



АТОМДАТА

проект



Номинация «Креатив года»
Национальной премии «ЦОДЫ.РФ»

ЧИЛЮ СРЕДИ ЧИЛЛЕРОВ

Веселая видеоистория
о ЦОД "МОСКВА-2"

ЦОД «МОСКВА-2»

В 2024 году мы запустили «Москва-2» — первый и единственный в России коммерческий ЦОД, соответствующий наивысшему уровню надежности — **Tier IV Constructed Facility**.

Мы создали инфраструктуру без компромиссов.
Но рынок не всегда готов к максимализму.

Потенциальные заказчики спрашивали:
«Зачем нам такая избыточность?»
Разве это не слишком?»

Перед нами стояла нетривиальная задача объяснить, что надежность это не излишек, а спокойствие бизнеса.

Коммуникационная кампания была направлена на переосмысление самой идеи отказоустойчивости.
И результатом стал выход дата-центра на плановые показатели загрузки.



АТОМДАТА

ОЧЕРЕДНОЕ ВИДЕО ПРО ЦОД

Но рассказывать о нем можно по-разному.

Можно было показать: схемы, резервы, дублирующие линии, таблицы отказоустойчивости.

Но мы задали себе другой вопрос:

А что чувствует клиент, когда его инфраструктура в надежных руках?

В рекламе лучше всего работают два мотива — секс и юмор.

Мы выбрали юмор.

И сняли короткую историю, в которой инженерка стала декорацией, а главным героем — спокойствие клиента.



ИДЕЯ

Когда у тебя лифт грузоподъемностью 6 тонн, появляется искушение использовать его по максимуму.

Клиент привозит серверы на автомобиле.

Задача звучит просто:

«Обеспечить заезд клиента на 7-й этаж».

Никто не уточнил — как именно. И вот автомобиль уже в грузочном доке. В лифте. И поднимается к машзалу.

Так ролик стал демонстрацией технологической экосистемы Росатома в действии, а юмор **главным инструментом объяснения возможностей Tier IV.**

АТОМДАТА



НЕ ТОЛЬКО АТОМНАЯ ЭНЕРГИЯ



Госкорпорация «Росатом» развивает масштабную технологическую экосистему:

- инфраструктуру дата-центров
- производство доверенной электроники
- направление электромобильности

Мы приняли решение интегрировать эти направления в рамках одного креативного сюжета.

Электромобиль **АТОМ**, серверы **Kraftway** и **ЦОД «Москва-2»** органично соединились в единой визуальной истории.

Так ролик стал не только презентацией ЦОД, но и демонстрацией технологической синергии Росатома.

АТОМДАТА



ПРОДАКШН

Проект был реализован в максимально сжатые сроки — в рамках одной **14-часовой съемочной смены**.

Использование реальной инфраструктуры позволило сохранить аутентичность и оптимизировать бюджет.

По оценкам профессионалов отрасли, затраты на подобный уровень продакшна обычно в 3–5 раз выше.

Эффективность стала частью креативной стратегии.

АТОМДАТА



РЕЗУЛЬТАТЫ

Ролик вышел за пределы одного бренда.

