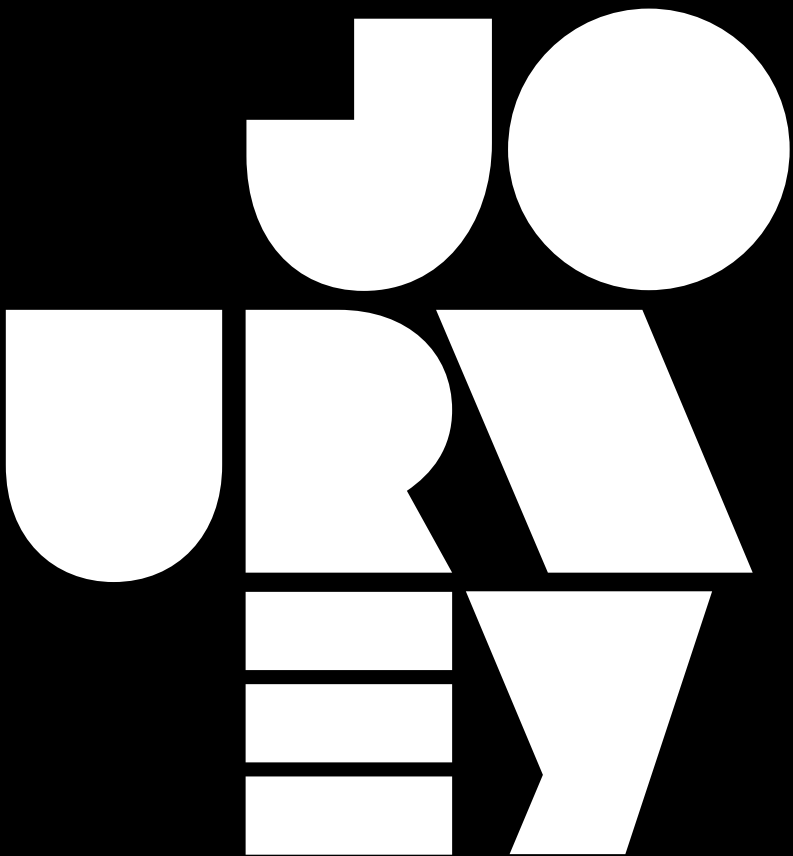


Агентство Journey
Портфолио



perfect
MATCH
makers

ТОУРНЕЧ

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

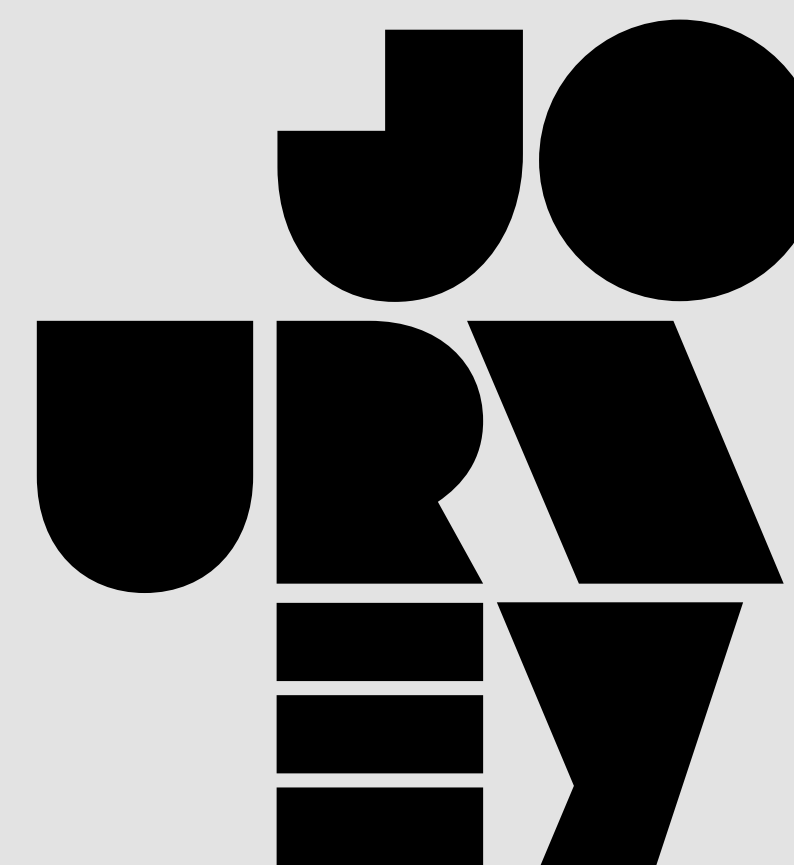
Мы любим свою работу, поэтому достигаем высоких результатов, и даже больше.

Ответственно

Мы делаем либо хорошо, либо никак.



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

BACARDÍ

DO WHAT MOVES YOU

КЛИЕНТ: BACARDÍ
ЛОКАЦИЯ: РОССИЯ

ОБЩИЙ ОХВАТ:

1 242 065
ПРОСМОТРОВ

ИЗ НИХ УНИКАЛЬНЫХ:

291 763

NOTE PAD

ИДЕЯ:

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

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

МЫ СОЗДАЛИ НАБОРЫ
SURVIVAL BACARDÍ И
ОТПРАВИЛИ ИХ
ИНФЛЮЕНСЕРАМ BACARDÍ.

loading...

