Агентство Journey
Портфолио

perfect
MATCH
makers

Journey

Мы создаём идеальные моменты эмоциональной близости «бренд&люди», в которых бренды могут легко говорить со своей аудиторией на одном языке. Становясь ещё живее и ярче.

Что мы делаем

Бренд-коммуникация
- Платформы брендов и продуктов
- Коммуникационные стратегии
- Большие идеи

Мероприятия
- Фестивали и фестивальные интеграции
- Собственные события брендов любого формата

Digital
- Рекламные кампании
- Поддержка мероприятий
- Работа с блогерами и лидерами мнений

Как мы делаем?

Любознательно
Мы открыты миру и всем изменениям, трансформируем их в опыт и применяем в работе.

Вовлечённо
Мы любим свою работу, поэтому достигаем высоких результатов, и даже больше.

Ответственно
Мы делаем либо хорошо, либо никак.

Собственные мероприятия
для брендов

perfect
MATCH
makers

ТИНЬКОФФ в «Гоголь центре»

Вместе с бренд-командой ТИНЬКОФФ придумали бренд-зону — тизер сценических декораций. Концептуальный спортбар со шведской стенкой, цитатами из «Декамерона» и авторскими коктейлями, к которым выдавали актуальный и функциональный девайс — многоразовую металлическую трубочку.

Сентябрь 2021
Локация: Москва, «Гоголь-центр»
Клиент: ТИНЬКОФФ

Проект реализован совместно с Аней Бичевской, Аленой Ермаковой, маркетинг-агентством R&I и digital-агентством iKARMA.

Сентябрь 2021
Москва, Хлебозавод
Клиент: MARTINI

Итальянские каникулы MARTINI Time

Цифры:
> 25 000 гостей
72 публикации в СМИ
> 259 000 000 OTS
4 638 804 - уникальный брендированный охват

Мы приняли участие в проработке общей идеи проекта, который в 2021 году прошел под знаком «Итальянских каникул», придумали и отрисовали то как будет выглядеть фестиваль, вместе с Кириллом Kito Jemperе Сергеевым (KUZNYA Family, Санкт-Петербург) ответили за 20часовую музыкальную программу, а также ответили за коммуникационную кампанию фестиваля.

Роллтон «Попробуй палочками»

Придумали рекламную кампанию, механику и слоганы. Разработали кейвижуал, превратили мотороллер в мобильную лапшичную с палочками вместо вилок, бумажными фонариками и азиатским флёром, поддержав экспериментальный сэмплинг и яркий диджитал бренда Роллтон блогерами в Instagram и Tiktok.

Август-Сентябрь 2021
Локация: **Анапа / Геленджик / Адлер, пляжи**
Клиент: **Роллтон**

Цифры:
163 000 упаковок и палочек «Роллтон»
2 блогера Instagram
3 блогера TikTok
4 703 294 охват

BMW ARCTIC EXPERIENCE

– **4 800 заездов** на соревнованиях по тайм-слалому на BMW 330i;

– **1 500 участников**

– **10 000 км** в управляемом скольжении на замерзшем озере на BMW M5 Competition;

– **тест-драйв по снежному бездорожью** на автомобилях BMW X.

Вместе с BMW мы предложили фанатам бренда принять вызов севера и организовали путешествие в Заполярье, чтобы доказать - полный привод BMW не просто обеспечивает безопасность, они и дает возможность получить удовольствие от вождения даже в самых суровых условиях.

BMW M/// Weekend 2020

Даты: 24—29 сентября 2020

Место: Moscow Raceway

Гости: более 600 человек

Клиентские дни BMW ///M
презентация моделей BMW
M-серий на уикенде
на Moscow Raceway

За основу мы взяли идею о том, что любая интенсивная тренировка — это проверка на прочность физических возможностей и спортивной экипировки. Мы построили настоящий андеграундный Boot Camp, состоящий из трёх зон для разных уровней физических нагрузок.

