

PORTFOLIO

MOSKVA PRODUCTION

креативное
видеопродакшн
агентство

MOSKVA
PROD.

6

7

8

Уважаемые коллеги

В мире из 8 млрд человек, непросто найти единомышленников и надёжных партнёров. Но если вы читаете этот текст, то цель близка. Давайте познакомимся

млрд



Мы — MOSKVA PRODUCTION

креативное видео-
продакшн-агентство
полного цикла



Мы создаём видео
уже 8 лет, и в каждом
проекте стремимся
к гармонии идеи,
формы и результата



Смелые решения,
сильные креативы,
системность,
ответственность
и большая любовь
к своему продукту, —

это то, что характеризует
нас, и то, что мы ищем
в клиентах

если ценности



совпадают

...то предлагаем вам рассмотреть возможность
партнёрства, чтобы вместе делать качественные
и красивые проекты

АДАПТИВНОСТЬ И ГИБКОСТЬ



Сегодня успех невозможен без быстрой адаптации к изменениям. Мы умеем гибко перестраивать процессы и решения, поэтому наши клиенты приходят к результатам, которые соответствуют актуальным целям и требованиям бизнеса

ПОНИМАНИЕ БИЗНЕСА И АУДИТОРИИ



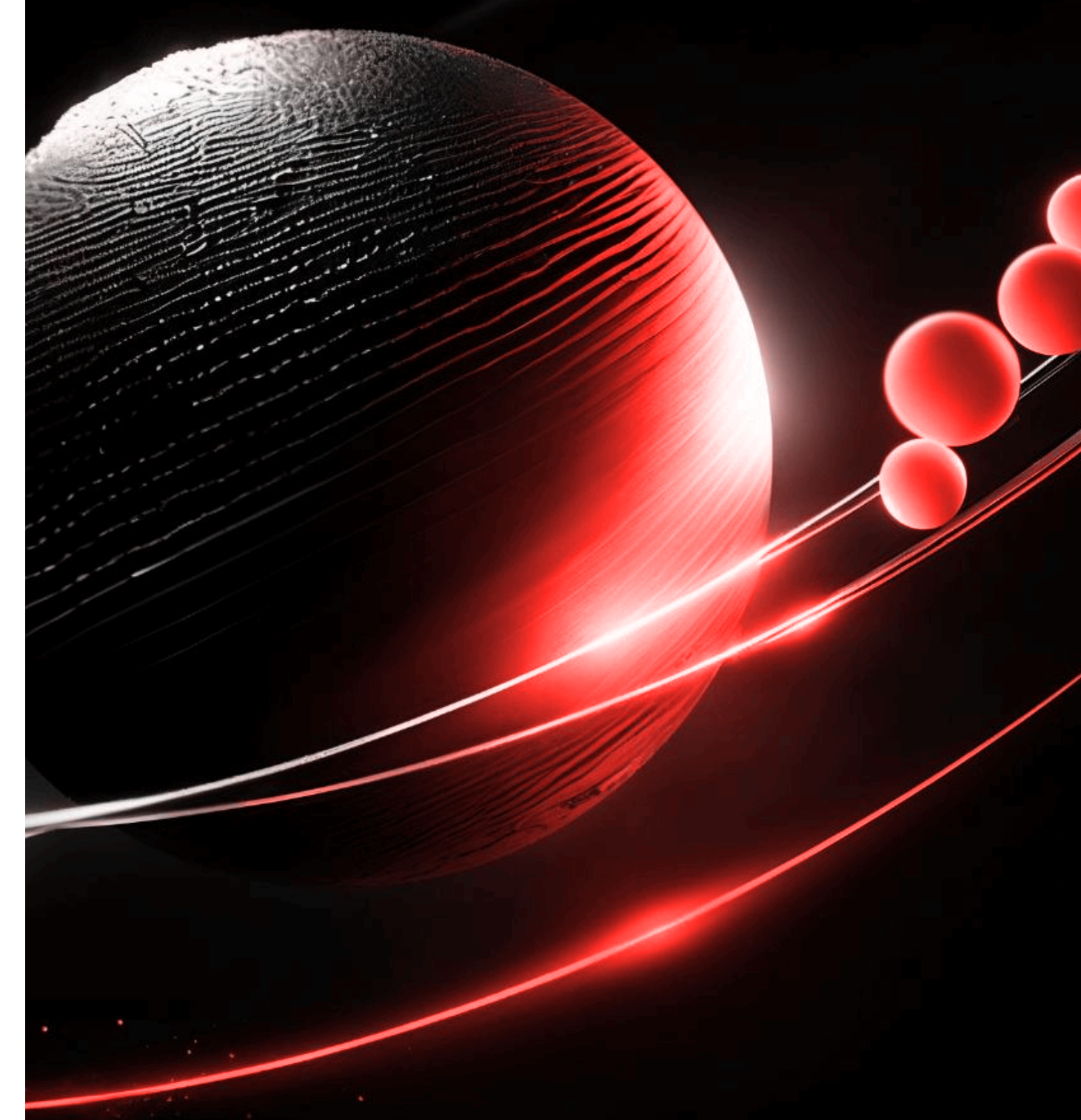
Точное попадание в потребности целевой аудитории — это не случайность, а следствие тщательного анализа: прежде чем предлагать идеи, мы узнаем у бренда, почему он решил снять видео, для каких целей, кому оно адресовано и к какому главному результату мы все стремимся

УСИЛЕНИЕ ВАШЕГО БРЕНДА И МЕДИЙНОСТИ



Мы работаем на взаимную репутацию — в том числе через публикацию экспертного контента в СМИ и имиджевого PR в виде побед в престижных премиях

УТП



ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО НА ВСЕХ ЭТАПАХ



Брендам важна предсказуемость и соответствие высоким стандартам, поэтому мы стремимся к безупречному качеству и прозрачности на каждом этапе производства — от концепции до пост-продакшна

АКТУАЛЬНЫЕ И КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ

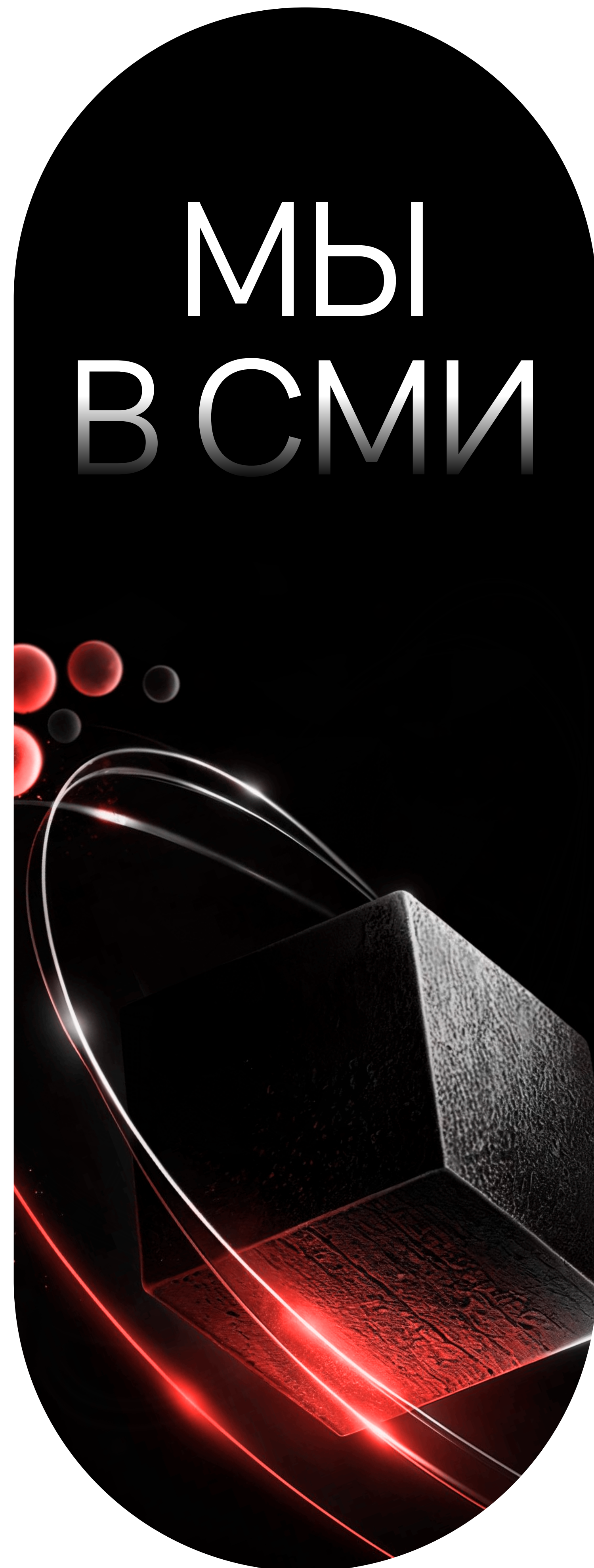


Нам важно реализовывать идеи, которыми гордимся, — как сегодня, так и через год. Поэтому мы постоянно ищем новые формы, визуальные решения и подходы, которые помогают проектам выделяться и оставаться актуальными дольше одного сезона

