

КУЛЬТУРНЫЙ КВАРТАЛ «ЭРМИТАЖ»

Поиск настоящего произведения искусства

Категория: Digital

Номинация: рекламный ролик

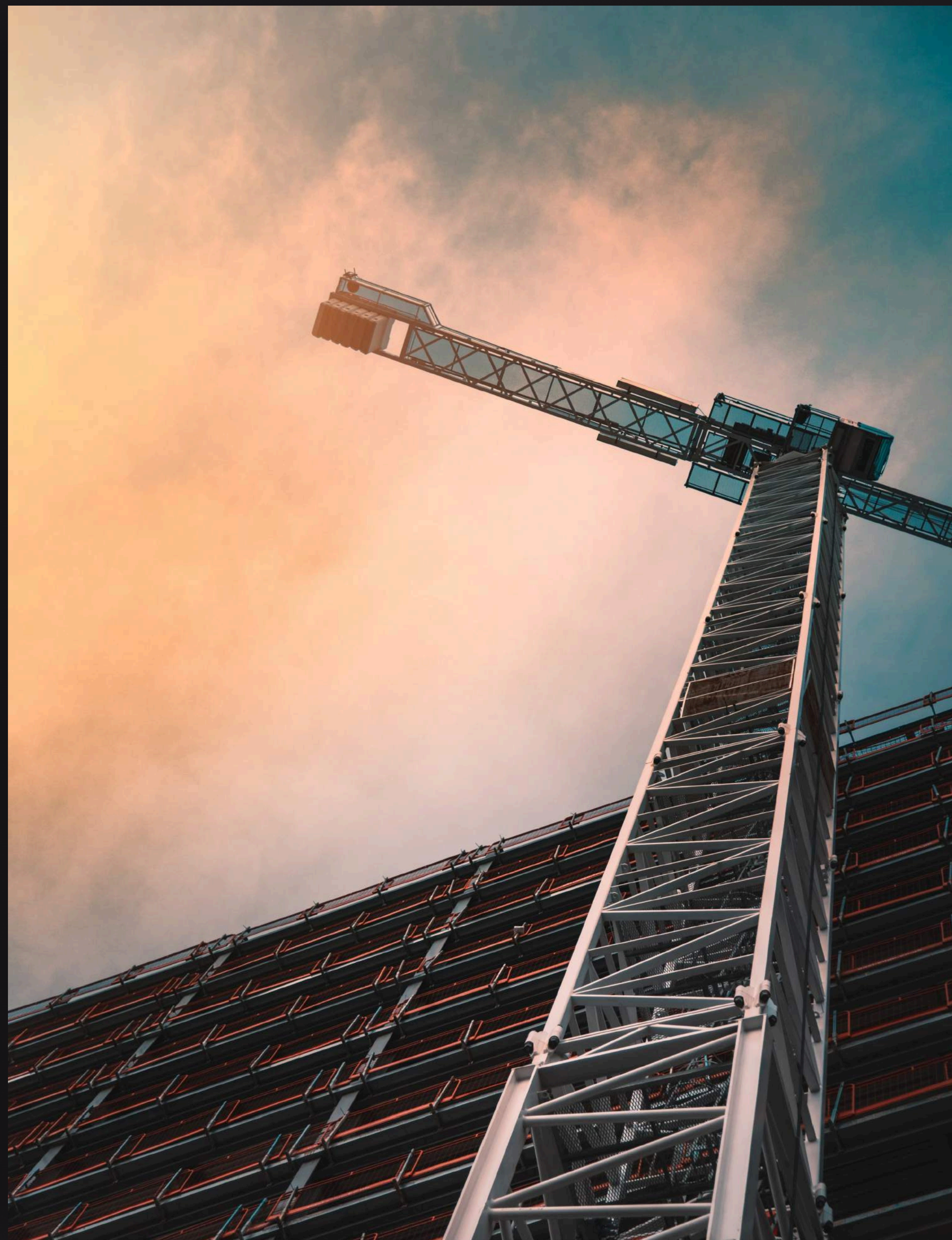


ЮгСтройИнвест
ГРУППА КОМПАНИЙ



ЭРМИТАЖ
КУЛЬТУРНЫЙ КВАРТАЛ

FRIENDS
VIDEO



ГК «ЮгСтройИнвест»: ключевые цифры

21
год на рынке

5
городов

ТОП-10
застройщиков страны

289
домов сдано

более
5 600 000 M^2
сдано

Культурный квартал «Эрмитаж» – это...