& BASKETBALL MARKETING MANAGER

ВАЛЕРИЯ АНАНИЧ RTF

Пожалуй, самое сложное искусство в современной event индустрии — это быть актуальным. Время — самый ценный ресурс, которым мы обладаем. Агентство Journey очень умело распоряжается им и всегда в суперкороткие сроки представляет суперкреатив по проектам, соблюдает все сроки, ВСЕГДА предлагает варианты оптимизации тех или иных процессов, чтобы клиент оставался в бюджете, и, что немаловажно, у менеджеров Journey бесконечное уважение ко времени клиента. Особенно это наблюдается в процессе презентации проектов, звонков, встреч — всё чётко и по делу. Спасибо команде Journey, что цените наше время! Мы не перестанем приглашать вас к нам в проекты, обожаем вас и ваш креатив.

Локация: бойлерная «Хлебозавода»
Клиент: Puma
Повод: презентация новой коллекции Puma ZXT
Цифры:
350 участников

Puma Zone XT

Новогодние истории в домашнем театре Dewar's 2019

Мы создали на рынке настоящий домашний театр на один вечер — разработали программу, продумали и реализовали застройку, пригласили важных гостей, подарили именные подарки и отметили начало длинных зимних каникул.

Локация: Центральный рынок
Клиент: Dewar's
Повод: Новый год
Цифры: **500** гостей, **1 182 583** — охват в instagram

КОМАНДА DEWAR'S

Женя,
команда!
Спасибо вам огромное
за нереально качественную
работу в нереалистичные сроки!
Спасибо за поддержку и статусы
для успокоения! Спасибо за каждого
гостя, потому что все они как на подбор
лучшие люди Москвы, которые пришли
к нам, несмотря на «Симачев» и ФСБ! Спасибо
за каждый миллиметр невероятного медного
брендинга на протяжении всего рынка и просто
космический бар в самом его сердце! Спасибо
за качественный контент и слаженную работу
света, звука, наших придирчивых креаторов))
Ну и за то, что всегда готовы были идти
навстречу и находить компромисс
в рамках денег и сроков!
Бесконечная любовь и объятия
всех и каждого!

Puma & Karl Lagerfeld 2019

Локация:
PUMA Select Store в ТЦ «Галерея»
Клиент: Puma
Повод: презентация новой коллекции

Цифры:
1 магазин,
1 танцевальный баттл,
110 участников

В этот раз перед нами стояла задача — придумать концепцию и организовать запоминающийся запуск коллекции, и мы решили сделать вог-бал в магазине в честь коллаборации с великим Лагерфельдом.

Вот так мы увидели подиум на этот раз — в кругу вогеров, в свете прожекторов и в окружении голографических вентиляторов.

Hot Hatch пикник 2019

Локация: аэродром «Быково»
Клиент: «Яндекс», «Авто.ру»
Повод: выход новой модели автомобиля Hyundai i30N
Цифры: 46 гоншиков,
142 автомобиля на экспозиции,
147 заездов

Перед нами стояла задача — рассказать и показать, что Auto.ru не просто площадка, где покупают и продают автомобили, а ресурс с культурой, ценностями и предпочтениями большой аудитории автолюбителей.

Поэтому, в свете выхода на российский рынок нового заряженного i30N, мы решили собрать самых отчаянных ценителей-владельцев хот-хэтчей для общения, соревнований и отдыха на мероприятии «Хот-хэтч пикник «Авто.ру».

Тренировка PUMATRAC 2019

PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC

Придумали и организовали тренировку на мосту с автором новой спортивной программы Алиной Загитовой.

Было лето, было жарко, но мы справились — оснастили мост кондиционерами и украсили живыми растениями, соорудили несколько симпатичных зон: для тренировки, фото и центральной экспозиции, которой стал огромный жёлтый элеватор.

Локация: Андреевский мост
Клиент: Puma Russia
Повод: запуск приложения PUMATRAC
Цифры: 300 участников тренировки

PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC

Ужин Vega Sicilia от Simple Wine

Дата: 27 августа 2019

Место: Музей шахмат на Гоголевском бульваре

Изысканный закрытый ужин клуба SimpleWine Privé в Музее шахмат Российской шахматной федерации на Гоголевском бульваре

В результате получился ***арт-объект, в котором сошлись прошлое, настоящее и будущее Москвы.*** Даже ёлка, традиционный спутник Нового года, была необычной — её сделали с помощью средств современного дизайна и типографики.