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ



Чёткая организация снимает лишнее напряжение. Мы берём ответственность за каждый процесс и контролируем сроки — это позволяет продакшен-команде и клиенту сосредоточиться на результате, а не на бесконечных согласованиях и «пожарах»



SOSTAV

июнь 2026



читать

→

Кейс MOSKVA PROD. для «ГАЛАВИТ»

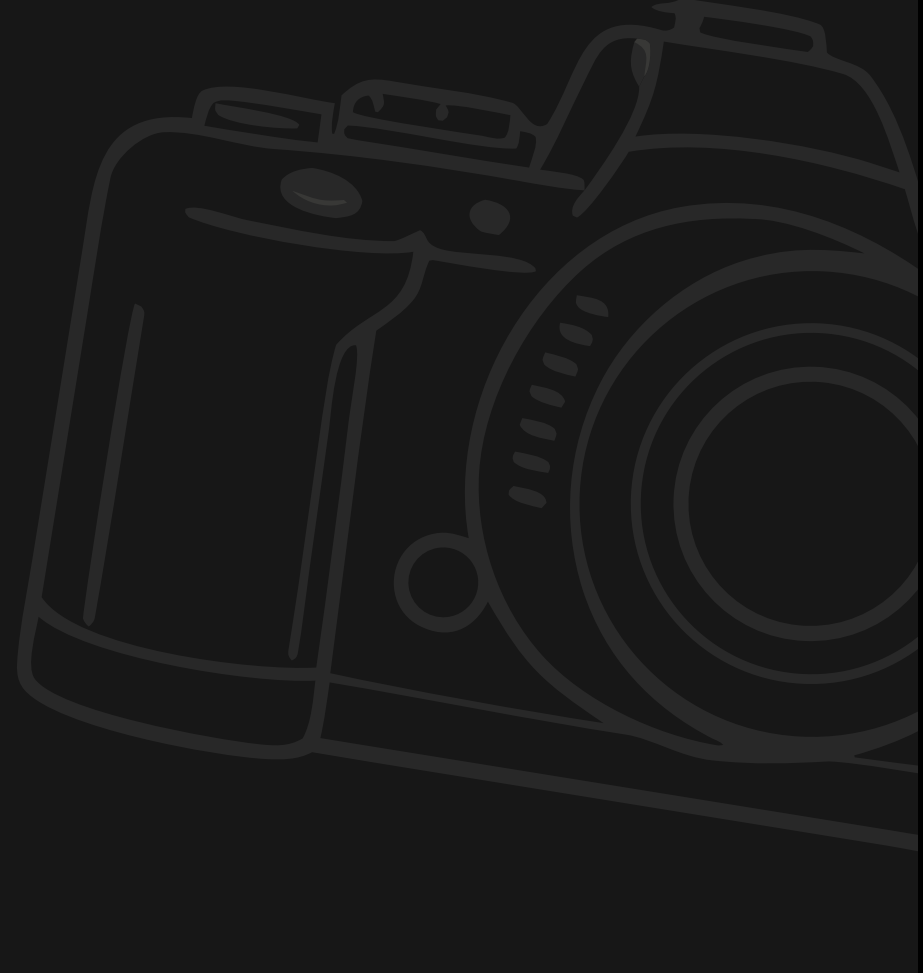
CG, ИИ и ВИКИНГИ

SOSTAV

август 2025

Кейс ЕВРАЗ и MOSKVA PRODUCTION:

Как привлечь зумеров на завод с помощью научпоп-фильма



читать

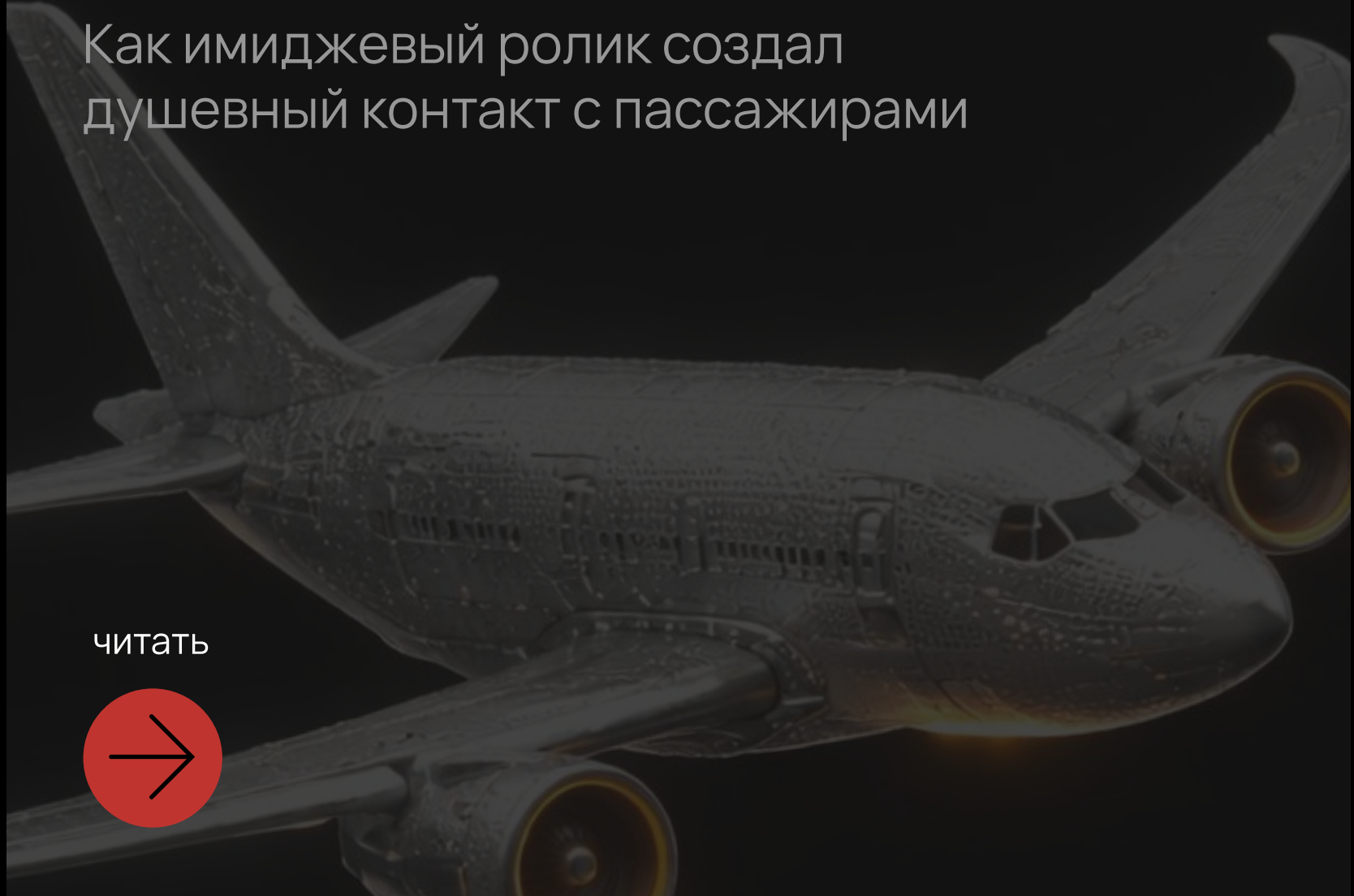
→

ADINDEX

апрель 2025

Кейс «Внуково» и MOSKVA PRODUCTION:

