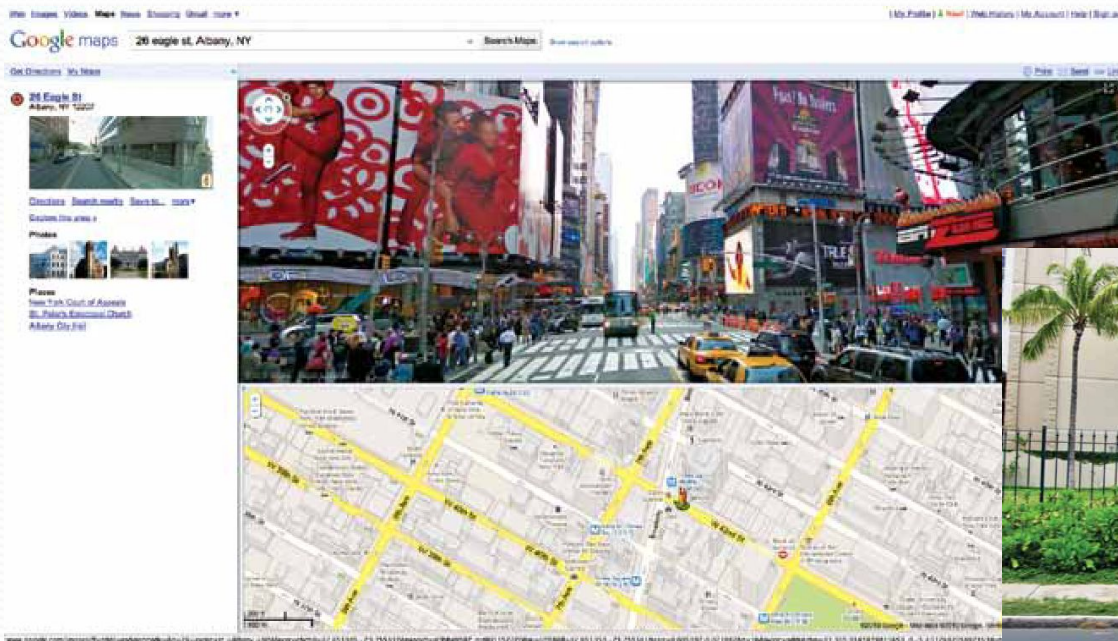
Інформаційна кампанія: “Ukraine. Moving in the fast lane”



- Мета проекту - через серію інформаційно-реklamних матеріалів, об'єднаних в рамках єдиної концепції «Ukraine. Moving in the fast lane», відтворити динаміку економічних перетворень в Україні, покращення інвестиційного клімату та продемонструвати інвестиційні можливості країни.
- Завдання інформаційної кампанії – закріпити за Україною слоган Ukraine. Moving in the fast lane як ключове повідомлення ділової України, що обрала шлях динамічних перетворень і представляє значний інтерес для міжнародних інвесторів. Інформаційно-реklamні матеріали, розроблені в рамках кампанії, будуть поширені на провідних міжнародних телеканалах та в найпрестижніших ділових друкованих виданнях світу.

Проект «ПроГУГЛянка вулицями України»

- Завдання даного проекту – провести переговори з керівництвом компанії Google з метою включення України до системи віртуального туризму Google Street View. Проект набуває особливої актуальності в контексті проведення в Україні футбольного чемпіонату Євро-2012, адже напередодні європейської футбольної першості зацікавленість іноземних туристів в інформації про Україну стрімко зростає.
- У зв'язку з цим доцільно включити до системи Google Street View усі українські міста, які прийматимуть Євро-2012: Київ, Львів, Донецьк, Харків.



Проект «Україна: сила інтелекту»

Сьогодні українці є незаперечними переможцями у двох видах спорту: брати Віталій та Володимир Клички володіють чемпіонськими поясами з боксу за чотирма версіями (WBO, IBF, IBO, WBC) у найпрестижнішій суперважкій ваговій категорії, а українська чоловіча збірна України з шахів, найінтелектуальнішого виду спорту, стала золотим призером 39-ї Всесвітньої шахової Олімпіади-2010.

Даний проект має на меті акцентувати увагу на факті, що чемпіони у „найрозумнішому” і „найсильнішому” видах спорту походять з однієї країни – України, представити світовій аудиторії українців як націю людей, у яких сила тіла і сила духу гармонійно поєднується з силою інтелекту. Для втілення задуму буде створено серію фото сюжетів, які розміщуватимуться у ключових міжнародних ЗМІ, а також використовуватимуться в рекламі на білбордах.



Проект «World Expo Ukraine»



Мета проекту - розробити концепцію українського павільйону та втілити її на World Expo для демонстрації досягнень України у сфері економіки, науки та технологій.