PANTONE®
7710 C

Бренд-объект Ёлка «А 101»

В этом проекте агентство Journey задействовало творческое объединение «АРТМОССФЕРА», художника Женю Желвакова и двор Музея Москвы.

Локация: Москва
Клиент: группа компаний «А101»
Повод: Новый год

PUMA: девичник DO YOU 2016

Локация: Москва
Клиент: Puma
Повод: поддержка рекламной кампании

Цифры:
3 мини-фильма,
100 гостей,
21 балерина

Do you — креативный манифест Puma, вдохновением для которого послужила бескомпромиссная решительность девушек.

Совместно с агентством UNITY мы придумали идею и ***спродюсировали съёмки трёх мини-фильмов*** с участием модели и диджея Дарьи Малыгиной, солистки Большого театра Анны Окуневой и музыканта Манижи; премьера которых состоялась на официальном запуске — камерном детальном «девичнике» в танцевальной студии «Воздух».

175 лет Сбербанка в 6 офисах в Москве за один день в 2016 году

Придумали концепцию мероприятия и масштабировали на 6 крупных столичных офисов с одновременной реализацией на всех площадках.

В основе концепции события лежало стремление сломать привычные представления об офисе, устроив в нём настоящий фестиваль: зелёный газон в фойе, ящики с фруктами, зелёным чаем, ароматный кофе, пончики и сладкая вата, уличный театр, шаржисты и музыканты, интерактивная фотозона и благотворительная лотерея.

Локация: офисы «Сбербанка» в Москве
Клиент: «Сбербанк»
Повод: 175 лет бренда
Цифры:

6 офисов, 16 000 сотрудников

Digital-активации

perfect MATCH makers

Только что проиграл наш ролик из диджитал-отчета. Получилось просто супер!!! Хотел просто отдельно команде сказать «спасибо».

Максим Попов
Bacardi Россия

DIGITAL _

BACARDI Party Gang

Пример активации

КЛИЕНТ: BACARDI
ЛОКАЦИЯ: РОССИЯ

ОБЩИЙ ОХВАТ:
1 242 065
ПРОСМОТРОВ

ИЗ НИХ УНИКАЛЬНЫХ:
291 763

NOTE PAD

ИДЕЯ:

НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ СВОЕЙ ИСТОРИИ БРЕНД BACARDI ПОДДЕРЖИВАЛ КОМЬЮНИТИ И ДЕЛИЛСЯ ДУХОМ СВОБОДЫ, КОТОРЫЙ ЗАРОДИЛСЯ НА ЗНАМЕНИТЫХ КУБИНСКИХ ВЕЧЕРИНКАХ.

КАК И 100 ЛЕТ НАЗАД, СЕГОДНЯ BACARDI ПОДДЕРЖИВАЕТ ТЕХ, КТО СОЗДАЕТ НАСТРОЕНИЕ И ТРАНСЛИРУЕТ СВОБОДУ БЫТЬ СОБОЙ НА ТАНЦПОЛЕ.

МЫ СОЗДАЛИ НАБОРЫ SURVIVAL BACARDI И ОТПРАВИЛИ ИХ ИНФЛЮЕНСЕРАМ BACARDI.