Как имиджевый ролик создал душевный контакт с пассажирами



читать

→

SOSTAV

ноябрь 2025

Разбираемся, кто и за что отвечает на съемках рекламного ролика



читать

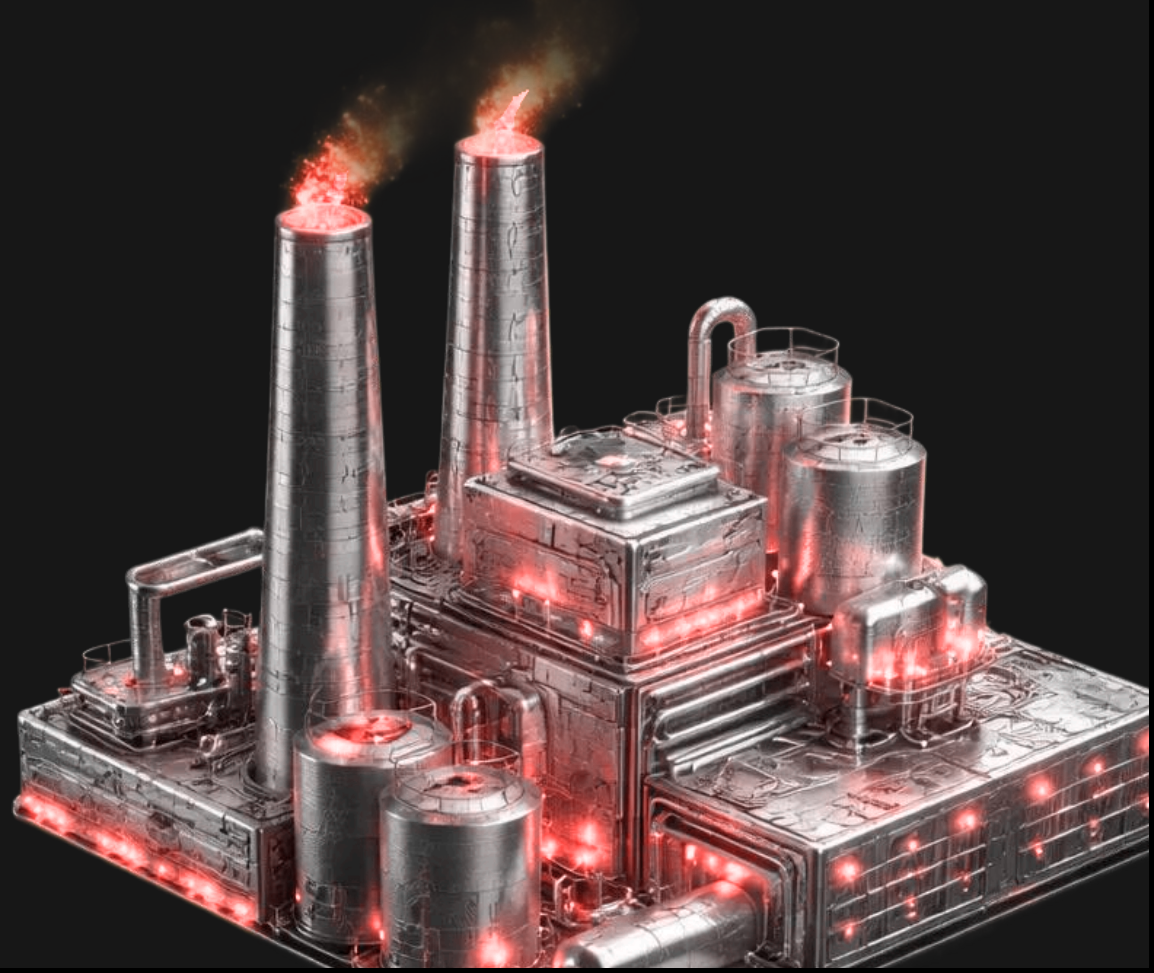
→

SOSTAV

июль 2025

HR-видео ЕВРАЗ и MOSKVA PRODUCTION:

Как показать плюсы работы на заводе



читать

→

SOSTAV

декабрь 2024

Кейс «585 Золотой» и MOSKVA PRODUCTION:

Павел Деревянко стал кузнецом для клиентов «585 Золотой»



читать

→

благодарственные письма



2022 →

АКМР

Digital-
медиа &
инстру-
менты

2023 →

МІХХ

Шорт-лист

2024 →

АКМР

HR-видео и внутр.
коммуникации
Корпоративная
реклама/ корпор.
рекламные
ролики

2024 →

КОНТЭКСТ

Лучший
digital-
проект

с 2024 →

АССОЦИАЦИИ

ARDA
АКАР

2024 →

SOSTAV

Шорт-лист

2025 →

АКМР

HR-видео и внутр.
коммуникации
Корпоративная
реклама/ корпор.
рекламные
ролики

2025 →

WORKSPACE

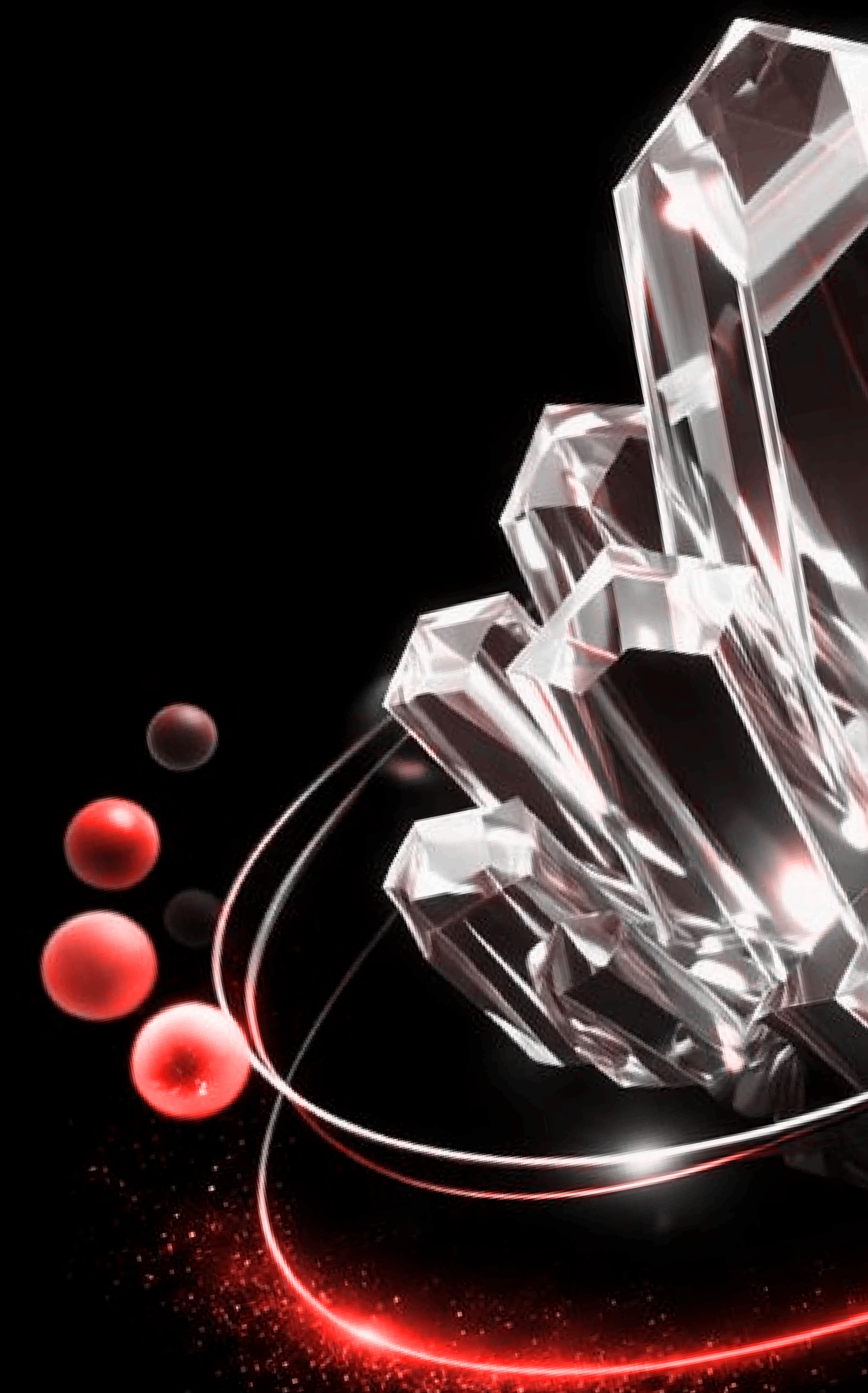
1 место
в номинации
«видео»
3 место
в номинации
«PR/SMM»

2026 →

РЕЙТИНГ РУНЕТА

1 место
в номинации
«универсалы»
1 место
в номинации
«съёмка»

РЕГАЛИИ



РЕКЛАМНЫЕ

MOSKVA PRODUCTION

Здесь вы можете оценить
результат наших работ и взглянуть
на процессы производства изнутри

КЕЙСЫ

ГАЛАВИТ

ФАРМАКОЛОГИЯ ➔

задача цель факты

Рекламный ролик о препарате против гриппа и простуды

задача цель факты

Рассказать о преимуществах препарата через коммуникацию в архетипе воина, чтобы «завоевать» лояльность целеустремленных зрителей, не желающих менять планы из-за болезни

задача цель факты

Мы раскрыли УТП продукта через образ викингов, идущих заданным курсом сквозь шторм. Эта идея принесла нам победу в креативном тендере и стала отправной точкой проекта

Сцены с викингами мы снимали в зелёном павильоне, где построили каркас драккара

На постпродакшене мы провели внушительную работу с AI-генерациями и CG-графикой, чтобы добиться реалистичной и качественной картинки

Идея выросла в большую рекламную коммуникацию: появился графический маскот — викинг с таблеткой «Галавита» вместо щита, а из-за строгих фарм-ограничений текст и визуал (количество бактерий в кадре) многократно дорабатывались



КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

РЕЗУЛЬТАТ

Не просто рекламный ролик, а цельная мотивирующая история, где идея бренда, инсайт аудитории и визуальный образ работают как единое целое



585* ЗОЛОТОЙ

РИТЕЙЛ →

ПРОДАКШН

задача цель факты

Рекламный ролик с участием селебрити — Павла Деревянко

задача цель факты

В рамках ребрендинга и «омоложения» стиля показать кач-во изделий и сделать акцент на собственном производстве

задача цель факты

Сюжет переносит зрителя в фантазийный мир создания «идеального золотого кольца». Вся съёмка была реализована на хромакее, а локации и окружение созданы с помощью AI и CG-графики

Наша идея, которая была принята клиентом: через тату на плече главного героя дополнительно интегрировать бренд в видео

В ролике заявлены две точки касания с клиентом — онлайн-покупки (приложение) и офлайн-магазин

Для музыкального сопровождения мы создали ненавязчивый джингл в духе вселенной «Властелина колец» и мира гномов



РЕЗУЛЬТАТ

Охват в СМИ и Telegram — >4,8 млн, соцсети бренда — >320 тыс. человек, >100 тыс. уникальных просмотров. Рост знания кампании — +47%, рост знания бренда — +31%



задача

цель

факты

Ролик о напитках Gallagher от пивоваренного дома «Бавария»

задача

цель

факты

Сформировать визуальное доверие к новому продукту бренда через трансляцию мысли, что Gallagher сближает людей

задача

цель

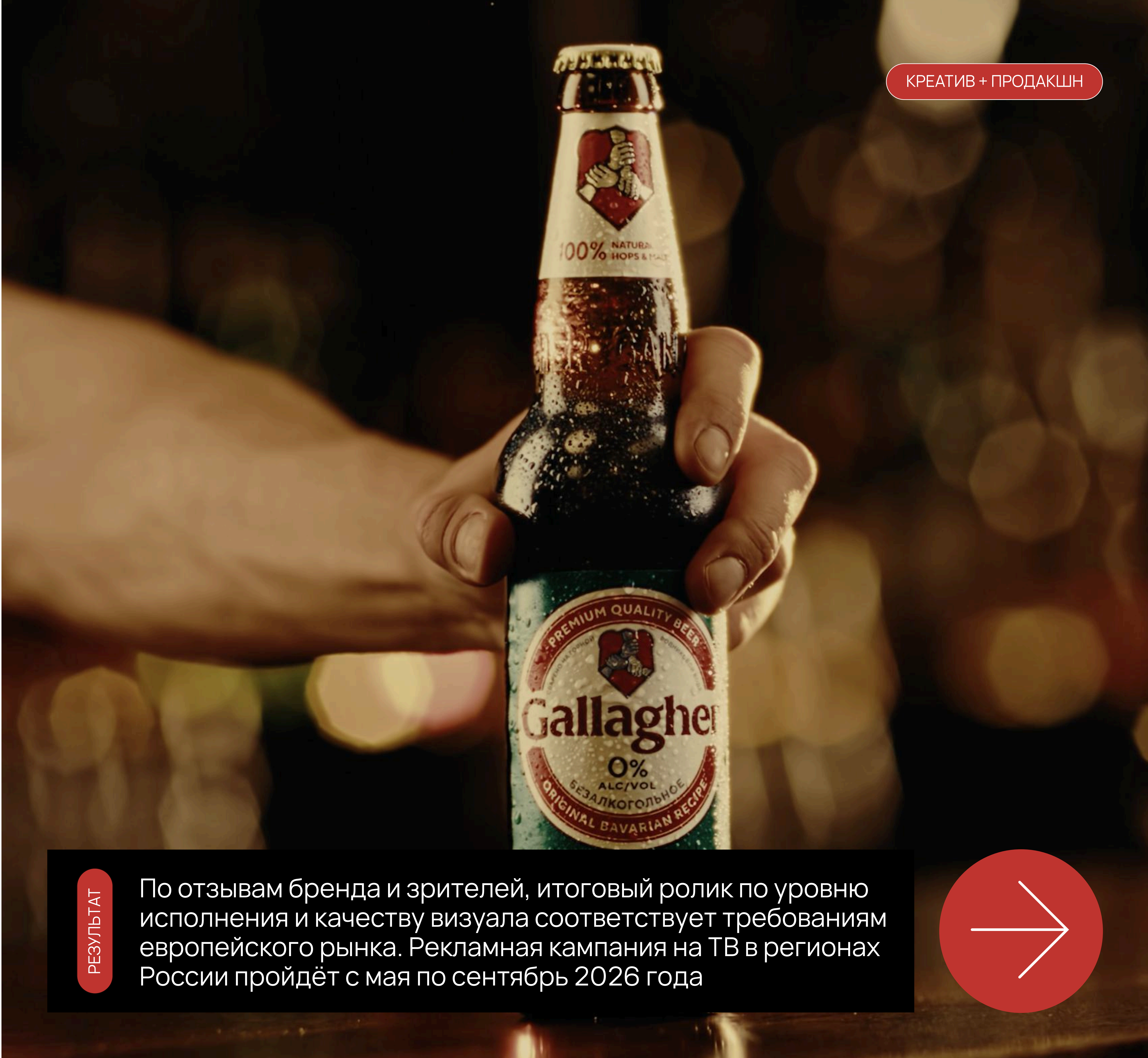
факты

Идея ролика строится на контрасте: люди постоянно находятся в информационном потоке, но чувствуют себя одиноко из-за дефицита живого общения. Каждому иногда нужно напоминание о ценности реального мира вне цифрового

Заранее провели несколько локейшен-скаутов и техническое освоение на площадке, чтобы в рабочую смену сделать готовый монтаж с героями и декорациями

Использовали операторскую тележку для съёмки с движения и придания выразительности изображению

В итоговую раскадровку добавили кадры родника, солода и крупные планы пены пива, используя возможности ИИ



РЕЗУЛЬТАТ

По отзывам бренда и зрителей, итоговый ролик по уровню исполнения и качеству визуала соответствует требованиям европейского рынка. Рекламная кампания на ТВ в регионах России пройдёт с мая по сентябрь 2026 года



ДЕЛИКАЙЗЕР

FMCG →

ПРОДАКШН

задача цель факты

Съёмка рекламного ролика и создание джингла

задача цель факты

Рост узнаваемости и демонстрация натурального состава

задача цель факты

Мы выиграли тендер на продакшен и прошли полный цикл производства: от отбора режиссёров и тритментов до классического препродакшена — локаций, кастинга, интерьеров, костюмов и стилизации еды

Рекордная по производительности смена — 30 кадров за 12 часов

Чтобы все блюда в кадре выглядели идеально, мы провели тестовый «фуд-день». Фуд-стилист со своей командой приготовили несколько позиций, чтобы заранее выбрать то, что будет лучше выглядеть в кадре, и повторить эти блюда уже на площадке



РЕЗУЛЬТАТ

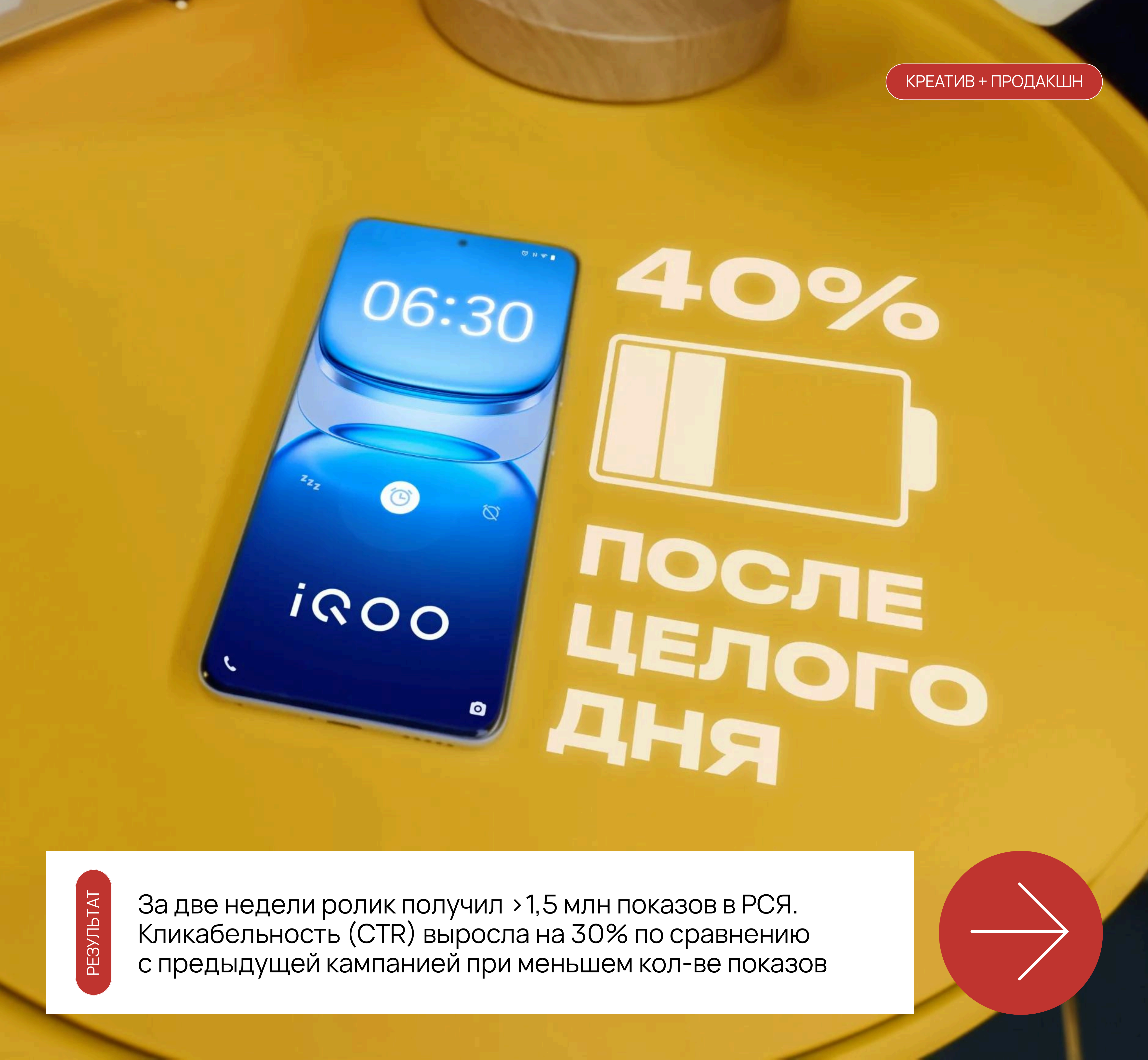
Интересный динамичный ролик, который, благодаря режиссёрским приёмам, помогает донести ключевое сообщение: «Мяса больше — день дольше»