100%

Принимать внимание
и поддержку от друзей и
партнеров @bacardi в
это непростое
изоляционное время. BACARDÍ
Воспоминания с приятным
ароматом

STORIES.JPG

STORIES.JPG

POLAROID.JPG

DIGITAL

BACARDÍ Party Gang

Пример активации

DO WHAT MOVES YOU

BAC

DO WHAT MOVES YOU

INFLUENCER'S PACK



INFLUENCER'S PACK

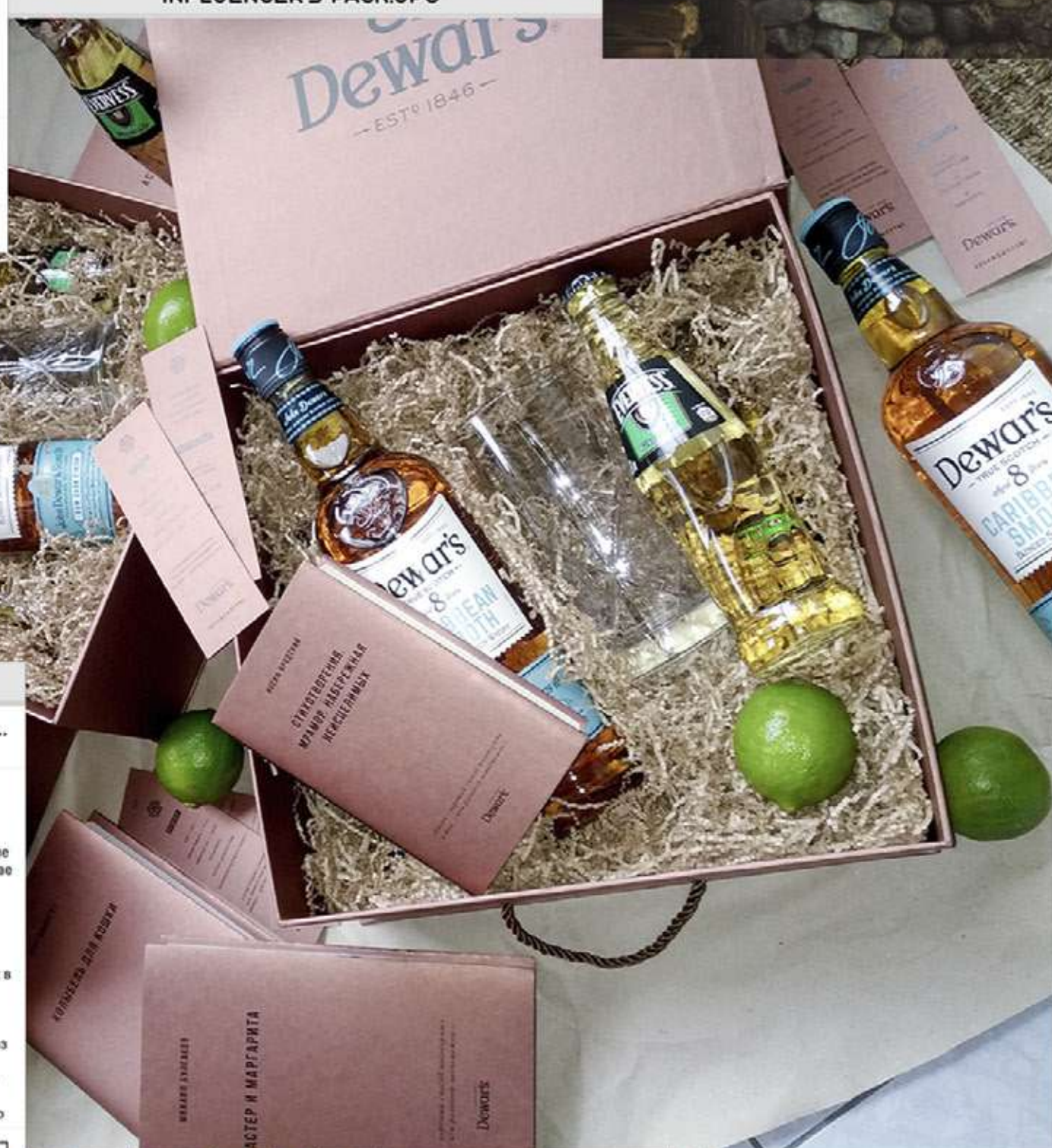
POST AKKERMAN.JPGG



POST PTANA.JPGG



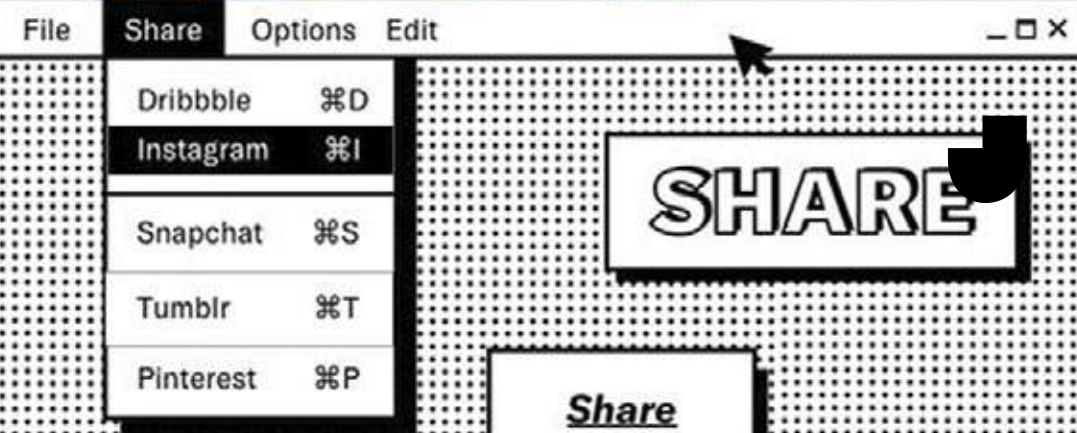
INFLUENCER'S PACK.JPGG



POST OBOLNTSEVA.JPGG



POST SHURAEV.JPGG



POST-DIGITAL PUBLISHING ARCHIVE

Experimental Publishing Informed By

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 ЕЕ 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.