Довідка:

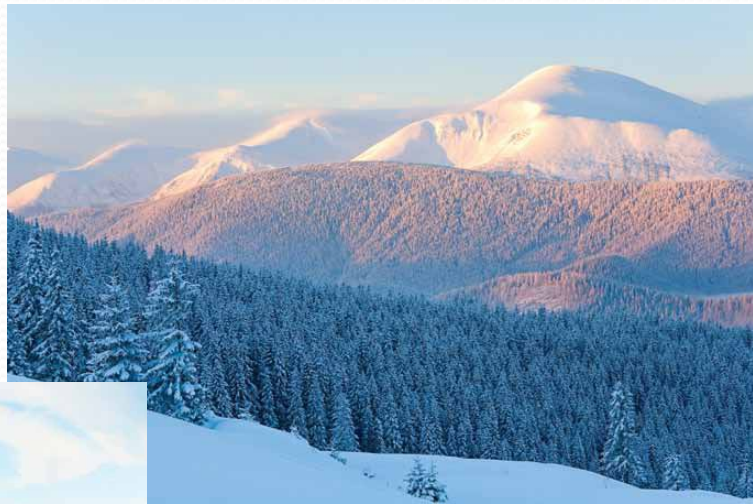
World Expo – найбільша некомерційна виставка у світі, покликана сприяти покращенню міжнародної співпраці, обміну ідеями, розвитку світової економіки, культури та науки.

Універсальна World Expo – виставка найвищого рівня, вона триває 6 місяців. Країни будують і представляють свої тематичні павільйони. Остання в часі і найбільша у світі універсальна виставка відбулася у Шанхаї у 2010 році. Наступна універсальна World Expo пройде у Мілані (Італія) у 2015 році.



Проект «Україна: знімальний майданчик НОВОГО СВІТОВОГО КІНО»

- Завдання - розробити стратегію просування України як міжнародного центру виробництва кінопродукції, щоб заохотити світовий кінематограф використовувати для зйомок українські локації, потужності, послуги і персонал.



Основні переваги зйомок в Україні:

- широкий спектр локацій;
- наявність усіх видів ландшафтів;
- висококваліфікований персонал;
- сучасна кіноінфраструктура;
- безвізовий режим для громадян країн Європи, США, СНД.

Проект «Кольорове небо»

Мета - привернути увагу світової спільноти до бренду «Україна» завдяки втіленню проекту ребрендингу літаків Міжнародних авіаліній України (МАУ) у стилі «наївного мистецтва».

- Одним з найефективніших засобів реклами в аеропортах є реклама на літаках. Літак – це величезна рекламна площа, яку мають змогу щодня бачити десятки тисяч подорожуючих, і, що не менш важливо, – це реклама, за яку не потрібно платити жодному рекламному агентству.



Проект «Україна – центр проведення міжрегіональних форумів»

Мета - позиціонувати Україну як ініціатора, головного організатора та приймаючої сторони міжрегіональних форумів. Запрошуючи до участі у таких форумах інші країни Східної Європи, Україна посяде нішу регіонального лідера й отримає статус центру міжнародної співпраці.



Проект «Душа України в серці ЄС»

Проект передбачає проведення серії оригінальних промо-акцій у двох містах-столицях ЄС, де зосереджені найважливіші інститути влади Євросоюзу. Проект націлений на інформування представників європейської та світової еліти щодо найвагоміших здобутків України у різних сферах життя.



- Брюссель і Страсбург – ідеальні міста для реалізації даного проекту. Саме тут сьогодні знаходиться найбільша кількість міжнародних урядових та неурядових організацій; щотижня сюди приїздять тисячі іноземних дипломатів, світових політичних діячів та, що не менш важливо, представників міжнародної преси, для участі у глобальних та регіональних форумах, конференціях, симпозиумах, асамблеях.

Колектив «Київські солісти»



Ігор Гайдай. Проект «Саман»



Київський Модерн-Балет «Лускунчик»



Проект «Україна модна»

- Мета проекту - залучити українських дизайнерів та українську індустрію моди загалом до справи покращення іміджу України у світі.

Лілія Пустовіт, Ukrainian Fashion Week



Українська колекція Жана-Поля Готьє

Українська колекція Джона Гальяно



Колекція Гуччі «Pysanka»

Основними складовими програми залучення української індустрії моди до іміджевої стратегії є:

- Сприяння висвітленню українських тижнів моди (Ukrainian Fashion Week, Lviv Fashion Week) у спеціалізованих міжнародних засобах масової інформації;
- Залучення відомих міжнародних експертів у сфері моди до співпраці з українськими дизайнерами;
- Сприяння в організації спеціальних показів найкращих українських дизайнерів у визнаних світових центрах моди: Нью-Йорку, Лондоні, Мілані, Парижі;
- заснування фонду для підтримки молодих талановитих дизайнерів.