DIGITAL SOC
DIGITAL
АПРЕЛ
POST AKKERMAN.JPG
POST PTAHA.JPG
POST SHURAEV.JPG
INFLUENCER'S PACK.JPG
POST OBOLENTSEVA.JPG
INFLUENCER'S PACK
File Share Options Edit
Dribbble ⌘D
Instagram ⌘I
Snapchat ⌘S
Tumblr ⌘T
Pinterest ⌘P
SHARE
Share
КЛИЕНТ: DEWAR'S
ЛОКАЦИЯ: РОССИЯ
ОБЩИЙ ОХВАТ:
444 746
ПРОСМОТРОВ
ИЗ НИХ УНИКАЛЬНЫХ:
291 763
Dewar's
EST 1846
About Index Articles Log SPARQL+ Downloads
POST-DIGITAL PUBLISHING ARCHIVE
Experimental Publishing Informed By
INDEX
Authors
Works
ИДЕЯ :
ГЕРОИ DEWAR'S ОТПРАВЛЯЮТ ПОДПИСЧИКАМ КНИГУ, КОТОРУЮ СТОИТ ПРОЧИТАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС.
ПОСТ «ПОДПИСАН» НЕБОЛЬШОЙ ИСТОРИЕЙ О ТОМ, КАК БЛОГЕР ЧИТАЛ ЭТУ КНИГУ ВПЕРВЫЕ И СООБЩЕНИЕМ, ПОЧЕМУ ЕЁ НУЖНО ПЕРЕЧИТАТЬ ВТОРОЙ РАЗ ПРЯМО СЕЙЧАС.
ИДЕЯ ДОЛЖНА ПОДВОДИТЬ К ТОМУ, ЧТО #ДВАЖДЫЛУЧШЕ, ПОТОМУ ЧТО НОВЫЕ СМЫСЛЫ ОТКРЫВАЮТСЯ В РАЗНОМ ВОЗРАСТЕ.
В КОНЦЕ ПОСТА ИНФЛЮЕНСЕР ПРОСИТ СВОИХ ПОДПИСЧИКОВ РАССКАЗАТЬ, ЧТО ОНИ ДЕЛАЛИ ДВАЖДЫ И ПОЧЕМУ. ЗА ЛУЧШУЮ ИСТОРИЮ АВТОР ДАРИТ ПОДПИСЧИКАМ ОБОЗНАЧЕННЫЙ ТОМИК.
DIGITAL _
Dewar's Gang
Пример активации
DEWAR'S DIGITAL SOCIETY

Фестивали

perfect MATCH makers

Февраль, 2020

Локация: Сочи, Красная Поляна
Клиент: «Спортмастер»
Повод: сноубордический фестиваль для непрофессионалов при поддержке бренда TERMIT
Цифры: 2 000 посетителей

Project

Termitory 2020

Мы выступили как креаторы, кураторы, продюсеры и застройщики сноубордического фестиваля.

Впервые спроектировали и построили snowpark, а также устроили серию вечеринок с участием МС Сенечки и Cream Soda.

За выходные на фестиваль #MARTINITime пришло 30 тысяч (!) людей из 67 тысяч (!!) зарегистрировавшихся, и абсолютное их большинство осталось довольно, а большинство тех, кто знает нас лично, написало нам, что это было офигенно. Stay Hungry, Journey Agency, Группа компаний RCG, iKarma digital agency — ещё раз обняла! Едем дальше!

ДИНА ДУХОВИЧ Martini Россия

Мы умеем придумывать целые миры, посвященные одному бренду/продукту – например вермуту.

На MARTINI Time отвечали за создание визуального образа среды и многослойную музыкальную программу.

Project

MARTINI Time 2019

Локация: «Хлебозавод»
Клиент: MARTINI
Повод: ежегодный фестиваль гастрономических развлечений
Цифры: 30 000 гостей

Каждый год мы стараемся сделать наш фестиваль ещё интереснее, ещё веселее, ещё комфортнее. В этот раз мы собрали какой-то невероятный line up спикеров на двух площадках фестиваля и потрясающую музыкальную сцену. <...> Спасибо редакции, отделу продаж и маркетингу Esquire за бессонные ночи, Жене Галетке и нашему любимому агентству Journey за долготерпение меня...

Сергей Минаев

Вместе с командой Esquire придумали и воплотили до мелочей три крупномасштабных фестивальных проекта Esquire Weekend, задуманных как воплощение журнала в пространстве. Формат на стыке литературы, изобразительного искусства и актуальной музыки.

Локация: Москва
Клиент: издательский дом Independent Media
Повод: культурный фестиваль
Цифры: **3 фестиваля, 30 часов, 20 000 человек**

Esquire Weekend 2017-2019

Первая
и единственная публичная
лекция руководителя
космических программ NASA
и одного из самых влиятельных
астрофизиков современности
Алана Стерна — в российской
государственной
Библиотеке им. Ленина.