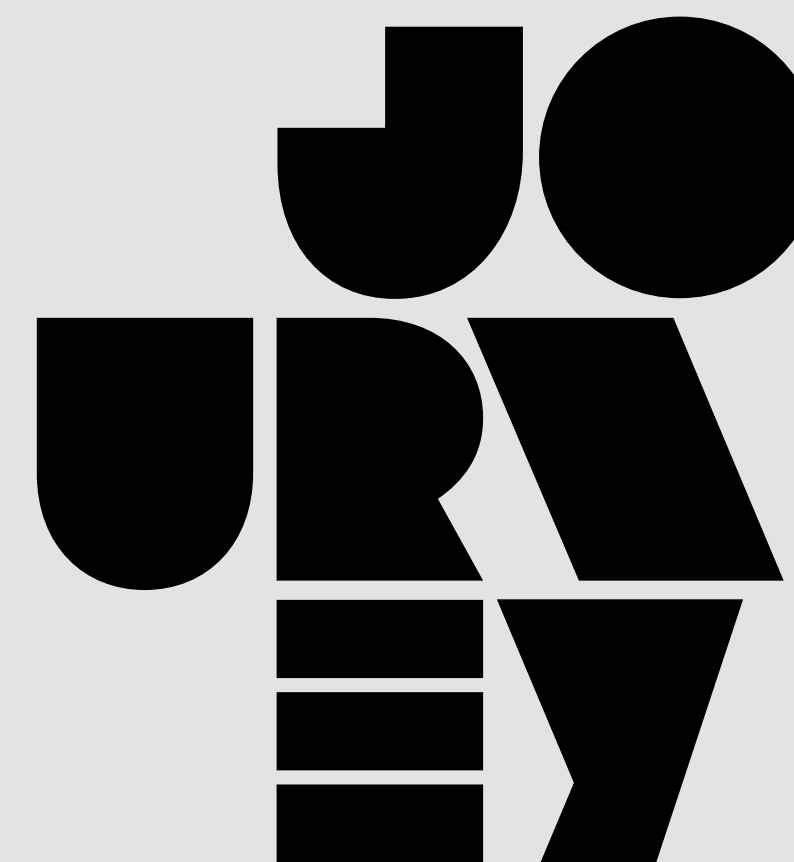
DIGITAL

Dewar's Gang

Пример активации



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

SNOW PARK

Termitory 2020

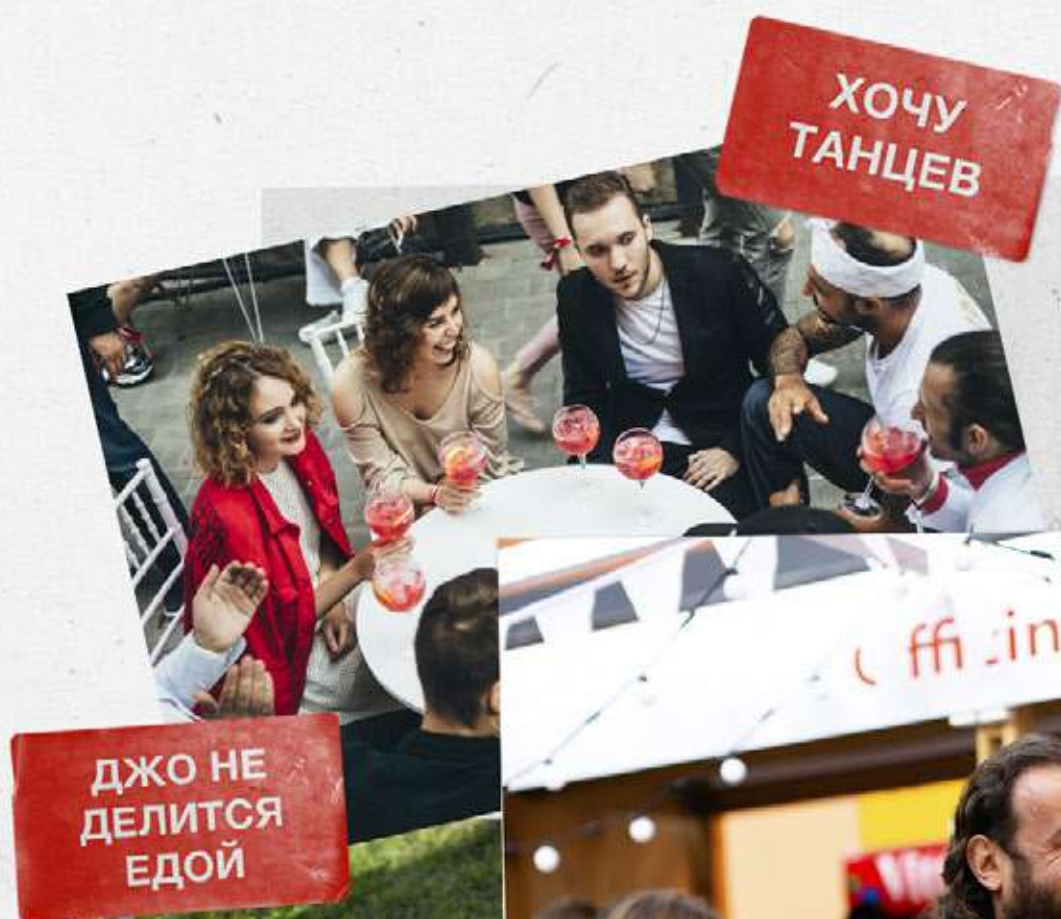
Project

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

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

CREAM SODA

MC Сенечка



ХОЧУ
ТАНЦЕВ

ДЖО НЕ
ДЕЛИТСЯ
ЕДОЙ



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 долго-терпение 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.



Esquire WEEK

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



Esquire



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), Электротheater
Станиславский, МАММ

Клиент: Политехнический музей

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

Цифры: 9 400 гостей



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.



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.