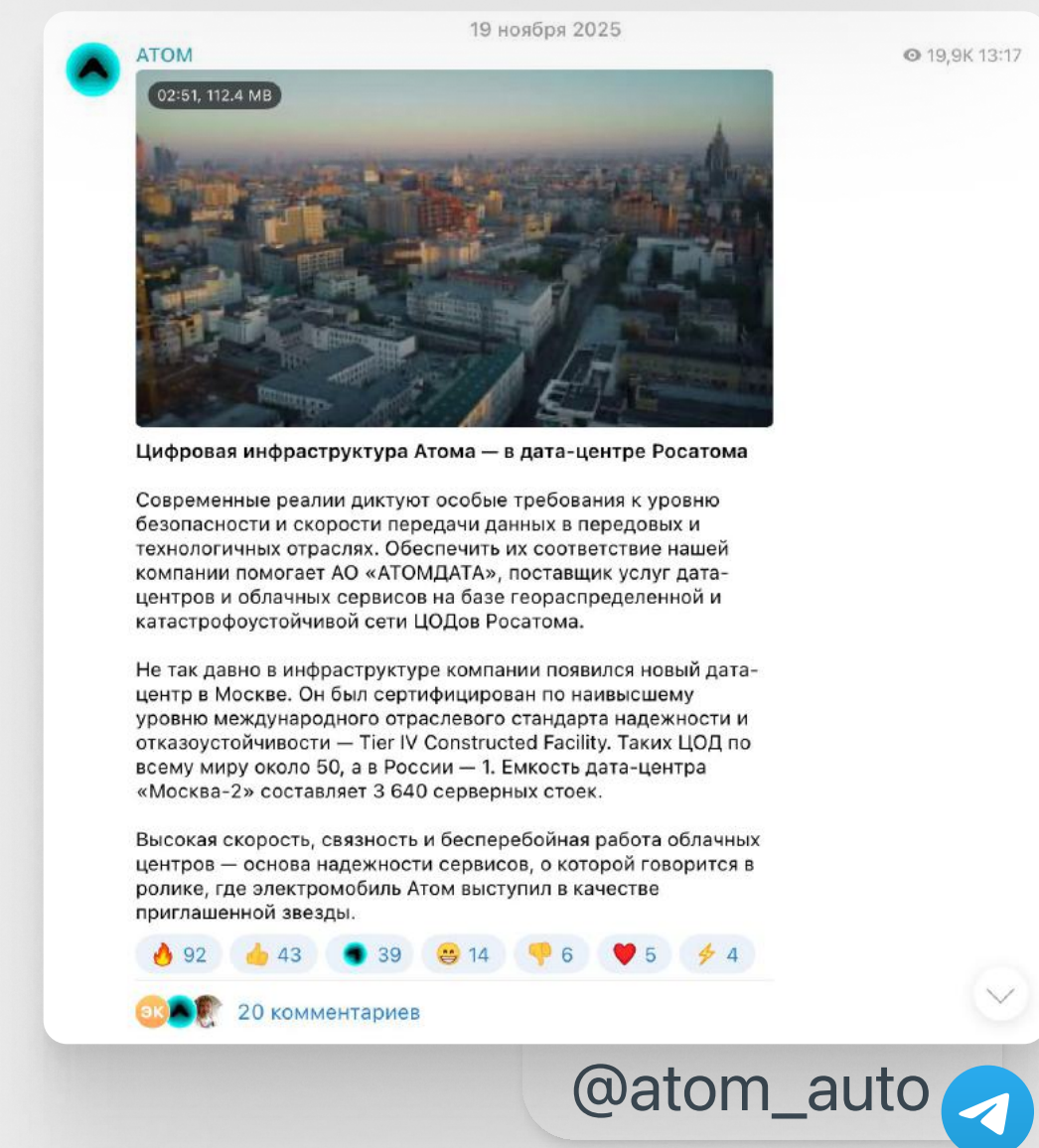
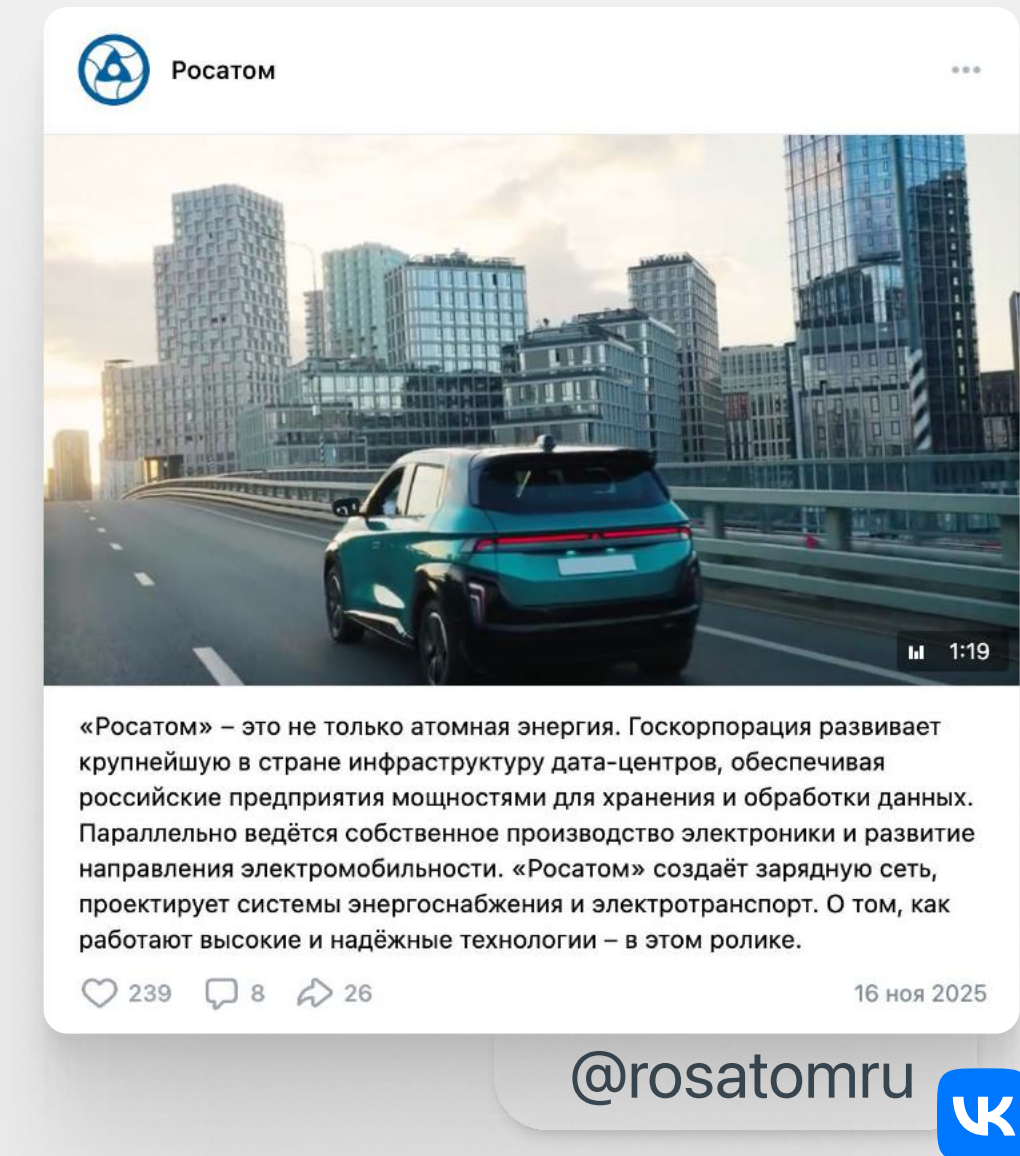
Его разместили:

- ATOM
- Kraftway
- официальный канал «Росатома»

За месяц — **более 50 000 просмотров.**

И неожиданный эффект: крупнейший производитель инженерного оборудования предложил снять продолжение с участием их решений.

АТОМДАТА



ИТОГ

Три минуты экранного времени
— и один автомобиль в машзале.

Если после просмотра стало понятно,
что надежность может быть не только
серьезной, но и запоминающейся значит,
мы сделали все правильно.

АТОМДАТА