задача	цель	факты
Рекламный ролик о новой модели смартфона		

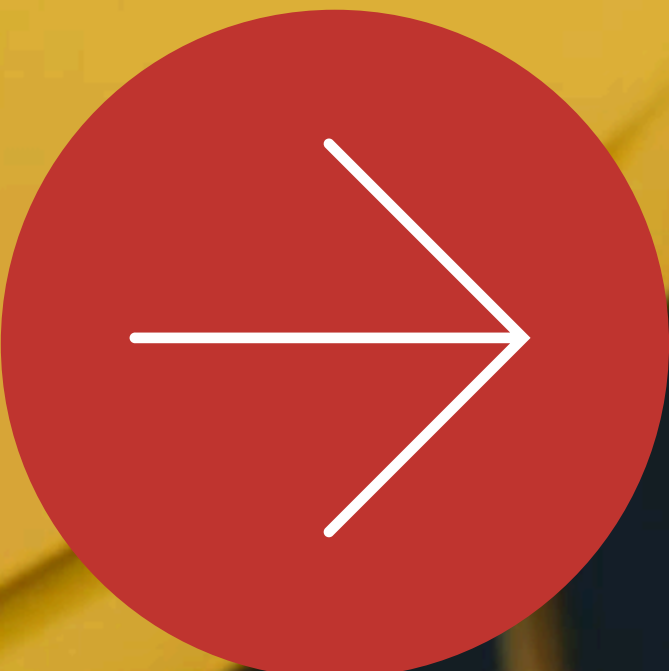
задача	цель	факты
Подчеркнуть ключевое УТП продукта — долгую работу аккумулятора		

задача	цель	факты
Мы решили рассказать историю из жизни целевой аудитории — показать бесконечно долгий и активный день, в котором хочется успеть сделать всё Для эффекта «продолжения действия» использовали роборуку и перенесли съёмки в абстрактное пространство, усилив фокус на продукт		



РЕЗУЛЬТАТ

За две недели ролик получил >1,5 млн показов в РСЯ. Кликабельность (CTR) выросла на 30% по сравнению с предыдущей кампанией при меньшем кол-ве показов



585* ЗОЛОТОЙ

РИТЕЙЛ



ПРОДАКШН

задача

цель

факты

Праздничный рекламный ИИ и CG-ролик с Григорием Лепсом

задача

цель

факты

Провести съёмки ролика с участием селебрити в роли Вилли Вонки по мотивам фильма Тима Бёртона «Чарли и шоколадная фабрика» для трансляции на федеральном ТВ по всей России

задача

цель

факты

Для реализации креативной идеи продакшн-команде требовалось совместить реальные съёмки, CG-кадры и ИИ-технологии

На съёмку артиста было всего 4 часа. Чтобы уложиться в необходимый тайминг, все кадры были отрепетированы со статистами и роборукой ещё до появления на площадке главного героя

Для создания финальной сцены команда ездила в Санкт-Петербург и провела съёмки в новом флагманском магазине бренда. Далее реальные кадры магазина были спроектированы и воссозданы в графике



РЕЗУЛЬТАТ

Итогом работы стал атмосферный новогодний рекламный ролик в нескольких версиях: 25, 20 и 10 секунд. Охват рекламной кампании на ТВ и онлайн ТВ составил более 81,2 млн зрителей



задача цель факты

Рекламный ролик бренда мебели

задача цель факты

Показать широкий ассортимент и передать характер бренда через разные портреты потребителей

задача цель факты

Мы разработали креатив, в котором повествование ведется от «лица» мебели. Диваны и кровати рассказывают о том, как много ярких моментов они разделили со своими пользователями

Важной задачей было создать ролик, понятный без слов, поэтому особое внимание мы уделяли действиям в кадре и лаконичным титрам, которые легко передают смыслы



РЕЗУЛЬТАТ

Тёплый ролик для OLV-коммуникации, транслировавшийся осенью 2025 года на медиафасадах и в магазинах MOON



ЁБИДОЁБИ

FMCG →

КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

задача цель факты

Вирусная реклама бренда доставки роллов

задача цель факты

Повысить продажи и узнаваемость через pre-roll в онлайн-кинотеатрах

задача цель факты

Мы разработали динамичный ролик с использованием нейросетей. Герои выбирают фильм и попадают в локации, отсылающие к популярным кинокартинам. На фоне в это время играет джингл, который невольно заедает в голове уже через несколько прослушиваний

С помощью джингла нам удалось органично интегрировать название бренда в первые мгновения ролика — за пять секунд нейминг звучит целых два раза

Джингл и сюжет ролика поддерживают популярные на платформах фильмы, чтобы органично вписываться в разные сценарии просмотров



РЕЗУЛЬТАТ

По итогам кампании досматриваемость составила 85%, CTR — 2%, что, по внутренней аналитике клиента, стало сильным результатом для выбранного формата



задача цель факты

Вирусный рекламный ролик

задача цель факты

Привлечь новую аудиторию и научить правильному произношению названия бренда — NiBK (ЭнАйБиКей)

задача цель факты

Чтобы закрепить сложное название бренда, мы решили превратить рекламный ролик в настоящий рэп. Главным героем стал продавец, который объяснял клиентам преимущества продукта «по буквам», постоянно повторяя «то самое название» — NiBK (ЭнАйБиКей)

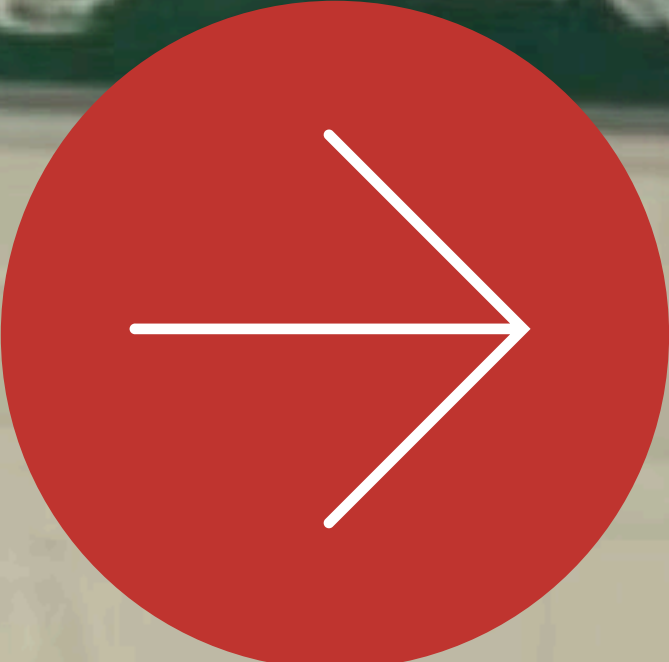
Мы показали три разных портрета целевой аудитории, каждый со своим запросом, но с единым решением — брендом NiBK

При разработке идей мы генерировали треки с помощью нейросетей. Одна из версий так сильно зашла нам в душу, что музыканты на студии много дней пытались повторить её точь-в-точь. Но вышло даже лучше