пустил
аждый
ам»,

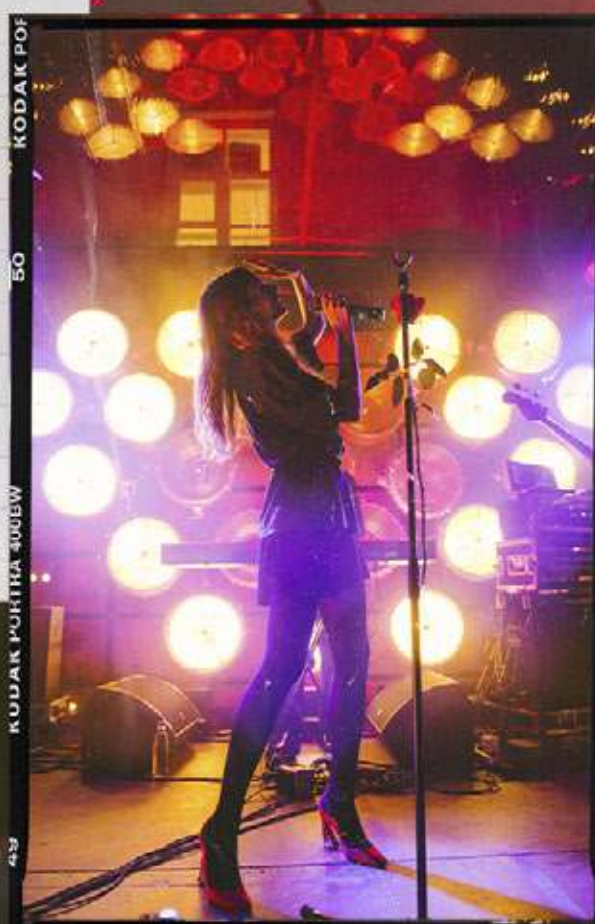
ИНКЛЮЗИВНЫЙ
фестиваль

HOUSE



Project

House of Hearts 2017



Первый
инклюзивный
благотворительный
фестиваль Фонда
Натали 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 перформанса



фонд
обнажённые
сердца

прошел в Brooklyn Studio, гнезде лофтов и барбешопов на Звенигородской улице, и это было эффективно. <...> 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.

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.

TOTAL

TENDER

1

41
145

08/18/17
17:26:40

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

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 рор-ип-ужина, маркет с самыми редкими и интересными кулинарными необходимостями и устроили грандиозную вечеринку Omnivorous 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.

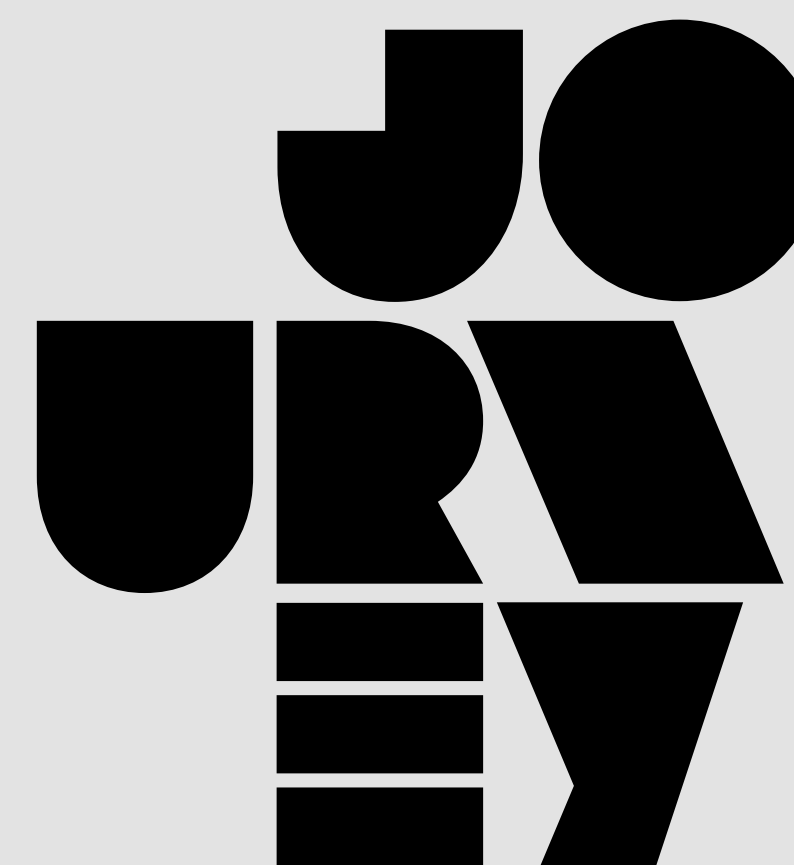
Локация: Анапа, Бугазская Коса
Санкт-Петербург, Парк 300-летия
Клиент: «Билайн»
Повод: фестиваль спорта
Цифры: 100 000 посетителей,
20 фестивальных дней,
60 артистов,
100 спортсменов

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



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



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



PUMA

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





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».

Dewar's на Esquire Weekend 2019



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 вперед!

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

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!

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

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 дуэт британский (и не только).

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

Цифры:
3 фестиваля,
6 000 гостей

RUDIMENTAL

BACARDI Dancefloor 2018-2019

Beel ne

Локация:
ивали АТР, VK
aces & Laces,
орода в Москве,
Present Perfect,
Woogel, Пикник
и», Locals Only,
Stereoleto и т.п.