...атмосфера не только комфорта на высшем уровне, а погружение в мир искусства. Каждый элемент – задумка великого художника.

Концептуальная архитектура, приватная территория, уникальное благоустройство, отражающее творения великих. Только лучшее, только привилегированное, только для настоящих ценителей.

Группа компаний «ЮгСтройИнвест» обратилась к миру великих творцов, чтобы навсегда запечатлеть их шедевры в своем проекте.

И если авангардизм определяет абстракция, то в «Эрмитаже» комфорт выверен с точностью до каждого миллиметра. Тематические лобби в каждой парадной, укрытые от солнца лаунж-зоны во дворе, закрытая территория на стилобате – все это подчеркивает атмосферу закрытого элитного клуба.



Картина К. С. Малевича
«Супрематизм 1»





«Эрмитаж» в цифрах

11,5
га

4
дома

9-18
этажей

1895
квартир

2-6
квартир на этаже

11 500 м²
площадь аллей

2,87-4,22 м
высота потолков

Целевая аудитория

Кто они — будущие резиденты «Эрмитажа»?

Люди, ценящие искусство и стремящиеся жить в окружении, которое поддерживает их интересы.

Коллекционеры, ценители искусства, художники, дизайнеры, архитекторы, а также те, кто хочет подчеркнуть свой статус и индивидуальность через выбор места жительства. Люди с высоким уровнем дохода, готовые инвестировать в качество жизни и эстетическое удовольствие. Они ценят уникальность и оригинальность.



Задачи

При создании рекламного ролика перед нами стояло две задачи:

1. Заинтриговать зрителей
новым проектом от ЮСИ

2. Показать концепцию бренда
и громко объявить о старте продаж



Идея

Рекламная кампания к старту продаж «Эрмитажа» проходила в двух этапах: интрига и ее раскрытие.

Эта история о внутреннем мире, о поиске прекрасного и его обретении.

Главный герой истории – ценитель искусства, который сначала ищет тот самый Шедевр, а найдя, погружается в мир Ощущений Высокого, в мир таких же, как он.



Часть 1: Поиски



Ролик-метафора о поиске настоящего искусства.
История-перформанс, выстроенная на контрасте
несовместимости пространства и атрибутики.

Герой в поле среди пустых багетных рамок.
Поле – метафора с жизненным пространством.
Пустые багетные рамки – ассоциации с НЕ обретением.



Часы в руках героя – художественный приём передачи
давления/скорости течения времени.

Но в статичном поле это усиливает метафоричность.



В финале ролика герой подходит к композиции, напоминающей постановку Кубрика чёрный монолит из «Космической одиссеи». Что даёт дополнительную отсылку к искусству.



Ролик резко обрывается, что вызывает у зрителя дополнительные вопросы и ещё больший интерес.