РЕЗУЛЬТАТ

Молодёжный ролик, который упрощает запоминание названия и показывает преимущества продукта для разных групп аудитории



COMFORT BABY

FMCG →

КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

задача цель факты

Рекламный ролик о подгузниках на рынок Таджикистана

задача цель факты

Показать, как традиционная таджикская семья, большая и дружная, собирается на семейный совет, чтобы выбрать лучшие подгузники для малыша

задача цель факты

Мы выбрали актёров, органично отражающих культурный контекст и образ традиционной семьи

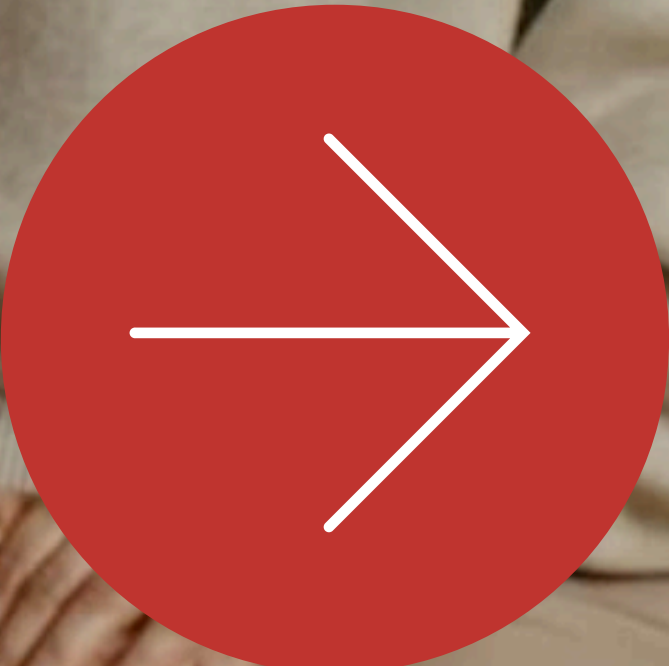
Важной задачей ролика было подчеркнуть сплочённость, в традициях страны, где каждый участливо относится ко всем семейным вопросам

Эмоциональная составляющая делает видео человечным, близким и понятным широкой аудитории родителей



РЕЗУЛЬТАТ

Рекламный видеоролик для бренда Comfort baby был запущен в активную теле-ротацию на ведущих каналах Таджикистана: ТВ Саёҳи , ТВ Шахнавоз, ТВ Синамо , ТВ Душанбе , ANT Oila HD, ANT Kids, ТВ Салом, ТВ 7 Ситора и ТВ СМ-1



GALAXY LINE

РИТЕЙЛ ➔

КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

задача	цель	факты
--------	------	-------

Рекламный ролик с Еленой Летучей для бренда Galaxy Line

задача	цель	факты
--------	------	-------

Снять ролик, который станет ядром федеральной рекламной кампании в рамках запуска новой линейки продуктов

задача	цель	факты
--------	------	-------

Бренд провёл опрос и выявил инсайт, что современные успешные девушки живут в постоянном цейтноте и с трудом находят время на себя и наслаждение моментом. Так родилась концепция ролика и слоган рекламной кампании: «В ритме твоей жизни»

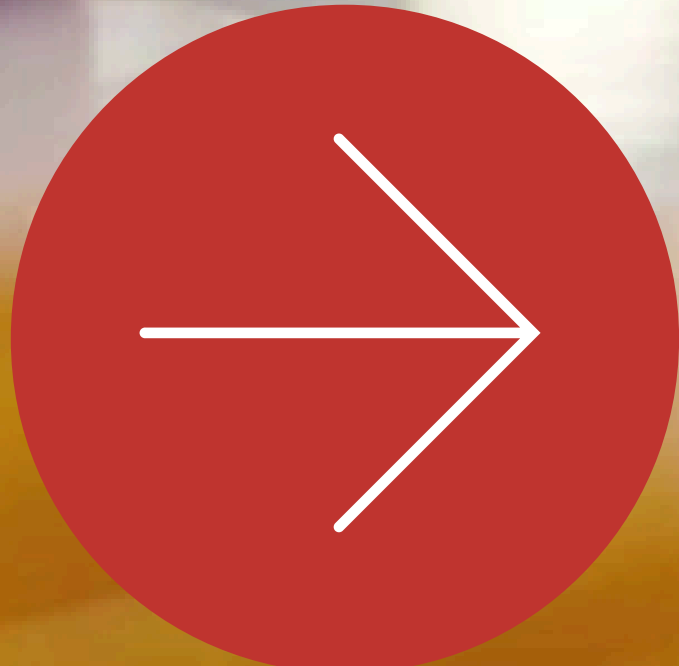
Амбассадору Елене Летучей оказалась близка философия бренда, в основе которой стремление делать повседневную жизнь людей комфортнее и спокойнее

Съёмки проходили в течение одной смены



РЕЗУЛЬТАТ

Общий охват рекламной кампании составил 200 млн просмотров. Брендные запросы выросли на 36%



задача

цель

факты

Рекламный ролик о новой магнитной трековой системе MAG VIBE

задача

цель

факты

Создать ролик хронометражем 15 и 20 сек. и показать возможности продукта бренда через ассоциацию света и настроения

задача

цель

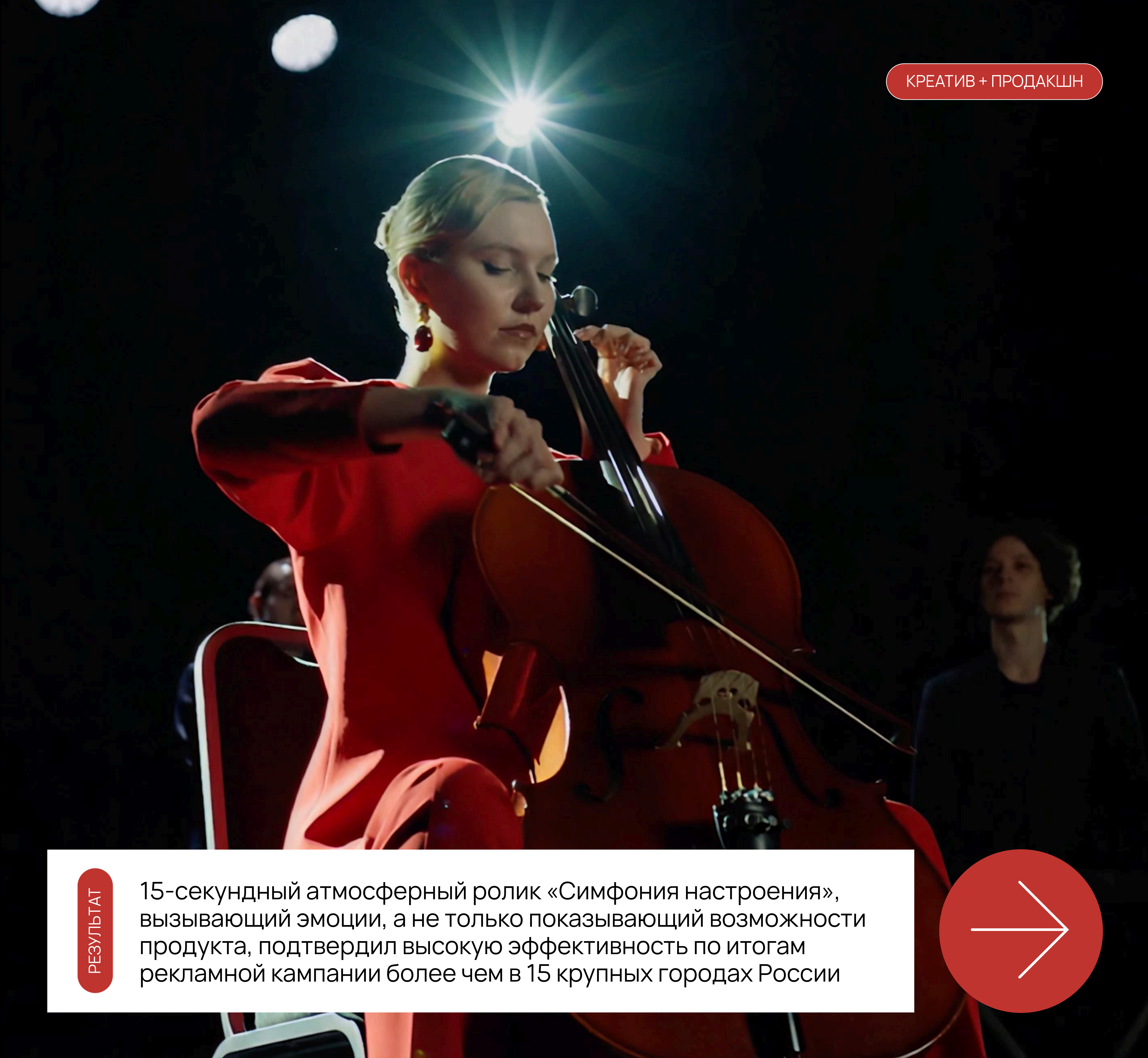
факты

Идея ролика родилась из того, что трек и расположение на нём токоведущих дорожек выглядят как гриф музыкального инструмента — в видео показана ассоциация вибраций, меняющих настроение, и взаимодействие с системой MAG VIBE через мобильный телефон

