

CREATIVE CONCEPT

Место, где начинаются длинные выходные

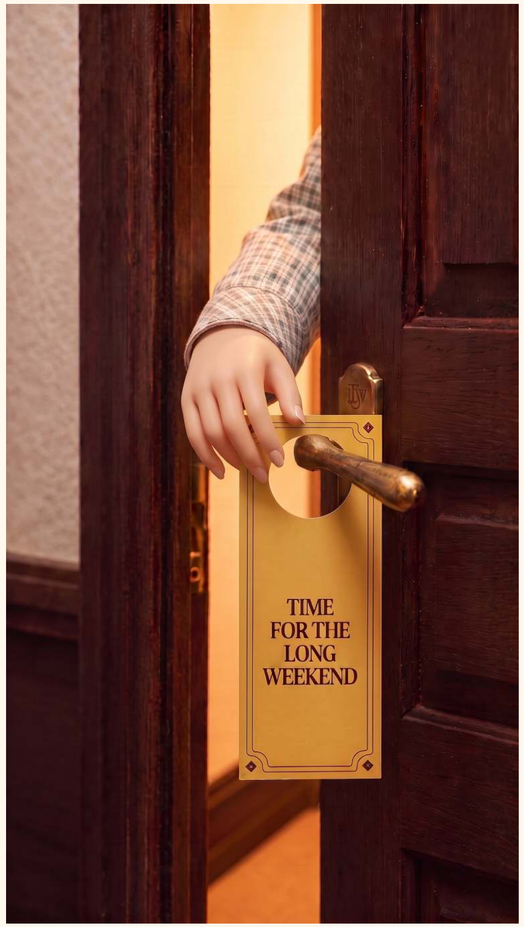
В основе концепции — вымышленный отель The Long Weekend: камерное пространство вне повседневного ритма, где сама атмосфера становится продолжением характера бренда.
Фирменные цвета, паттерны и детали The Long Weekend переходят из айдентики в интерьер отеля, упаковку и предметы пространства, создавая единую визуальную вселенную.
Главным героем истории остаётся продукт. Он путешествует по отелю, появляется в номере, распаковывается и становится частью личного ритуала — момента, когда можно наконец переключиться из повседневности в свой long weekend



РЕФЕРЕНСЫ

A FICTIONAL BOUTIQUE HOTEL INSPIRED BY THE LONG WEEKEND IDENTITY







РЕФЕРЕНСЫ

BRAND IDENTITY → PHYSICAL WORLD



ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА THE LONG WEEKEND БЫЛА ПЕРЕНЕСЕНА В ПРОСТРАНСТВО ВЫМЫШЛЕННОГО ОТЕЛЯ ЧЕРЕЗ ЦВЕТ, ПАТТЕРН, МАТЕРИАЛЫ И ДЕТАЛИ



ТЁПЛЫЙ КРЕМОВЫЙ, ГЛУБОКИЙ ШОКОЛАДНЫЙ И ФИРМЕННЫЙ ЖЁЛТЫЙ ФОРМИРУЮТ ОСНОВУ ПАЛИТРЫ. ДЕРЕВО, ЛАТУНЬ, ТЕКСТИЛЬ И МЯГКИЙ СОЛНЕЧНЫЙ СВЕТ ДОБАВЛЯЮТ ОЩУЩЕНИЕ ТАКТИЛЬНОСТИ И КАМЕРНОЙ РОСКОШИ



