



НУМО • БРИФ для ВТЛ

Время исполнять желания

Республиканская ёлка / письма Деду Морозу
благотворительность



Задача агентства

Не просто мероприятие

Разработать единую республиканскую социально-имиджевую кампанию: от первого детского письма до исполнения желаний и финального новогоднего события.

Роль НУМО

Инициатор, объединяющий семьи, сотрудников, банки-партнёры и благотворительный фонд вокруг общей идеи.

Цели проекта

Имидж

Укрепить эмоциональную связь с НУМО и ассоциации бренда с заботой, объединением людей и реальными действиями.

Социальный эффект

Обеспечить доступное участие детей и прозрачное исполнение отобранных желаний.

Коммуникация

Создать узнаваемую новогоднюю историю с широким освещением.

Аудитории и география

Основные участники

Дети и родители/законные представители; отдельное внимание — доступности участия за пределами крупных городов.

Участники экосистемы

Сотрудники НУМО, банки-партнёры, благотворительный фонд, волонтёры, СМИ и авторы контента.

География

Вся Республика Узбекистан; предложить конкретную схему регионального охвата, логистики и ответственности.

Креативная платформа

Предложить не менее трёх направлений

Для каждого: название RU/UZ, инсайт, Big Idea, ключевое сообщение, эмоциональная история, визуальная система, бренд-роль.

Критерии

Культурная релевантность, понятность, масштабируемость, оригинальность, органичная интеграция HUMO и возможность продолжения в следующие годы.

Архитектура кампании

Запуск

Анонс идеи, фонда, правил участия, цифровой платформы и физических точек сбора.

Сбор

Письма онлайн и офлайн, региональные активации, вовлечение партнёров и сотрудников.

Исполнение

Проверка заявок, отбор, закупка и доставка подарков, истории с согласия семей.

Финал

Республиканская ёлка, подведение итогов, фильм и отчёт об эффекте.

Письма: онлайн-механика

Лендинг / мобильный интерфейс

Письмо или рисунок, регион, возрастная категория, контакт родителя, согласия, подтверждение приёма.

Администрирование

Единый реестр, проверка дублей, статусы заявок, защищённый доступ, выгрузка агрегированной статистики.

Предложение агентства

UX-схема, техническая архитектура, модерация, поддержка и стоимость разработки.

Письма: офлайн-механика

Физические точки

Брендовые почтовые ящики в офисах банков-партнёров, ТЦ и согласованных общественных пространствах.

Операционная модель

Дизайн и изготовление, адресная программа, инструкции персоналу, регулярный сбор, оцифровка и безопасное хранение.

Региональная доступность

Предусмотреть партнёрские организации и альтернативный способ подачи для семей без цифрового доступа.

Исполнение желаний

Правила и отбор

Критерии, категории и количество желаний, проверка заявок, независимая роль фонда, порядок решения спорных случаев.

Реализация

Бюджет подарков, закупка, доставка, подтверждение передачи, отчётность и контроль сроков.

Принцип

Помощь не зависит от согласия семьи на публикацию фото, видео или личной истории.

Благотворительный партнёр

Предложить минимум три организации

Профиль, опыт детских программ, региональное присутствие, репутация, ресурсы и корпоративные партнёрства.

Модель сотрудничества

Роли фонда и НУМО, проверка получателей, документооборот, логистика, отчётность и условия публичной коммуникации.

Выбор

Финальное согласование партнёра и юридической модели — за заказчиком.

Республиканская ёлка

Два сценария

Центральное событие в Ташкенте с детьми из регионов.

Содержание

Театрализованный сценарий, интерактивы, выступления, исполнение желаний, вручение подарков и эмоциональный финал.

Результат агентства

Площадки, вместимость, сценарный план, визуализации, логистика и сравнительная смета двух моделей.

Пространство и продакшн

Визуальные зоны

Сцена, главная ёлка, входная группа, письмо/желание, интерактивы, фотозоны, упаковка подарков, навигация.

Организация

Регистрация, транспорт, сопровождение детей, подарки, доступность, безопасность, медподдержка, волонтеры.

Контент

Фото, видеосъемка, репортажи, при необходимости трансляция и итоговый монтаж.



Дополнительные механики

Карта желаний

Интерактивная карта регионов и агрегированные показатели без раскрытия персональных данных.

Ёлка желаний

Инсталляция с карточками и согласованной фондом механикой участия.