**ПЕРЕХОДИ В «БИЛАЙН»
НА БЕЗЛИМИТ!**

Тариф «Анлим»
beeline.ru

T2



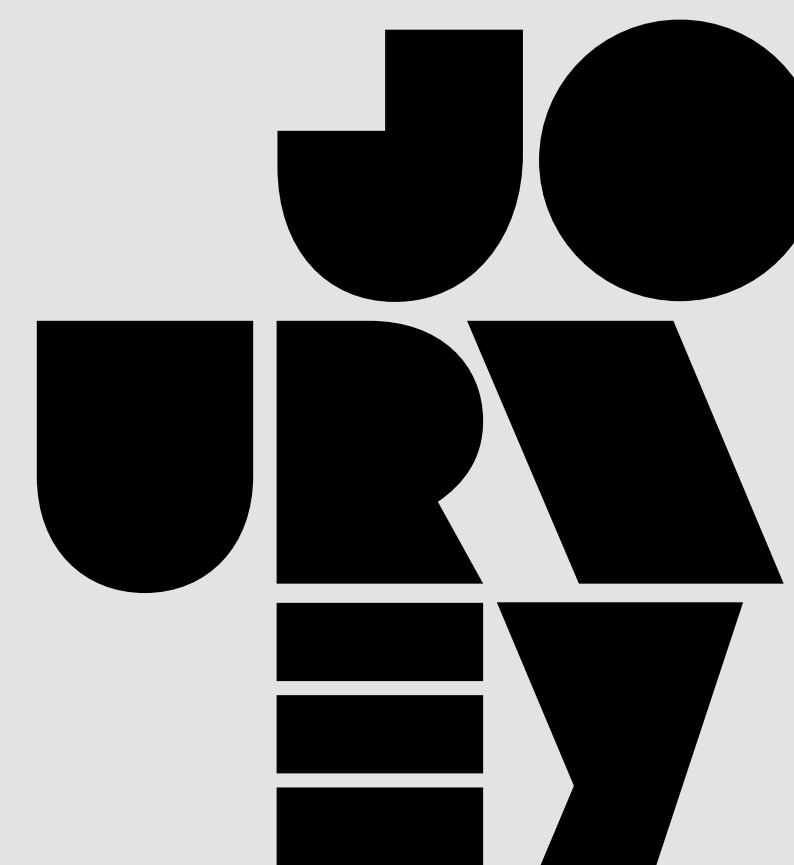
**RUSSIAN
SPONSORSHIP
AWARDS 2019**

SilverMercury™

**bema!**
Best Experience Marketing Award**bema!**
Best Experiences Marketing Awards



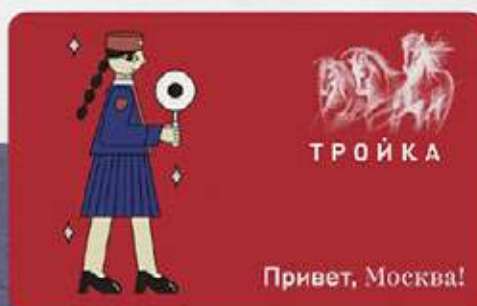
Специальные
& pop-up-проекты



perfect
MATCH
makers

Привет, Москва! 2018-2019

Цифры: 11 месяцев
4 тематических блока
80 маршрутов

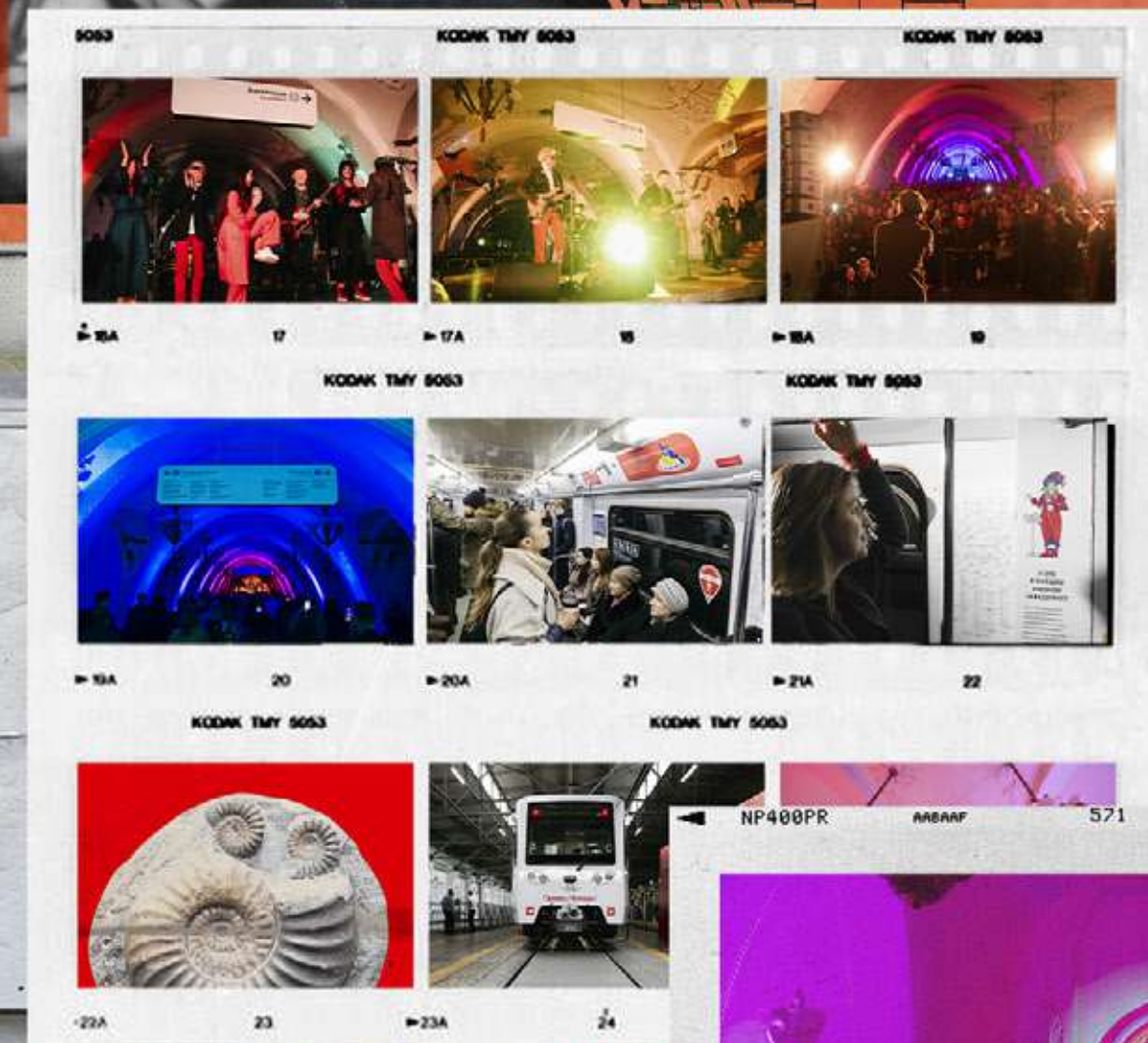


Локация: Московский метрополитен
Клиент: Московский метрополитен
Повод: городской проект о мегаполисе, его тайнах и жителях

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



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

Reims



CHAMPAGNE
TAITTINGER

Reims



I can't stop remembering...



**Taittinger
Loft
2018**

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.