Project

Политех360 2018

Локация: Российская государственная библиотека, Цифровое деловое пространство (ЦДП), Электротеатр Станиславский, МАММ

Клиент: Политехнический музей

Повод: фестиваль о связи науки, бизнеса, искусства и повседневности

Цифры: 9 400 гостей

Note Pad

МЫ ВЗЯЛИ НА СЕБЯ КРЕАТИВНУЮ И ОРГАНИЗАЦИОННУЮ ПОДДЕРЖКУ УЖЕ СЛОЖИВШЕГОСЯ КОНЦЕПТУАЛЬНО ФЕСТИВАЛЯ: ОТРИСОВАЛИ, ПОСТРОИЛИ И ОРГАНИЗОВАЛИ РАБОТУ КАЖДОЙ ИЗ ЗОН НА РАЗНЫХ ПЛОЩАДКАХ В АККУРАТНОМ СООТВЕТСТВИИ С ИДЕЕЙ СОБЫТИЯ.

инклюзивный фестиваль
В основу концепции легла понятная идея равенства, которая была выражена через искусство, — и мы помогли ее реализовать. Музыка, литература, театр, архитектура, мода и наука были представлены в отдельных тематических блоках, которые составили основу мероприятия.
Project
House of Hearts 2017
фонд обнажённые сердца
Первый инклюзивный благотворительный фестиваль Фонда Натальи Водяновой «Обнажённые сердца».
Локация: музей архитектуры имени Щусева
Клиент: Фонд «Обнажённые сердца»
Повод: благотворительный инклюзивный фестиваль
Цифры: 2 000 гостей, 22 артиста, 11 лекций, 4 театральных перфоманса

BWD прошел в Brooklyn Studio, гнезде лофтов и барбешопов на Звенигородской улице, и это было эффектно. <...> Никаких вопросов к площадке, организации и публике. Я в Brooklyn Studio была впервые — казалось, что лофт, полный бутылок, построили специально под винные фестивали.

Анна Масловская
ex-редактор Afisha. Daily

Honestly, this was the coolest wine related event I ever have been to! Respect!

Маркус Хубер
участник фестиваля и один из лучших австрийских виноделов

Big Wine Day 2016/17

Идея красивого и интеллектуального потребления вина для «взрослой» аудитории: больше десятка баров, тематический фудкорт, мастер-классы, музыкальная программа и сервисы, ставшие визитной карточкой мероприятия,— гардероб для вина и доставка.

Локация: Brooklyn Loft, PM Loft
Клиент: MBG Wine
Повод: винный фестиваль
Цифры: 7000 гостей, 20 000 бутылок вина

Идея красивого и интеллектуального потребления вина для «взрослой» аудитории: больше десятка баров, тематический фуд-корт, мастер-классы, музыкальная программа и сервисы, ставшие визитной карточкой мероприятия, — гардероб для вина и доставка.

TOTAL
TENDER
1
41
145
08/18/17
17:26:40

Совместно с командой Unity мы придумали, а затем и реализовали за три дня фестиваля: 15 мастер-классов с участием 17 шефов из 5 стран мира, два pop-up-ужина, маркет с самыми редкими и интересными кулинарными необходимостями и устроили грандиозную вечеринку Omnivorious для 1 500 столичных гастроэнтузиастов.

Omnivore Moscow 2015

HELLO NOTE

to: *Локация:* DI Telegraph

date: *2015*

note:

Клиент: Omnivore
Повод: гастрономический фестиваль
Цифры: 3 000 гостей, 17 шеф-поваров, 3 дня

В пятый раз в Москве прошёл фестиваль творческой молодой кухни Omnivore. Мероприятие масштабное, международное и, безусловно, интересное.

BURO 24/7

Project

BeeCamp

2013-2014

Первый проект агентства Journey. 60 артистов, в том числе **Hot Chip,** на пляже Чёрного моря.

Локация: Анапа, Бугазская Коса
Санкт-Петербург, Парк 300-летия
Клиент: «Билайн»
Повод: фестиваль спорта
Цифры: **100 000** посетителей,
20 фестивальных дней,
60 артистов,
100 спортсменов

Знаковый проект для агентств Journey и UNITY. Большая объединённая команда занималась организацией ивента на всех этапах: от разработки идеи, фирменного стиля и программ ATL- и PR-поддержки — до букинга артистов и спортсменов и оперативного управления площадками проведения фестиваля.