ПРИ ЭТОМ ВИЗУАЛЬНАЯ СРЕДА ОСТАЁТСЯ ДОСТАТОЧНО НЕЙТРАЛЬНОЙ, ЧТОБЫ ГЛАВНЫМ ОБЪЕКТОМ КАЖДОГО КАДРА ОСТАВАЛСЯ ПРОДУКТ

РЕФЕРЕНСЫ

HERO FILM

ИМИДЖЕВЫЙ РОЛИК ЗНАКОМИТ ЗРИТЕЛЯ С ВЫМЫШЛЕННОЙ ВСЕЛЕННОЙ THE LONG WEEKEND ЧЕРЕЗ НЕБОЛЬШУЮ ИСТОРИЮ ОДНОГО ЗАЕЗДА

ГЕРОИНЯ ПРИБЫВАЕТ В THE LONG WEEKEND HOTEL, ПРОХОДИТ CHECK-IN И ПОЛУЧАЕТ КЛЮЧ ОТ НОМЕРА. ПО КОРИДОРАМ ОТЕЛЯ К НЕЙ ОТПРАВЛЯЕТСЯ ФИРМЕННАЯ УПАКОВКА БРЕНДА. В НОМЕРЕ НАЧИНАЕТСЯ ЕЁ СОБСТВЕННЫЙ РИТУАЛ ДЛИННЫХ ВЫХОДНЫХ: РАСПАКОВКА, ПЕРЕОДЕВАНИЕ, МУЗЫКА И МОМЕНТ, КОГДА ВНЕШНИЙ МИР НАКОНЕЦ ОСТАЁТСЯ ЗА ДВЕРЬЮ

ФИНАЛЬНЫЙ ЖЕСТ — ТАБЛИЧКА “TIME FOR THE LONG WEEKEND” — СТАНОВИТСЯ СИМВОЛИЧЕСКОЙ ТОЧКОЙ ПЕРЕХОДА ИЗ ПОВСЕДНЕВНОСТИ В СОСТОЯНИЕ LONG WEEKEND.

FORMAT: 9:16
USE: REELS · STORIES · PAID SOCIAL



РЕФЕРЕНСЫ

FROM PACKAGE TO PRODUCT

КОРОТКИЙ FASHION-FILM СТРОИТСЯ КАК НЕПРЕРЫВНАЯ МАГИЧЕСКАЯ РАСПАКОВКА.
КОРОБКА THE LONG WEEKEND ОКАЗЫВАЕТСЯ В ЦЕНТРЕ КАДРА → САМОСТОЯТЕЛЬНО ОТКРЫВАЕТСЯ → УПАКОВОЧНАЯ БУМАГА РАСКРЫВАЕТСЯ → РУБАШКА ПОДНИМАЕТСЯ ИЗ КОРОБКИ → РАСПРАВЛЯЕТСЯ В ВОЗДУХЕ









FORMAT: 9:16
USE: REELS · STORIES · PAID SOCIAL

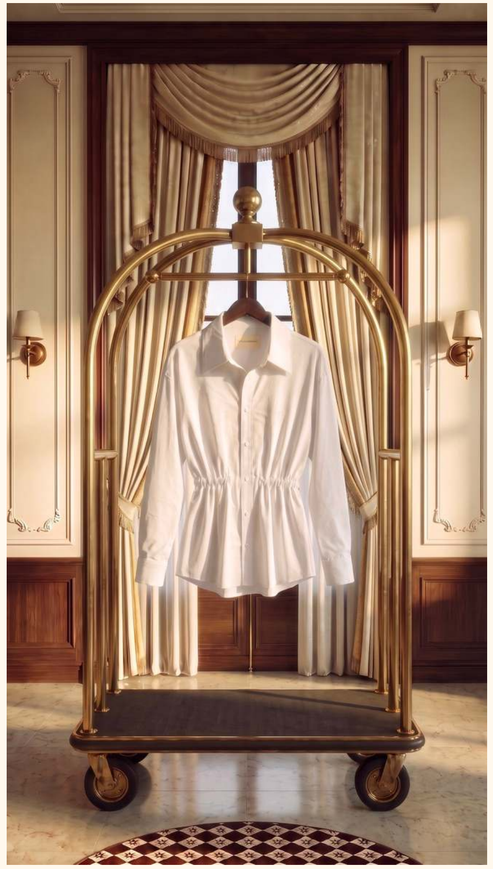
PRODUCT FILM

ИМИДЖЕВЫЙ РОЛИК, ПОЛНОСТЬЮ СОСРЕДОТОЧЕННЫЙ НА ПРОДУКТЕ. БЕЛАЯ РУБАШКА СТАНОВИТСЯ ГЛАВНЫМ ОБЪЕКТОМ ПРОСТРАНСТВА THE LONG WEEKEND HOTEL — БЕЗ УЧАСТИЯ МОДЕЛИ И ОТВЛЕКАЮЩИХ СЮЖЕТНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ.