Мы пригласили профессионального музыканта, который вживую сыграл на виолончели, а с помощью видеосъёмки и монтажа сделали остальную часть работы

РЕЗУЛЬТАТ

15-секундный атмосферный ролик «Симфония настроения», вызывающий эмоции, а не только показывающий возможности продукта, подтвердил высокую эффективность по итогам рекламной кампании более чем в 15 крупных городах России



задача

цель

факты

Серия рекламных роликов для МК «Рублёвский»

задача

цель

факты

Снять ролики для комплексной рекламной кампании, направленной на увеличение числа посетителей торговых точек МК «Рублёвского» и прирост скачиваний приложения +20% ежемесячно

задача

цель

факты

Во время написания сценариев мы предлагали разные типы посетителей, отталкиваясь от ядра целевой аудитории, чтобы каждый ролик имел необычный поворот для повышения потенциальной виральности

Мы создали серию из 5 видеороликов, объединённых одной концепцией «Везде есть!», в течение одного месяца



РЕЗУЛЬТАТ

По итогам рекламной кампании количество скачиваний приложения выросло на 34%, число покупок в офлайн-точках продаж «Рублёвского» — на 22%



ГОРЯЧАЯ ШТУЧКА

FMCG →

КРЕАТИВ

задача цель факты

Креативная концепция для рекламного ролика о новой линейке продукции SAM KUSAY от «Горячей штучки» с азиатскими вкусами

задача цель факты

Придумать креатив, который ярко заявляет о новой продукции, при этом работает как на бренд SAM KUSAY, так и на основной бренд «Горячая штучка», поддерживая его имиджевые характеристики

задача цель факты

Идея видео направлена на молодую аудиторию и сфокусирована на использовании ИИ. Через путешествие шеф-повара в Азию мы показали аутентичность вкусов новой линейки и эксперименты с разными вселенными — от аниме до Токийского дрифта, а также добавили отсылки к поп-культуре

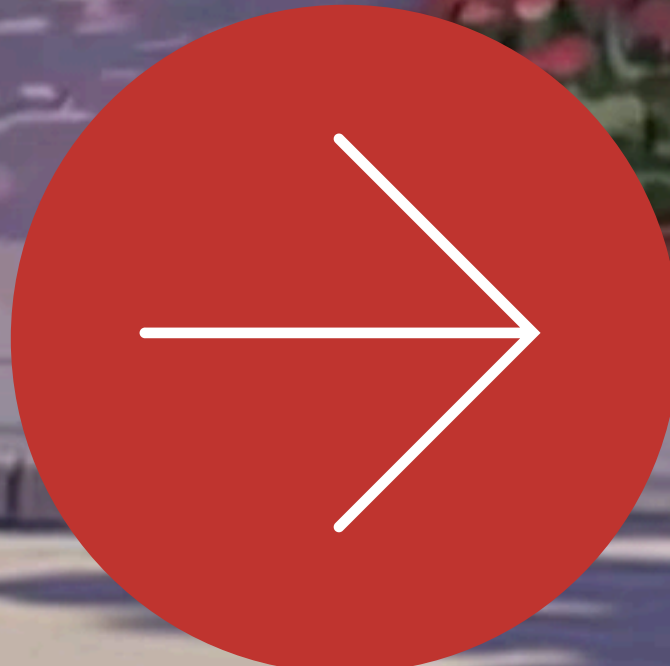
В креативную концепцию требовалось интегрировать обязательные якоря бренда, например, повара в роли главного героя и красную фуру как яркий визуальный триггер

Для ролика мы придумали цепляющий джингл с ключевым сообщением: «Горячая штучка — это плюс, Попробуй Азию на вкус!»



РЕЗУЛЬТАТ

Креативная концепция ролика совмещает элементы нескольких культур с учетом интересов разных групп ЦА. Ключевая идея ярко и современно представляет продукцию и полностью отвечает стратегии коммуникаций бренда



КОРПОРАТИВНЫЕ

MOSKVA PRODUCTION

Здесь вы можете оценить
результат наших работ и взглянуть
на процессы производства изнутри

КЕЙСЫ

ЕВРАЗ. ФИЛЬМ

МЕТАЛЛУРГИЯ ➔

КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

задача цель факты

Презентационный фильм о работе металлургии

задача цель факты

Показать процессы добычи и обработки металлов, чтобы помочь потенциальным сотрудникам лучше понять будущую профессию

задача цель факты

Мы выбрали научно-популярный формат, в котором молодой ведущий путешествует по предприятию и простым языком рассказывает о каждом этапе производства, дополняя рассказ наглядной графикой

Собирая фактуру, мы переработали десятки страниц текста от технологов, а затем описали ключевые процессы простым языком

Чтобы удержать внимание зрителя, мы разделили историю на блоки, постоянно меняли планы и динамику кадров



РЕЗУЛЬТАТ

Понятный, динамичный образовательный фильм, интересный не только потенциальным сотрудникам, но и широкой аудитории



задача

цель

факты

Рекрутинговый фильм

задача

цель

факты

Привлечение новых сотрудников и популяризация отрасли

задача

цель

факты

Изучив ключевые причины, по которым соискатели выбирают «ЕВРАЗ», мы придумали историю о долгом поиске «работы мечты». Оказавшись на стабильном и безопасном предприятии, герой вспоминает, как много трудностей он испытывал на прошлых работах при подобных задача

Съёмки проходили в две смены в разных городах — Москва и Качканар

Для съёмок сцен «из прошлого» мы выявили топ-3 профессии, после которых сотрудники приходят в «ЕВРАЗ», и интегрировали их в ролик



РЕЗУЛЬТАТ

Искренняя история, которая через личный опыт героя показывает преимущества работы в «ЕВРАЗ» и легко считывается зрителем



АЭРОПОРТ ВНУКОВО

АВИА →

КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

задача цель факты

Имиджевый ролик об аэропорте

задача цель факты

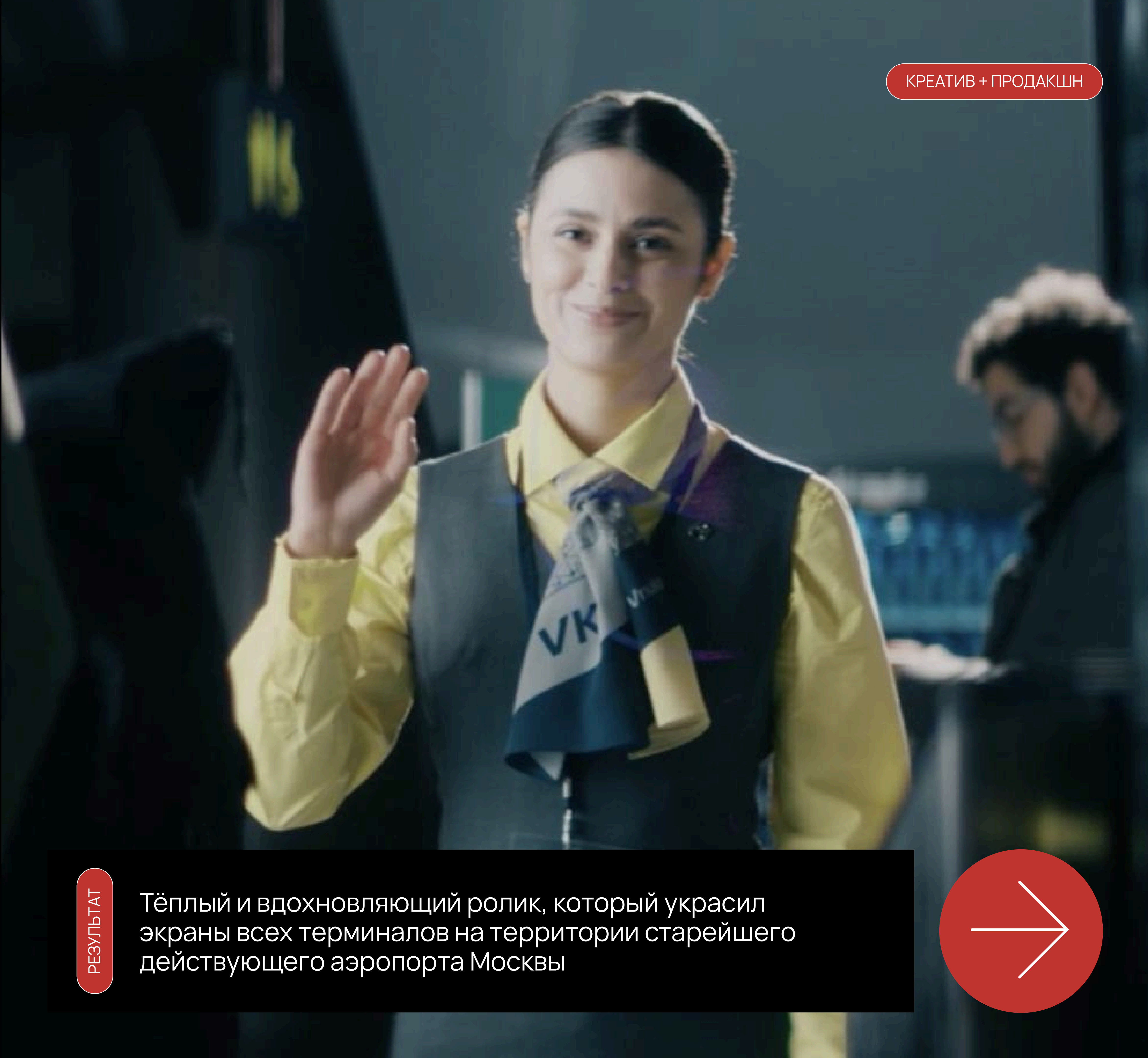
Повысить имидж «Внуково» среди посетителей, рассказать о трепетном отношении персонала аэропорта к каждому пассажиру