Интеграции брендов
в мероприятия

perfect
MATCH
makers

Project

PUMA Cell Funky Town на Faces&Laces 2019

Локация: Face&Laces
Клиент: PUMA
Повод: значимый выход новой модели кроссовок PUMA Cell Alien
Цифры: трафик 100 человек/час

Мы буквально разобрали кроссовок на части, чтобы потом из этих элементов собрать батут.

Получилось красиво: горка на шнуровке, бассейн с поролоном и бутафорский PUMA Cell Alien внушительного размера, который был виден со всех сторон.

Dewar's на Esquire Weekend 2019

Мы полностью придумали и реализовали креативную концепцию присутствия бренда на фестивале и в digital. Бармены-близнецы, дуальные бары и двойные смыслы буквально транслировали слоган бренда и заглавный смысл коммуникации — «дважды лучше».

Локация: Москва и Санкт-Петербург
Клиент: Dewar's
Повод: фестиваль издания Esquire

Вячеслав Федоров
BACARDI Россия

От лица компании BACARDI хотел бы поблагодарить вас за минувший ивент. Как всегда, командой Esquire совместно с Journey был показан настоящий класс по организации уже ставшего традиционным замечательного летнего lifestyle-события. Желаю всем не менее ярко провести наше не менее интересное событие в Санкт-Петербурге! Только вперёд!

BACARDI Dancefloor 2018–2019

С 2018 года мы помогаем бренд-команде BACARDI развивать experiential-платформу ***BACARDI Dancefloor***, в разработке которой команда Journey принимала непосредственное участие. Мы приняли участие в организации вечеринок разного масштаба: танцевали в офисе, в «Танцплощадке» и в ангаре на улице Правды; ***придумали и реализовали интеграцию бренда в New Star Camp, Bosco Fresh Fest и Afterhalloween, Encore Fest*** и несколько десятков других событий.

В скоуп задач на 2020 добавился креативный саппорт пула инфлюенсеров бренда

Команда Bosco Fresh Fest

В первую очередь, хотим выразить вам огромную благодарность и сильный респект за разработанную вами концепцию. На нашей памяти впервые партнёр присылает настолько круто проработанную идею в первой итерации. Вы смогли услышать нас и очень умело интегрироваться в основную тематику фестиваля. Это круто. Значит, мы мыслим в одном направлении!

Tatler.ru о первой большой вечеринке BACARDI Dancefloor в декабре 2018

Самые модные меломаны Москвы вчера собрались на танцполе Bacardi Dancefloor Main Event, чтобы вживую услышать электронный британский дуэт Disclosure (и не только).

Локация: Москва, Санкт-Петербург, Сочи
Клиент: Bacardi Russia

Цифры:
3 фестиваля, 6 000 гостей

Project

Фестивальные интеграции «Билайн» 2013–2019

Клиент:
«Билайн»

Локация:
фестивали AFP, VK Fest, Faces&Laces, День города в Москве, SMIT, Present Perfect, Boogel Woogel, Пикник «Афиши», Locals Only, Stereoleto и т. п.

На протяжении 7 лет Journey — одно из основных experiential-агентств «Билайна». Мы придумали и реализовали **VR-сцену, фиджитал-город, десятки удобных сервисов,** ярких интерактивных фотозон и игровых станций.

Проекты разных лет отмечены:
2 золотыми медалями и бронзой фестиваля bema! 2018—2019, Гран-при Russian Sponsorship Awards 2018 бронзой и 2 шорт-листами «Серебряного Меркурия» 2019.

Специальные
& pop-up-проекты

perfect
MATCH
makers

Porsche Taycan pop-up 2020

Даты: август — октябрь 2020

Места: Дилерские центры Porsche в Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Москве

Гости: более 1700 человек (во всех городах)

Экспозиция Porsche Taycan в 8 дилерских центрах Porsche презентация первого электрокара Porsche в дилерских центрах в трех городах

Привет, Москва! 2018–2019

Цифры: 11 месяцев
4 тематических блока
80 маршрутов

Локация: Московский метрополитен
Клиент: Московский метрополитен
Повод: городской проект о мегаполисе, его тайнах и жителях

Манифестом проекта стала фраза **«Любая дорога — путешествие!»**, нацеленная превратить ежедневную дорогу в увлекательное приключение. Уникальный флагманский поезд, наполненный историческими, кинематографическими, музыкальными и литературно-театральными фактами о городе, карта «Тройка» с авторскими иллюстрациями, узнаваемые красные билборды, специальные события — всё это придумано и реализовано большой мультидисциплинарной командой, в которой Journey отвечали за весь экзекьюшн.

