

**Бренд:** группа компаний КНАУФ в Узбекистане

**Краткое название кампании:** День Строителя вместе с КНАУФ

**Исполнители:**

Maslov PR Tashkent— креатив, PR-поддержка;  
ADD Event — техническая реализация.

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

## Номинация: Сезонная кампания

**Цель:** Информационный повод - с 2017 года в Узбекистане официально второе воскресенье августа объявлено Днем работников сферы строительства. Имиджевая цель кампании – выработать стойкую ассоциацию праздника с КНАУФ. Популяризировать профессию Строитель, показать, что ремонт и стройка это красиво, отдать дань навыкам, которыми обладают представители строительных профессий.

**Измерение:** Ассоциирование праздника День Строителя именно с КНАУФ. Посещаемость мероприятий (количество участников). Рост лояльности потребителей к бренду КНАУФ.



# Номинация: Сезонная кампания

**Идея:** Создать праздник КНАУФ, который будет охватывать столицу и все регионы, при этом, чтобы каждый год отличался от предыдущего своей определённой фишкой.

**Исполнители:** ADD Event — концепция, реализация, Maslov PR Tashkent— креатив, PR-поддержка.

В предыдущие годы были реализованы следующие фишки:

В 2018 году – акция «Ремонт, как искусство»: Актеры театра Марка Вайля «Ильхом» Ян Добрынин, Юлия Плакида и Светлана Назруллаева вместе с командой художницы Надежды Риксиевой (Hope Rixieva) успешно «оживили» восточные шедевры знаменитого узбекского художника Бобура Исмаилова. Посетители торговых центров получили возможность почувствовать себя частью таких работ мастера, как «Профиль» (ТРЦ Next), «Мечтатель» (ТРЦ Samarqand Darvoza) и «Аквариум» (ТРЦ Parus). Праздник по Узбекистану продлился с 6 по 12 августа. Праздничные мероприятия не ограничились Ташкентом. Брендовые грузовые автомобили с двумя ивент-командами проехали с поздравительной программой тура КНАУФ ROAD через всю республику с 6 по 12 августа. В каждом административном центре Узбекистана было организовано представление с конкурсами, флэшмобами, мастер-классами. Мероприятия проходили в популярных среди местных жителей локациях – площадях и парках. При возведении любых вспомогательных объектов использовались продукты КНАУФ.



# Номинация: Сезонная кампания

В 2019 году – фестиваль KNAUF Art: Настоящий лабиринт из гипсокартона, гигантская дженга и многочисленные фотозоны и арт-зоны с применением продуктов KNAUF, а также интересные онлайн-мастер-классы, и зажигательный концерт на Бродвее с выступлением воздушных гимнастов Ташкентского ГосЦирка. Также, как и в предыдущем году брендированные грузовые автомобили с двумя ивент-командами проехали с поздравительной программой тура KNAUF ROAD через страну уже с 5 по 11 августа. При возведении любых вспомогательных объектов использовались продукты KNAUF.

В 2020 году – KNAUF ONLINE FEST 2020: танцевальный флэшмоб в TikTok, конкурс фотографий на строительную тематику в Facebook – лучшие снимки попали на LED-экраны столицы. Были организованы радиовикторины, с ценными призами и подарками от KNAUF. Благотворительная акция – KNAUF выпустила специальную маску в Instagram – за каждую опубликованную сторис с маской компания перечисляла по 5 тысяч сумов в благотворительный фонд Ezgu Amal, всего было перечислено 8 млн сумов. Также были проведены полезные карантинные мастер-классы, онлайн-концерт на верхнем этаже автостоянки в Самарканд Дарвоза: DJ Piligrim, группа «Сетора», DJ Petishka, DJ BACARDI с приглашением видеоблогеров для стрима мероприятия в соцсети. Праздник в Республике продлился с 10 по 16 августа.



[Link](#)



[Link](#)

# Номинация: Сезонная кампания

В 2021 году – KNAUF QK21 (KNAUF Quruvchilar Kuni 2021): гвоздем программы в Ташкенте стал 20-метровый туннель, перемещающий посетителей в сердце музея Савицкого. 8 августа празднование прошло в Ташкенте, а с 9 по 14 августа переместилось в регионы Узбекистана. Жители могли поучаствовать в творческих мастер-классах, конкурсах с призами, радиовикторине и получить брендированные сувениры на память. Традиционно грузовые автомобили с двумя ивент-командами проехали с поздравительной программой по административным центрам Узбекистана с 9 по 14 августа. При возведении любых вспомогательных объектов использовались продукты KNAUF.

**Продвижение:** Социальные сети компании KNAUF, соцсети мероприятия и мест, в которых было обозначено проведение праздника, а также онлайн-СМИ (в том числе инфопартнёры), радио, развлекательные и региональные Telegram-каналы.

**Результат:** Формирование стойкой ассоциации праздника с брендом KNAUF – «KNAUF-байрам» народное название Дня Строителя. Посетители и участники активностей по стране: в 2018 году – 3000 человек, в 2019 году – 5000 человек, в 2020 году – 7000 человек, в 2021 году – 10 000 человек. Рост лояльности потребителей к бренду KNAUF.



[Link](#)

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**