CHAMPAGNE
TAITTINGER
Reims

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

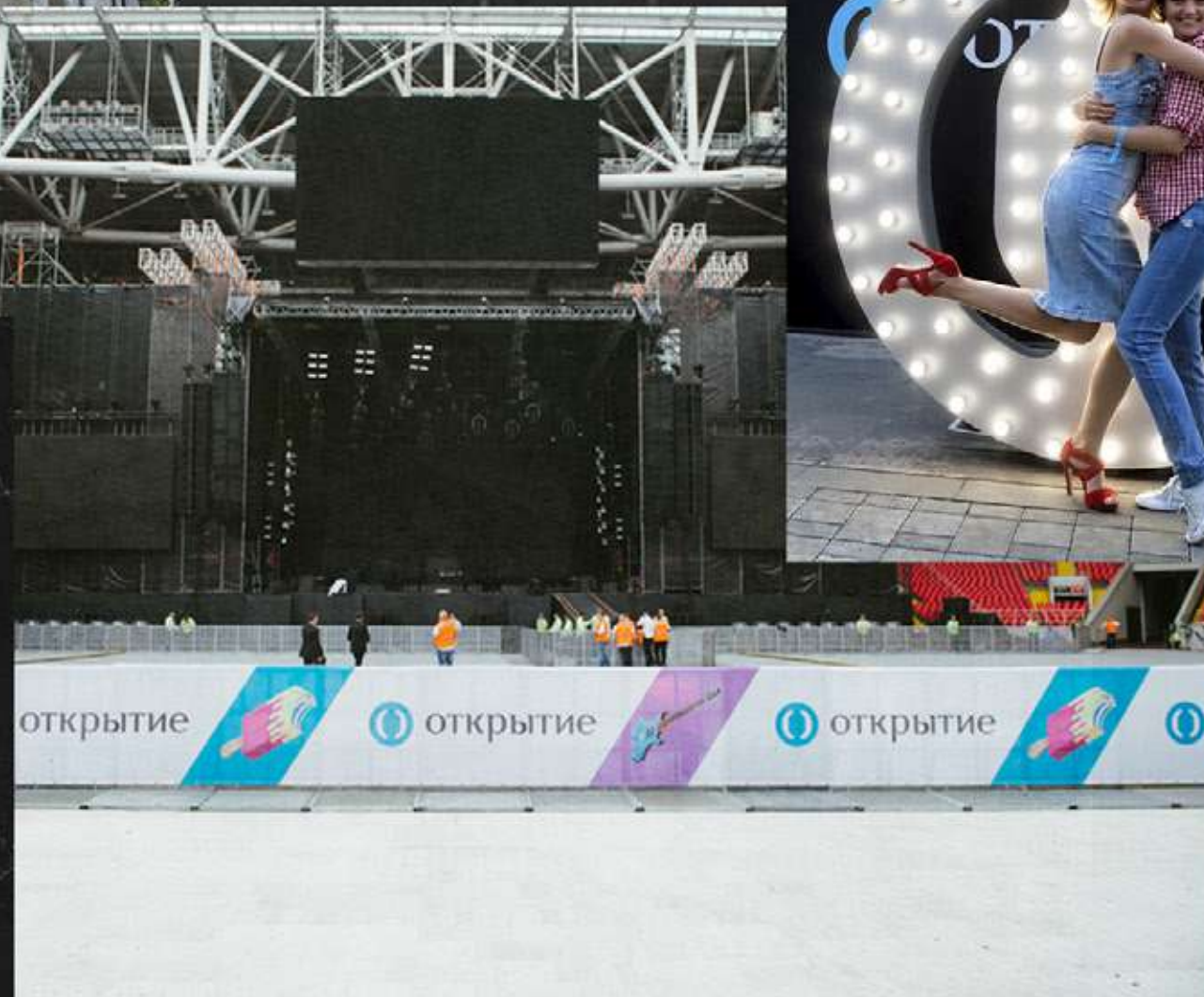


SLO-MO VIDEO PHOTO SQUARE PANO



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

Цифры: 8 000 гостей,
3 стадионных мероприятия



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

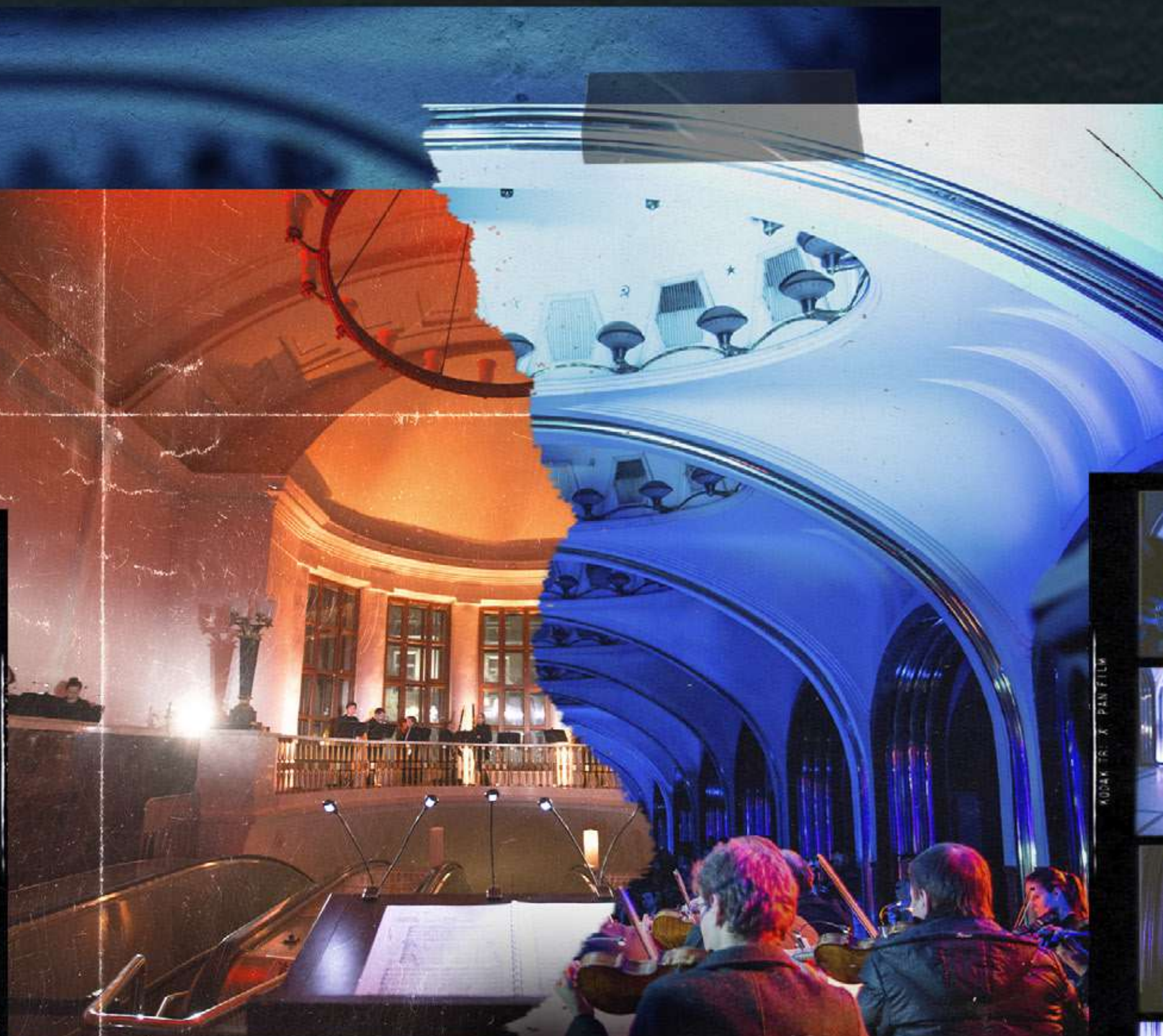
ИНГА КОЗЛОВА БАНК «ОТКРЫТИЕ»