Реализация



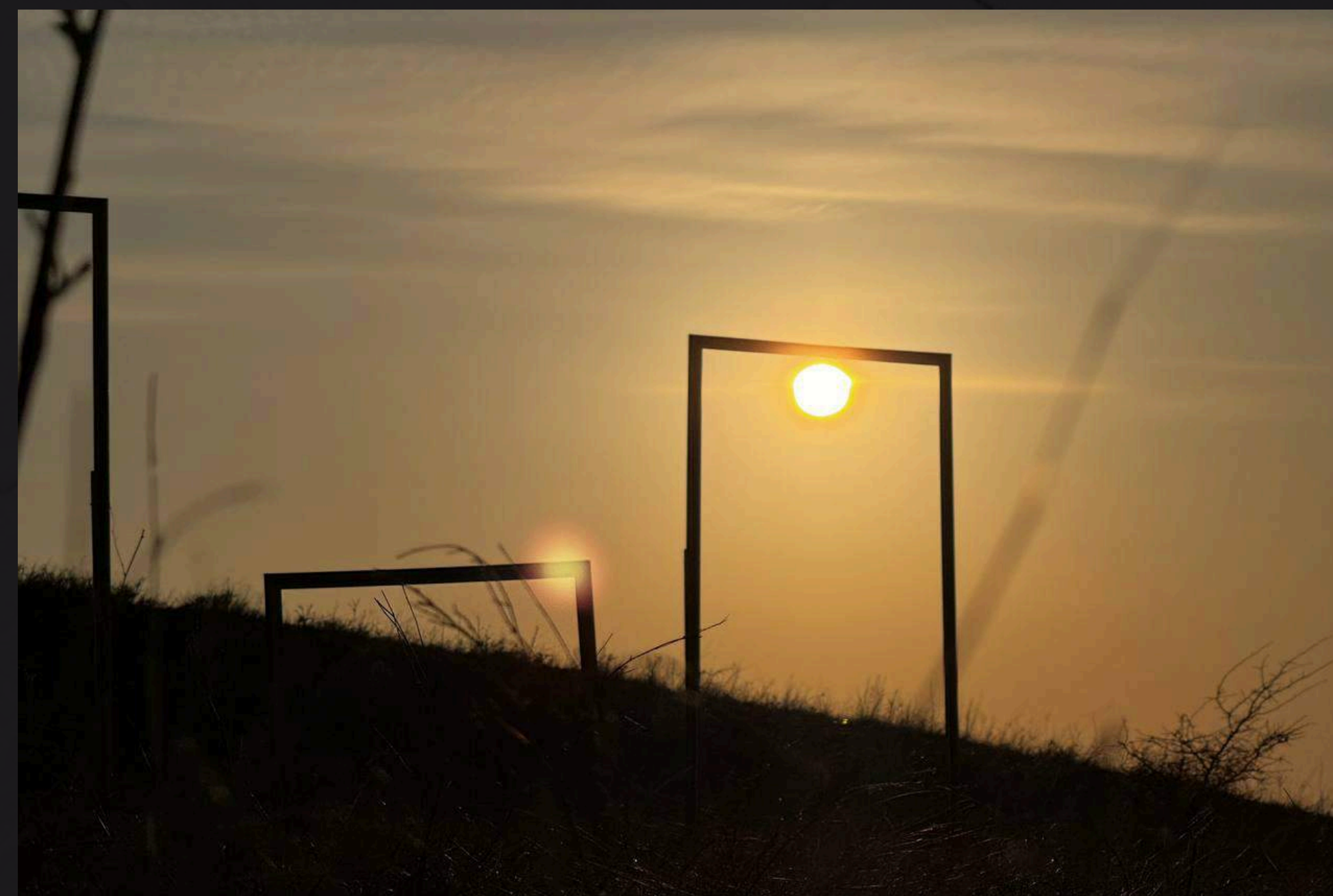
Для съёмки ролика-интриги была выбрана локация в окрестностях города Ставрополя. Данное место подходило для передачи атмосферы поиска прекрасного в пространстве жизни.



Специально к съёмке данного проекта были изготовлены багетные рамки различных размеров. Монтировали их вручную.



Здесь наш герой направляется к монолиту.



Снимали в первых числах марта нам очень повезло с погодой! Потом выпал снег. А дедлайны ждать не будут.

СМОТРЕТЬ ЧАСТЬ 1

Часть 2: Обретение



Главный герой оказывается в мире искусства – в мире таких же, как и он.

Во втором ролике мы отображаем богатый, наполненный внутренний мир главного героя в «Эрмитаже».



Через локацию и арт-постановки с другими персонажами мы раскрываем направленность преимуществ культурного квартала «Эрмитаж» и восприятие их героем в своем внутреннем мире.