Проект Airstrip Fashion Show

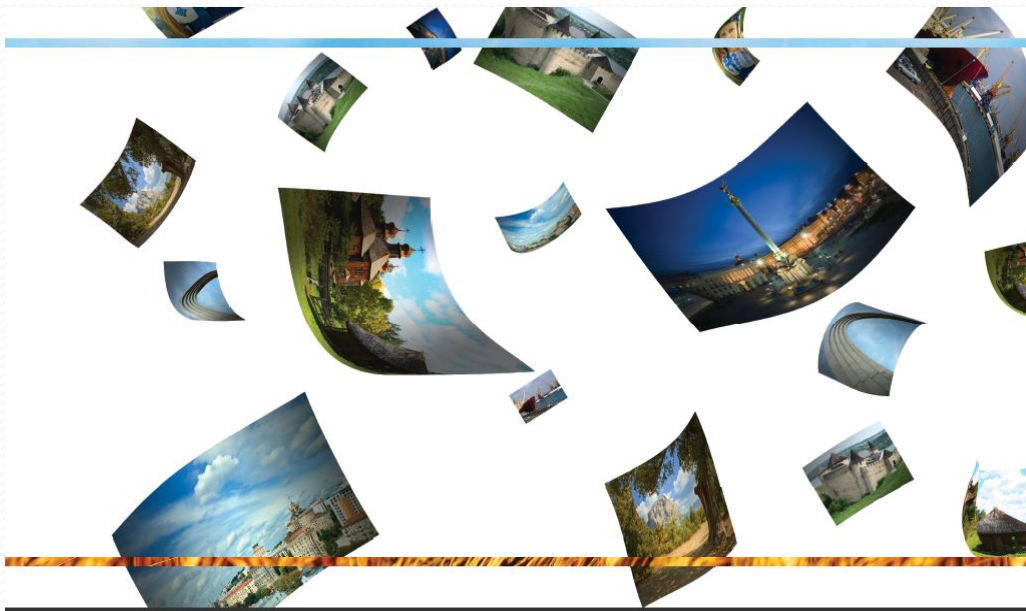
Мета проекту

- Проведення показу мод в найпотужнішому в світі вантажному літаку Ан-225 “Мрія”. Проект поєднає демонстрацію технологічного потенціалу України з її потенціалом в сфері індустрії моди. Для реалізації проекту Airstrip Fashion Show літак “Мрія” буде спеціально стилізовано в форматі подіуму. Проект гарантовано буде цікавим для міжнародної преси завдяки унікальності ідеї проведення показу мод в літаку на злітній смузі.



ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОРТАЛ УКРАЇНИ

- Створення у рамках інформаційної кампанії Ukraine. All about U сучасного і потужного інформаційного порталу про Україну, який міститиме всебічну інформацію про нашу країну, її історію та культуру, політичний устрій, економіку та інвестиційні можливості, здобутки та потенціал, а також туристичні ресурси.



Структура сайту

- Подорожуй Україною (Карпати, Крим).
- Відкривай Україну (Київ, Львів, Одеса, Донецьк, Дніпропетровськ, Севастополь, Харків).
- Ми – українці (історичні персоналії та видатні сучасники).
- Наша культура (традиції, ремесла, мистецтво – класичне та сучасне, музика).
- Інвестуй в Україну (економічний огляд по секторах економіки, законодавство, інвестиційний клімат та привабливі для інвесторів галузі економіки).
- Знайди бізнес-партнерів в Україні (рекомендації та досьє на підприємства, які шукають партнерів за кордоном).
- Євро – 2012 (вичерпна інформація щодо підготовки та перебігу чемпіонату, корисна інформація для туристів та вболівальників).

Програма iPad Ukraine

- Мета даного проекту – створення програми iPad Ukraine, яка дасть можливість мільйонам власників iPad отримувати новини та корисну інформацію про Україну в найсучаснішому форматі. Зокрема, буде створено програму під сайт www.ukraineallaboutu.com.
- Унікальність цього проекту в тому, що в разі його реалізації Україна стане першою державою, яка матиме свою власну програму для iPad.



ПРОЕКТ «УКРАЇНА ГЛОБАЛЬНА»

Шляхи реалізації

- розміщення білбордів з рекламою України в аеропорту міста проведення події та поблизу головного місця зібрання;
- розповсюдження на подіях спецвипуску газети Global Ukraine;
- розповсюдження серед учасників заходів та представників міжнародної преси спеціально розробленого буклету Global Ukraine;
- організація рекламно-іміджевих кампаній, присвячених Україні, на міжнародних телеканалах (CNN, Euronews, BBC);
- організація рекламних кампаній, присвячених Україні, у газетах Financial Times та The Economist.



Проект має на меті популяризацію України в рамках масштабних міжнародних подій, таких як зустрічі глав держав Великої Вісімки (G8), Великої Двадцятки (G20) чи Світовий економічний форум у Давосі.