ИМИДЖЕВЫЙ РОЛИК, ПОЛНОСТЬЮ СОСРЕДОТОЧЕННЫЙ НА ПРОДУКТЕ. БЕЛАЯ РУБАШКА СТАНОВИТСЯ ГЛАВНЫМ ОБЪЕКТОМ ПРОСТРАНСТВА THE LONG WEEKEND HOTEL — БЕЗ УЧАСТИЯ МОДЕЛИ И ОТВЛЕКАЮЩИХ СЮЖЕТНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ.

FORMAT: 9:16
USE: REELS · STORIES · PAID SOCIAL

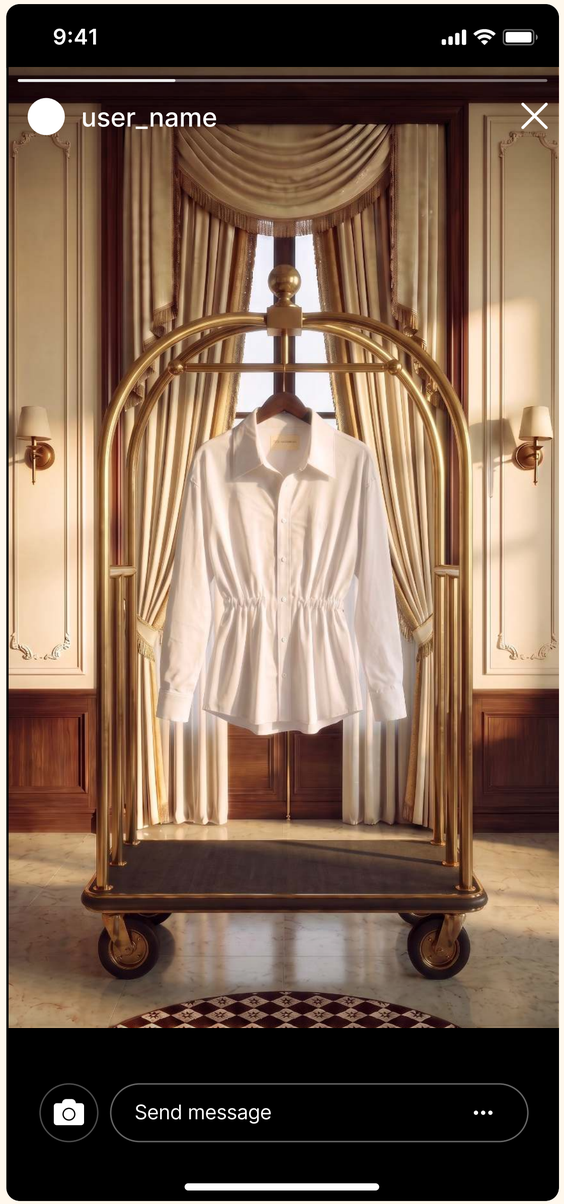






РЕФЕРЕНСЫ

CONTENT SYSTEM



ORGANIC SOCIAL

REELS, STORIES И ПУБЛИКАЦИИ В ЛЕНТЕ КАК ЕДИНАЯ МИНИ-КАМПАНИЯ

PRODUCT STORYTELLING

РАСКРЫТИЕ ПРОДУКТА ЧЕРЕЗ АТМОСФЕРУ, УПАКОВКУ И ДЕТАЛИ ВМЕСТО ПРЯМОЙ КАТАЛОЖНОЙ ПОДАЧИ

PAID SOCIAL

КОРОТКИЕ ФРАГМЕНТЫ HERO-VIDEO МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ КРЕАТИВЫ

BRAND UNIVERSE

ОТЕЛЬ МОЖНО РАЗВИВАТЬ ДАЛЬШЕ: НОВЫЕ НОМЕРА, РЕСТОРАН, LOBBY, ROOM SERVICE, БАГАЖ, ОТКРЫТКИ, КЛЮЧИ, ПЕРСОНАЖИ И НОВЫЕ ПРОДУКТЫ



WELCOME TO THE LONG WEEKEND

AI CREATIVE CONCEPT & PRODUCTION
ANNA — 2026