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



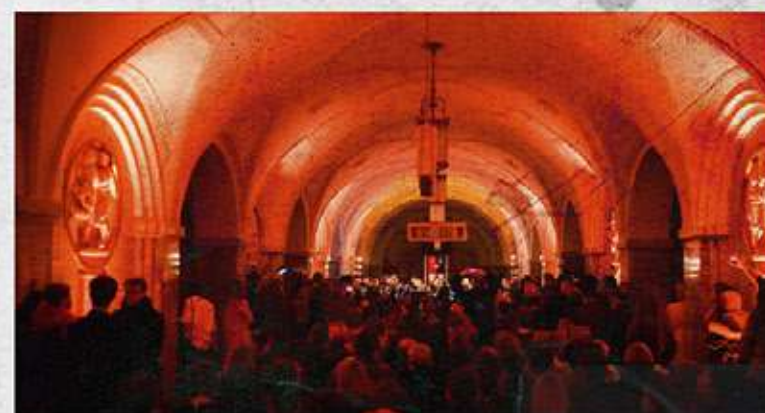
Наша команда отвечала за реализацию идеи
«С искусством по пути» — специально
оформленный поезд, посвященный
русскому искусству XX века, нестандартная
экспозиция в эскалаторном тоннеле станции
метро «Парк культуры», концерт Юрия
Башмета в ночном метро в сопровождении
световой купольной проекции
с фрагментами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

Интенсив XX 2017

Локация: Москва

Клиент: Государственная
Третьяковская галерея,
Московский метрополитен

Повод: просветительский
проект для горожан



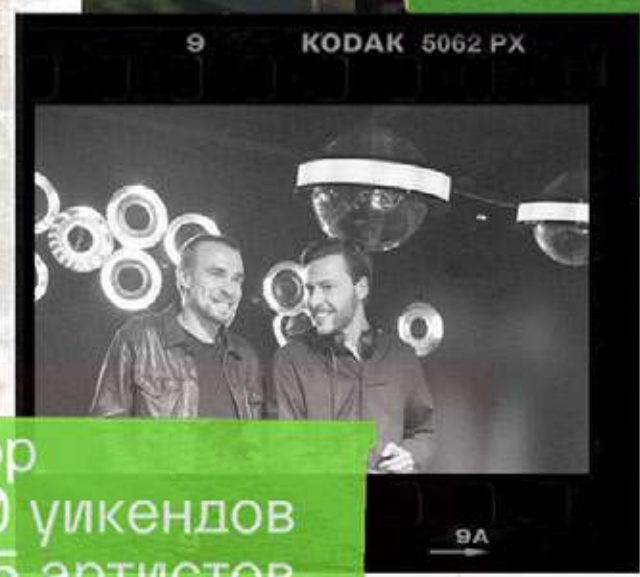
Цифры:
6 месяцев проекта
более **100 работ**
из собрания Третьяковской
галереи
1 780 квадратных метров
площадь оклейки поезда

Место,
которое
проработает
пять месяцев
и войдёт
в историю.

