

Helmes "Ticket to ride"

Eesmärk

Kuidas korraldada väarikat üritust ettevõttele, kes ei lepi standartsete lahendustega?

Ajastupeod ei ole midagi uut ning Gatsby pidude kõrge on tänaseks möödas. Seega miks pakkuda just 20ndad ühele juhtivale IT ettevõttele Eestis?

Võtsime oma eesmärgiks minna aega, mis oleks kõigile võrdselt puutumatu. Eesmärk oli pakkuda Helmese inimestele enneolematuid emotsioone, mis IT-ala inimeste tulevikutööga võrreldes oleks nagu öö ja päev.

Elluviimise kirjeldus

Ülesanne oli luua lahendus, mis seoks endas 1920te aastate parimad elemendid ühtseks tervikuks. Idee mis eeldas erinevaid lokatsioone, koos asukohapõhiste tehniliste ja olmeliste väljakutsetega.

Kõik loovideed sai koondatud märksõna Ticket to Ride alla. Üks lugu, üks reis, erinevad lokatsioonid.

Reisi algpunktiks oli personaalne pilet koos vajalike juhustega, mis sai kättetoimetatud tõelise reisisaatja poolt. Eirong kandis Orient Expressi stilistikat ja pakkus külalistele erinevaid meelt lahutavaid ajastukohaseid tegevusi. Kulminatsioon ootas külalisi reisi sihtpunktis - Tapa mahajäätud Raudteejaamas, mis selleks õhtuks oli võtnud hoopis tõelise cabareeteatri kuju. Ticket to ride oli pilet, mis ühendas endas detailideni lihvitud ajastukohaseid elemente ja andis võimaluse luua tavapärasest uusaasta gala formaadist täiesti erinev lahendus.

Korralik logistiline ja tehniline väljakutse kasutada talvistes tingimustes toimumiskohti, mis ei ole ürituste jaoks kohandatud, kuid mis ometi nii hästi sobisid. Ilma rongi lahenduseta ei oleks antud toimumiskoha kasutamine kõne alla tulnud, seega avardas transpordilahendus omamoodi piire ka ürituse ruumide osas.

Tulemused

Produksiooniline lõpptulemus oli 20ndate stiilis läbimõeldud terviklahendus, mis koondas endas erinevaid toimumiskohti alustades 70date vene päritolu rongist, jääkülmast ning ajastusse arhiveeritud Tapa Raudteejaamast ning lõpetades 60ndate industriaalhoonega juba järgmises peatuses, kus peeti maha ürituse afterparty.

Ticket to Ride oli väljakutse, kus kõik elemendid pidid olema stilistiliselt täiuslikud ning samas pakkuma kliendile mugavat äraolemist ning täiuslikku kogemust.