задача цель факты

Было решено показать истории пассажиров в динамике живого и современного аэропорта, где каждый получает должную заботу.

Мы проработали эмоциональные сюжеты и отправились на череду скаутов, чтобы точно успеть снять все локации за одну смену. Индор-кадры снимались ночью, когда аэропорт максимально разгружен

Собрать необходимые пропуски и разрешения для съёмок в аэропорту – это непростая задача, но продюсеры, проработав заранее план Б и план В, успешно с ней справились



РЕЗУЛЬТАТ

Тёплый и вдохновляющий ролик, который украсил экраны всех терминалов на территории старейшего действующего аэропорта Москвы



задача	цель	факты
--------	------	-------

Создание имиджевого ролика о процессе поставки зерна		
--	--	--

задача	цель	факты
--------	------	-------

Ярко и нестандартно рассказать о масштабной деятельности Объединенной зерновой компании (ОЗК)		
---	--	--

задача	цель	факты
--------	------	-------

Мы превратили сложную историю о работе компании в анимационное путешествие Главными героями ролика стали сотрудники ОЗК — люди, которые, несмотря на расстояния и суровые условия, обеспечивают поставки зерна по всему миру Визуальным вдохновением для проекта стал советский мультфильм «Пластилиновая ворона». Чтобы воссоздать похожую фактуру и стиль анимации, мы объединили 3D-графику и ИИ-технологии		
---	--	--



задача

цель

факты

Презентационные ролики для жилых проектов

задача

цель

факты

Рассказать целевой аудитории о преимуществах ЖК и всех особенностях комплекса

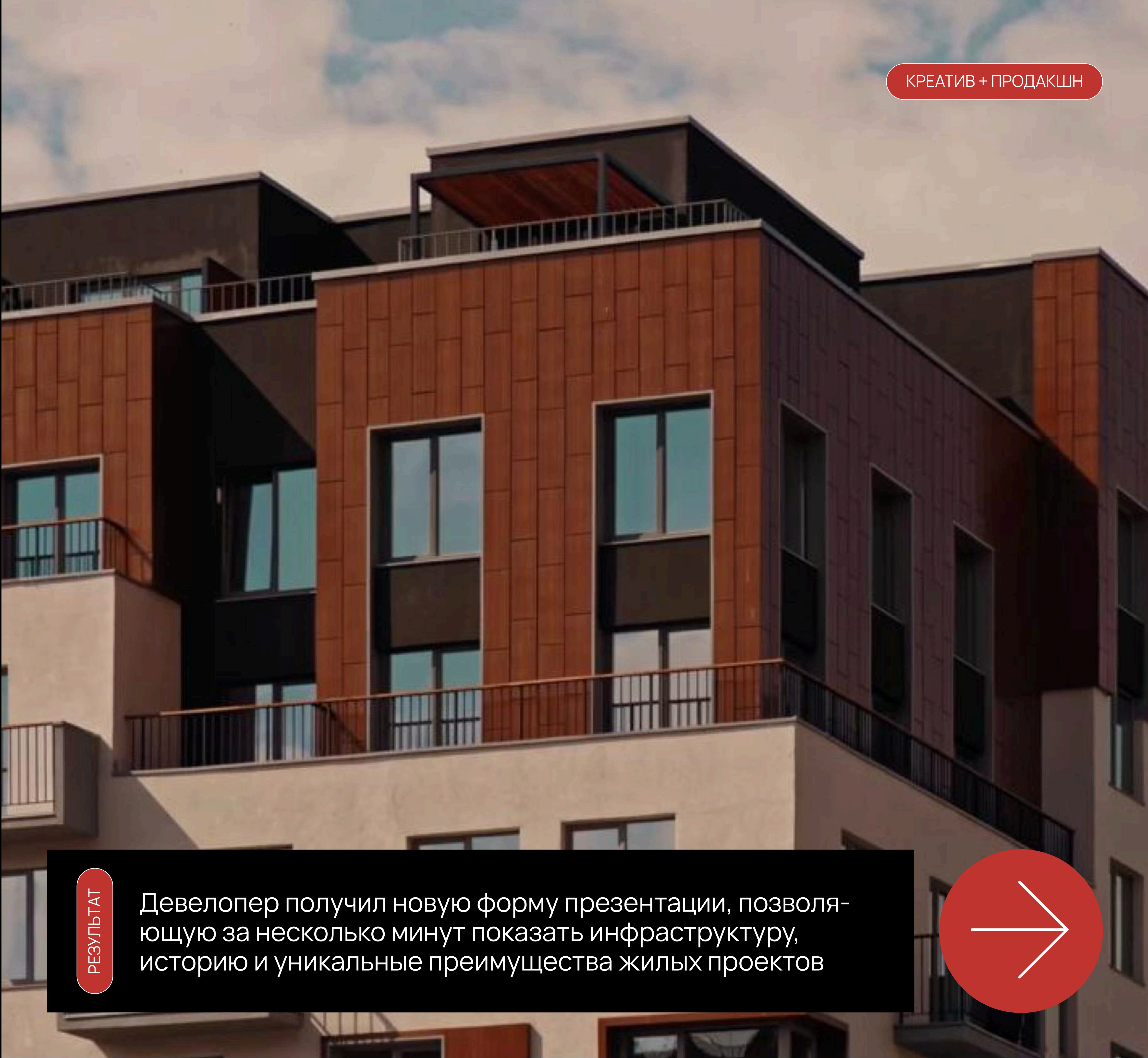
задача

цель

факты

Мы сочетали рендеры и архивные материалы компании с 2D-графикой, AI-анимацией и съёмочными кадрами

Каждый проект получил собственный сюжетный ход — например, история о квартале «Метроном» была рассказана через ритм жизни, где графика, монтаж и действия героев складываются в единое движение



РЕЗУЛЬТАТ

Девелопер получил новую форму презентации, позволяющую за несколько минут показать инфраструктуру, историю и уникальные преимущества жилых проектов



РОЗ. УЗЛЫ ВРЕМЕНИ

ОБРАЗОВАНИЕ ➔

КРЕАТИВ + ПРОДАКШН

задача цель факты

Серия научно-популярных роликов об истории России

задача цель факты

Создать видеопроект в жанре исторического детектива, чтобы повысить интерес к отечественной истории среди молодежи

задача цель факты

Мы провели тщательную редакторскую работу: определили интересные темы из курса истории, собрали фактуру из достоверных источников и написали текст для ведущего, обернув повествование в формат расследования

Ведущий был выбран в результате долгого поиска, и в итоге усилия себя оправдали: у главного героя даже сформировалась собственная фан-база в сети



РЕЗУЛЬТАТ

6 роликов по 20 минут, которые увлекательно и достоверно рассказывают об исторических событиях, собирая миллионы просмотров



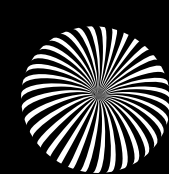
КОНТАКТЫ

MOSKVA
PRODUCTION



WEBSITE →

mosvideo.org



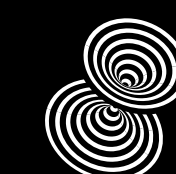
MAIL

alladv@mosvideo.org



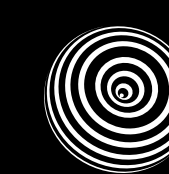
TEL

8 (495) 281-39-36



INST →

@moskva_production



VIMEO →

vimeo.com/user106713982

LET'S

MOSKVA PRODUCTION

креативное
видеопродакшн
агентство

WORK TOGETHER