Караван НУМО

Брендовый маршрут по регионам: сбор писем, праздничные активности, вручение подарков.

Счётчик добрых дел

Публичные показатели: письма, исполненные желания, регионы и партнёры.



Визуальная система

Бренд-платформа

Логотип/нейминг проекта, KV, графические элементы, принципы брендирования и RU/UZ адаптации.

Носители

Лендинг, digital, наружная реклама, ящики, конверты, карточки, подарочная упаковка, оформление ёлки.

Демонстрация

Мудборд и ключевые мокапы, чтобы оценить целостность идеи до производства.



Референсы: механика



USPS — Operation Santa

Письма, централизованная платформа и участие людей в исполнении желаний. Источник: uspsoperationsanta.com

Macy's — Believe x Make-A-Wish

Физические ящики для писем, розничные точки контакта и связь с благотворительным партнёром.

Применение

Собственная HUMO-механика, а не копирование визуального решения или названия.



Референсы: эмоция и масштаб

John Lewis — The Beginner (2022)

Эмоциональная история и деликатная интеграция социальной темы. Видео: youtube.com/watch?v=mi9-EIVB36k

Coca-Cola — Christmas Caravan

Единый узнаваемый праздничный символ, региональные остановки и масштабируемые активации.

Disney — From Our Family to Yours

Семейная история, анимационный язык и связь с благотворительной инициативой.



Сроки и этапы



Октябрь

Концепция, выбор фонда, юридическая модель, дизайн, техническое планирование.

Ноябрь

Производство, запуск платформы и точек сбора, анонс и старт коммуникации.

Декабрь — январь

Отбор и исполнение желаний, ёлка, итоговый контент.



USPS — Operation Santa



**ПИСЬМО → ВЫБОР →
ПОДАРОК**

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОРИЕНТИР

Платформа писем и исполнения желаний

Что изучить: онлайн-приём писем, выбор
желаний, логистику и правила участия.

[» ОТКРЫТЬ ОРИГИНАЛЬНЫЙ КЕЙС](#)

Macy's — Believe x Make-A-Wish



ПИСЬМА САНТЕ

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОРИЕНТИР

Физические почтовые ящики и благотворительная механика

Что изучить: заметная офлайн-точка,
простой путь участника, партнёрство с
фондом.

[» ОТКРЫТЬ ОРИГИНАЛЬНЫЙ КЕЙС](#)





John Lewis — The Beginner



ИСТОРИЯ ВМЕСТО РЕКЛАМЫ

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОРИЕНТИР

Эмоциональный сторителлинг

Что изучить: человеческая история,
деликатное раскрытие социальной темы и
роль бренда.

[» ОТКРЫТЬ ОРИГИНАЛЬНЫЙ КЕЙС](#)

Coca-Cola — Christmas Caravan



НОВОГОДНИЙ КАРАВАН

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОРИЕНТИР

Праздничный символ и региональный масштаб

Что изучить: маршрут, единое оформление,
точки контакта и региональное освещение.

[» ОТКРЫТЬ ОРИГИНАЛЬНЫЙ КЕЙС](#)



Disney — From Our Family to Yours



СЕМЬЯ И ЧУДО

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОРИЕНТИР

Семейная история и анимационный язык

Что изучить: эмоциональную вселенную и развитие истории в нескольких форматах.

[» ОТКРЫТЬ ОРИГИНАЛЬНЫЙ КЕЙС](#)

Что агентство должно представить

Офлайн механика

Количество и форматы точек сбора писем, их размещение по регионам, дизайн и визуализации конструкций, производство, монтаж, обслуживание и сбор писем.

Региональная реализация

Схема работы проекта по Узбекистану: география, маршрут/график активаций, необходимый персонал, транспорт и логистика.

Исполнение желаний

Процесс от получения отобранных заявок до вручения: закупка подарков, комплектация, упаковка, хранение, доставка по регионам и подтверждение вручения.

Республиканская ёлка

Предложение по площадке и формату мероприятия, сценарный план, программа, визуализации сцены и основных зон, застройка, техническое обеспечение, персонал, питание, транспорт и сопровождение детей.

Продакшн

Перечень всех производимых конструкций и материалов с количеством, техническими характеристиками и стоимостью производства..

Смета и тайминг

Детализированная смета **по каждому блоку** с указанием количества и стоимости позиций + календарный план производства, монтажа, региональных активностей и финального мероприятия.