UITP AWARDS

Проект — лауреат самой престижной транспортной премии UITP Awards 2019 Международного союза общественного транспорта (МСОТ) в номинации «Маркетинговая кампания».

Локация: лофт на Бадаевском заводе
Клиент: **MBG Wine**
Повод: штаб-квартира Taittinger Loft на время чемпионата мира по футболу
Цифры: **31 день** — длительность проекта

CHAMPAGNE
TAITTINGER
Reims

Мы построили для Taittinger Loft атмосферное пространство с верандой, отличным звуком и большим экраном. Такие поп-ап-проекты для Journey не в новинку — мы умеем и любим их делать.

Кроме шампанского и футбола, в лофте сошлись джаз и театр, кабаре и перформанс, рок-н-ролл, соул и фанк.

I Can't stop remembering...

Taittinger Loft — это специально созданное пространство с верандой, мощной звуковой системой и огромным экраном диагональю 4 метра. Здесь на протяжении всего турнира будут проводиться вечеринки и мероприятия для партнеров шампанского дома, прессы и официальных лиц. Для лофта зарезервированы 5 000 бутылок шампанского.

ITSMYWINE.RU

Taittinger Loft 2018

CHAMPAGNE
TAITTINGER
Reims

In order to maintain the legibility of the TAITTINGER logo block

Зоны Банка «Открытие» для клиентов на концертах 2017–2018

Цифры: 8 000 гостей,
3 стадионных мероприятия

Локация: Москва, стадион «Открытие Арена»
Клиент: банк «Открытие»
Повод: интеграция в крупные летние концерты

Коллеги, спасибо! Вы все невероятные, и работать с вами, как есть крем-брюле))) страшно приятно!

ИНГА КОЗЛОВА БАНК «ОТКРЫТИЕ»

У банка «Открытие» есть прекрасная традиция — заботиться о своих специальных гостях на главных летних музыкальных событиях. Мы два года подряд придумывали и воплощали концепции гостевых зон на **стадионных концертах Guns 'N' Roses, «Ленинград» и Depeche Mode.** Инсталляции, фуд-корты, фото- и фан-зоны, освещение, графическое и интерьерное оформление — наших рук дело.

Проект ГТГ и Московского метрополитена «Интенсив XX» — идеальный учебник русского искусства XX века, который не пытается учить, зато заставляет отвлечься от айфонов и планшетов.

AFISHA.DAILY

Интенсив XX 2017

Локация: Москва

Клиент: Государственная Третьяковская галерея, Московский метрополитен

Повод: просветительский проект для горожан

Наша команда отвечала за реализацию идеи **«С искусством по пути»** — специально оформленный поезд, посвящённый русскому искусству XX века, нестандартная экспозиция в эскалаторном тоннеле станции метро «Парк культуры», концерт Юрия Башмета в ночном метро в сопровождении световой купольной проекции с фрагментами полотен Кандинского и музыкально-поэтический концерт на «Маяковской».

Цифры:
6 месяцев проекта
более **100 работ** из собрания Третьяковской галереи
1 780 квадратных метров площадь оклейки поезда

Место, которое проработает пять месяцев и войдёт в историю.

AFISHA.RU

Heineken Bar 2016

(вместе с UNITY)

Уникальный проект на стыке ивент- и ресторанного бизнеса, придуманный вместе с агентством UNITY. **За рекордных 2 месяца мы подготовили к открытию полноценный бар, которому было суждено превратиться в главное место силы летнего московского сезона — 2016** с многоуровневой архитектурой, струнными садами из живых растений, знаковыми коктейлями в пластиковых пакетах, меню от шеф-повара ресторана «Северяне» и уникальной программой из 82 вечеринок.

Локация: бар с двором в центре Москвы
Клиент: Heineken
Повод: pop-up проект

1 двор
20 уикендов
175 артистов
55 000 гостей

THE-VILLAGE

Летний фестиваль длиной в полгода.

JOURNEY NEVER ENDS

journeyevents.ru
info@journeyevents.ru