Реализация

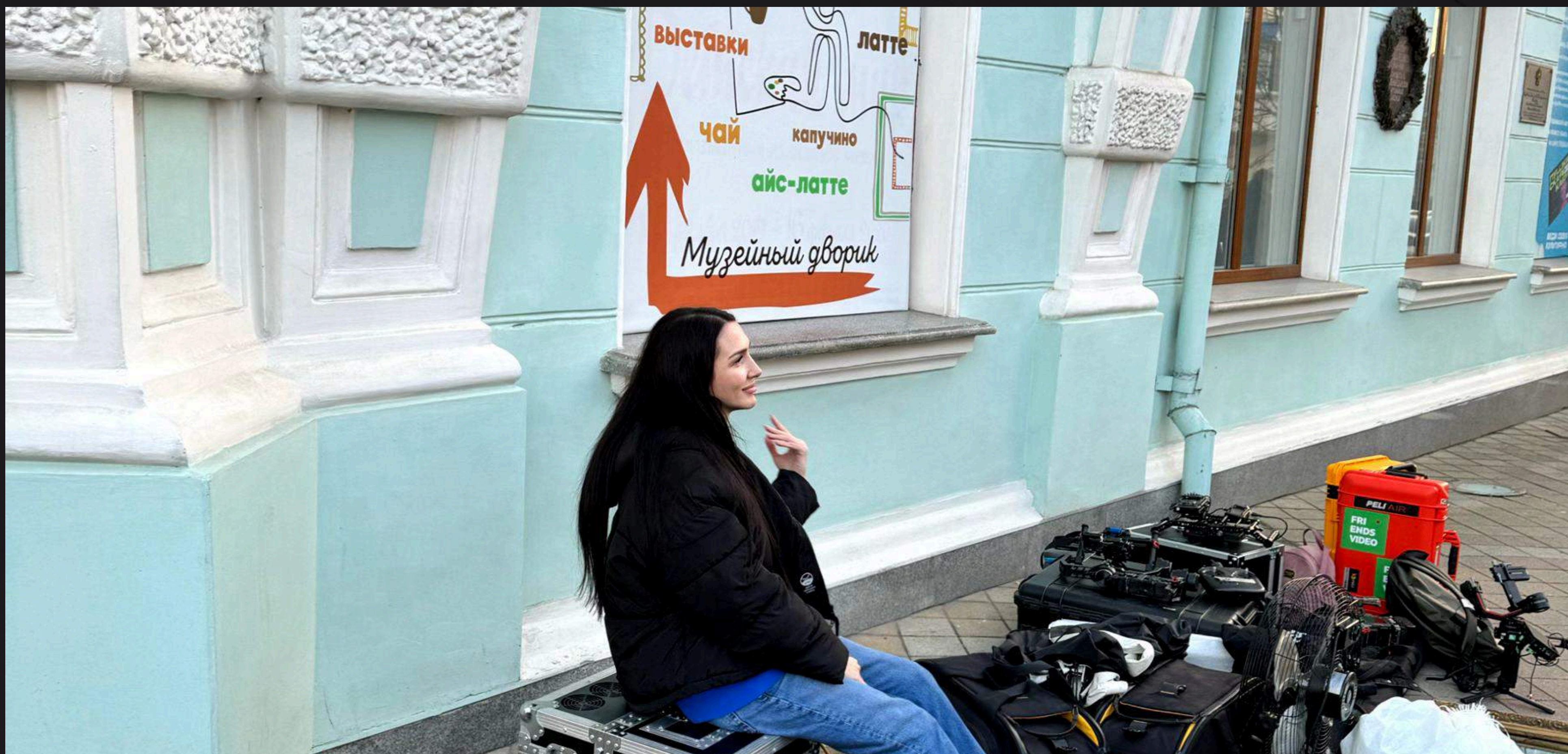


Вторая история снималась в Краснодарском краевом художественном музее.



В качестве гримёрки мы использовали арендованную ближайшую к музею квартиру. Много образов, значит, много одежды!

(P.s. Квартиру вернули собственнику в чистоте и порядке)



Очень много постановок и очень сжатый тайминг. Пока режиссёр добивался финальных кадров, команда быстро освобождала локацию от съёмочного оборудования.

(Успели!!)

СМОТРЕТЬ ЧАСТЬ 2

Продвижение

Каналы продвижения:

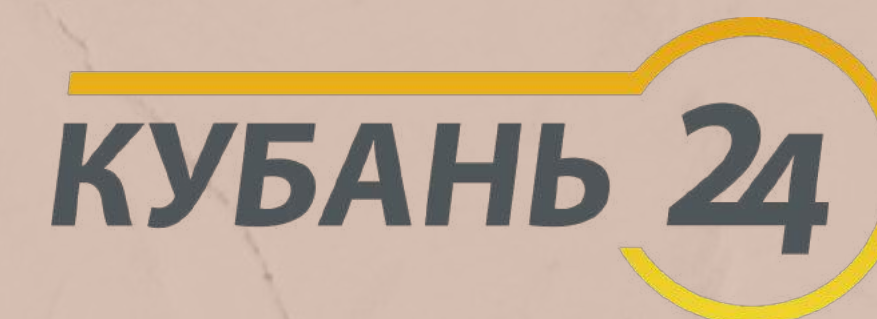
- ТВ
- Соцсети компании
- Посевы и реклама у блогеров

Период трансляции:

Часть 1: 01.04.2024 г. - 13.04.2024 г.

