

15 млн українців дізнались про цінності ЄС і досягнення євроінтеграції – завершено другий етап комунікаційної кампанії EUКраїна

Завершився [другий етап](#) державної комунікаційної кампанії [EUКраїна](#), який тривав з 1 по 30 листопада 2021 року. Було охоплено 15 мільйонів громадян, які мали можливість дізнатись про цінності ЄС і досягнення євроінтеграції України.

«До початку кампанії EUКраїна рік тому майже 25% українців не пов'язували конкретні реформи із стратегічним курсом України на членство в ЄС. Тому великий акцент кампанії зроблено на розповіді про перші результати євроінтеграції, яких досягала вся країна з 2014 року.

Іншою важливою метою кампанії було посилити розуміння змісту цінностей Євросоюзу через приклади поведінки. Дуже символічно, що саме в період кампанії ми відзначали День Гідності та Свободи, річницю обох українських революцій. Адже наші здобутки у трансформації країни стали можливими завдяки втіленню цінностей ЄС. На цьому шляху ми стаємо ще сильнішими і ще стійкішими під ударами щоденних російських гібридних атак», – зазначає Віце-прем'єр-міністр з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України Ольга Стефанішина.

Зі свого боку начальник управління з питань телебачення і радіомовлення, європейської та євроатлантичної інтеграції Держкомтелерадіо Олександр Ободович підкреслив: «Це третя державна комунікаційна кампанія з європейської інтеграції, до якої долучився Держкомтелерадіо з 2018 року. Всі вони присвячені різним аспектам євроінтеграції. Але результат завжди один - збереження позитивної динаміки підтримки українцями курсу на вступ до ЄС. Разом тим, ми інвестуємо у стимулювання поведінкових і ціннісних змін в українському суспільстві.

Другий етап кампанії EUКраїна включав:

15 телевізійних роликів були в ротатії на 11 національних телеканалах, основні з яких – ТРК Україна, Інтер. Переглянути – [за посиланням](#);

19 радіороликів транслювали 6 національних радіостанцій, основні з яких – Хіт FM, радіо Roks, Наше радіо, Радіо Мелодія. Прослухати – [тут](#) і [тут](#);

32 сюжети на 400 носіях зовнішньої реклами у шести південно-східних областях України. Переглянути – [за посиланням](#);

15 відеороликів і 32 анімованих банери були доступні у найпопулярніших месенджерах України (Viber, Telegram, Facebook Messenger) з геолокацією на шість південно-східних областей України;

постери про цінності ЄС та ключові досягнення євроінтеграції України з 2014 року розміщені у приміщеннях адміністративних будівель, зокрема Центрах надання адміністративних послуг. Завантажити – [тут](#) і [тут](#).

Замовником виступив Державний комітет телебачення і радіомовлення України у партнерстві з Офісом Віце-прем'єр-міністра України з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. Виконавцями кампанії, за результатами двох тендерних закупівель через Prozorro, стали ГО «Київський прес-клуб» та ФОП Штогрін Алєся Олегівна. Кампанія проводилась в межах концепції EUКраїна, яку попередньо було розроблено проектом ЄС Association4U.

Довідково

Парасолькову кампанію EUКраїна ініціювала 21 грудня 2020 року Ольга Стефанішина, Віце-прем'єр-міністр з питань європейської та євроатлантичної інтеграції, за підтримки Представництва Європейського Союзу в Україні та проекту ЄС «Association4U».

Протягом її першого етапу з 21 грудня 2020 року і по 31 жовтня 2021 року вдалось продемонструвати секторальний і місцевий виміри євроінтеграції: до кампанії долучились 37 державних органів: 13

міністерств, 16 державних агентств та служб, 8 обласних державних адміністрацій. Охоплення першого етапу склало близько 11 мільйонів українців.

Більше про кампанію EUКраїна та про євроінтеграцію загалом можна дізнатися за посиланням <https://association4u.in.ua/>