AFISHA.RU

Heineken Bar (вместе с UNITY) 2016

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

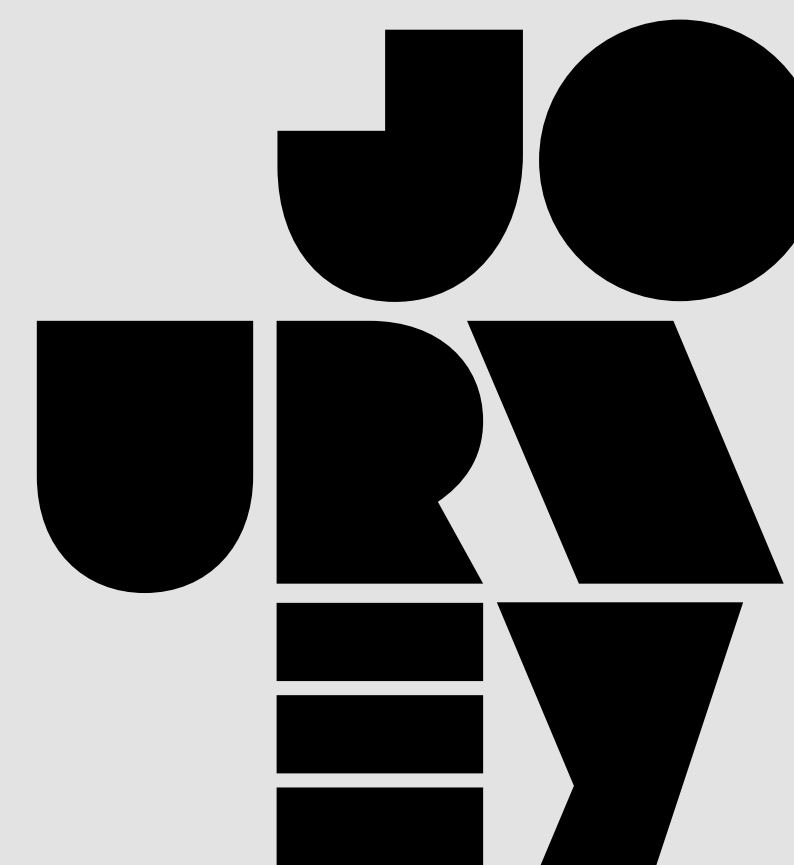


Летний
фестиваль
длиной в
полгода.

THE VILLAGE



Собственные мероприятия
для брендов



perfect
MATCH
makers

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.

ВАЛЕРИЯ АНАНИЧЕНКО & BASKETBALL MARKETING MANAGER

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 Zxt Training 2020

Project
**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.

Женя,
команда!
Спасибо вам огромное
за нереально качественные 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
всем и каждому!

КОМАНДА DEWAR'S

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



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.

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



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

Hot Hatch пикник 2019

ПМК
ХОТ-ХЭТЧ
auto.ru
7 СЕНТЯБРЯ 10:00



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».



18 1.3 1



PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC

Project

Тренировка PUMATRAC 2019

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

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
эlevator.

PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC PUMATRAC



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

NTONE®
0 C

ПРОШЕ
СТАЮЩЕЕ
МАНА

УЮТ

ДДЕРЖКА

NO BEN 02

MEMORY 002

Small inset photo showing a green, textured, pyramid-shaped object on a rooftop.



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

Локация: Москва
Клиент: Рита
Повод: поддержка
рекламной кампании

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

PUMA: девичник DO YOU 2016

Do you — креативный манифест
Рита, 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».

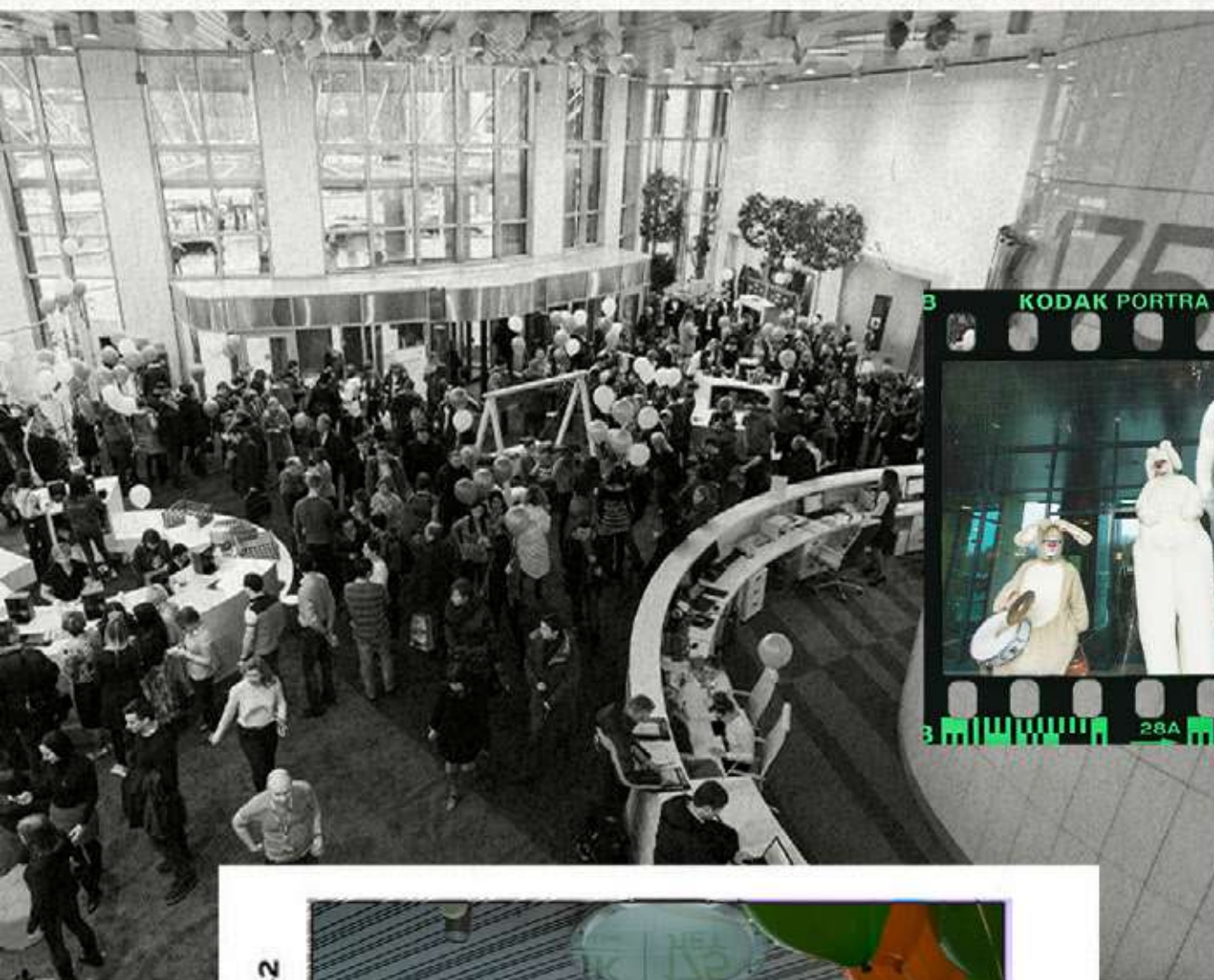


175 лет Сбербанка в 6 офисах в Москве за один день в 2016 году

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**



OUR NEW FRIENDS

journeyevents.ru
info@journeyevents.ru