Часть 2: 13.04.2024 г. - наст. время

ТВ Каналы:



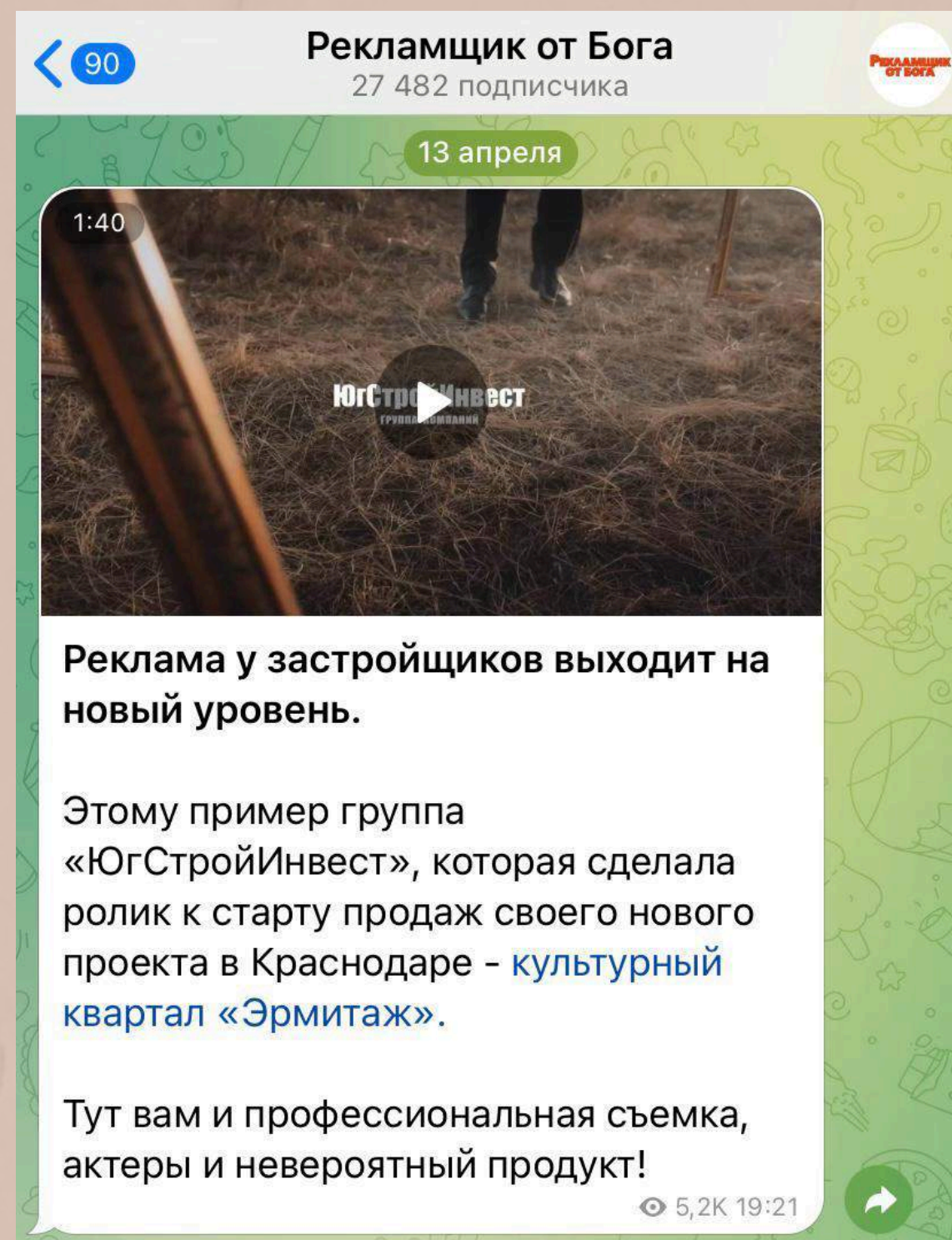
Результаты

Охваты в соцсетях:

12 481 504

Количество выходов на ТВ:

2 142



Наш видеоролик завирусился даже в крупных медиа,

Команда проекта

Постановка задачи и контроль реализации

Рауль Певадзе
Евгений Колесников
Артем Шляпцев
Вартанов Эдуард
Ольга Артюх

Съёмочная группа

Андрей Смирнов
Дмитрий Москвитин
Андрей Москвитин
Елена Смирнова
Ольга Артюх
Ева Шахвердян
Юлия Кныш

Руководители проекта

Андрей Смирнов
Рауль Певадзе
Артем Шляпцев
Елена Смирнова
Евгений Колесников

Сценарий

Елена Смирнова

3D-визуализация

Юрий Кулишов
Захар Авсаджанов

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!

