

**Бренд:** группа компаний КНАУФ в Узбекистане

**Краткое название кампании:** Всемирный день ребёнка.

**Исполнители:**

ADD Event — техническая реализация.

**TAF**  
**KNAUF**  
**Сезонная кампания**

# Номинация: Сезонная кампания

**Цель проекта:** Социальный подтекст: если поощрять и поддерживать увлечения детей, из них обязательно вырастут таланты и просто хорошие, добрые люди. Продакт-плейсмент нового продукта КНАУФ-Сапфир. Органический охват не менее 2000, просмотров не менее 800, репостов не менее 5.

**Измерение:** охват, просмотры, репосты.

**Идея:** Доброе поздравление с Всемирным Днем ребенка с привлечением успешной медийной личности и воспроизведением реальной истории из его детства. В ролике воспроизведена реальная история из детства Бобура Исмоилова, где любовь и понимание отца поддерживают увлечение сына, в итоге переросшее в талант художника с мировой славой. Бобур Исмоилов – известный узбекский художник нашего времени, работал в кино, мультипликации, театре, книжной графике и монументальной живописи. Работы художника выставлялись в галереях Великобритании, Франции, Германии и США, находятся в частных коллекциях по всему миру.

# Номинация: Сезонная кампания

**Продвижение:** Размещение ролика в социальных сетях компании.

**Результат:**

Теплый и добрый эпизод о ребенке, воплотившем свою мечту в жизнь.  
1000 просмотров и 10 репостов.



[Link](#)

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**