

Ребрендинг

FREEDDOM

# Ребрендинг проекта «Снежная Миля»

Проект «Снежная миля» был известен в Новосибирске, как долгострой, который расположен в одной из ключевых локаций города — у самого популярного парка на Михайловской набережной.

В 2022 году этот участок земли был выкуплен новым владельцем. Московская команда в тандеме с One Company реабилитировала долгострой и разработала уникальный проект, аналогов которому нет за Уралом.



# Исходные данные

Территория в одной из центральных точек города, между левым и правым берегом Новосибирска. Рядом — метро, ж/д станция и одна из крупнейших транспортных магистралей, центр города — в 10 минутах езды. Это самое посещаемое место пешеходного трафика.



## Городской транспорт

17+ маршрутов



## Метрополитен

Шаговая доступность до метро



## 2 станции ж/д вокзала

9+ маршрутов

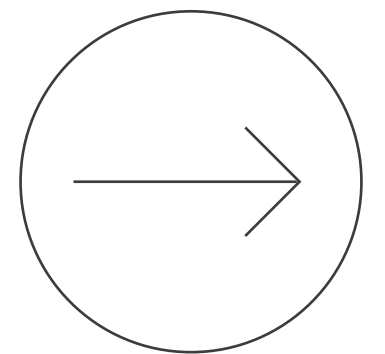


# Задача

Команде предстояла разработка проекта с нуля: от архитектуры до новой, современной креативной концепции позиционирования для полной реабилитации репутации долгостроя.



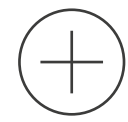
Новая  
концепция



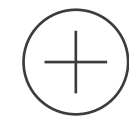
# FREEDOM — ЭВОЛЮЦИЯ ГОРОДА

Мультифункциональный комплекс Freedom с community mall — это симбиоз инфраструктуры для рекреации, ритейла, деловой функции и жизни.

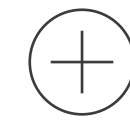
В 5 высотках, объединенных стилобатом, будет создано многофункциональное пространство, включающее направления:



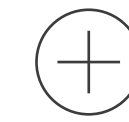
Gastro



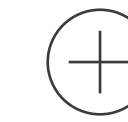
Art



Beauty & Medical



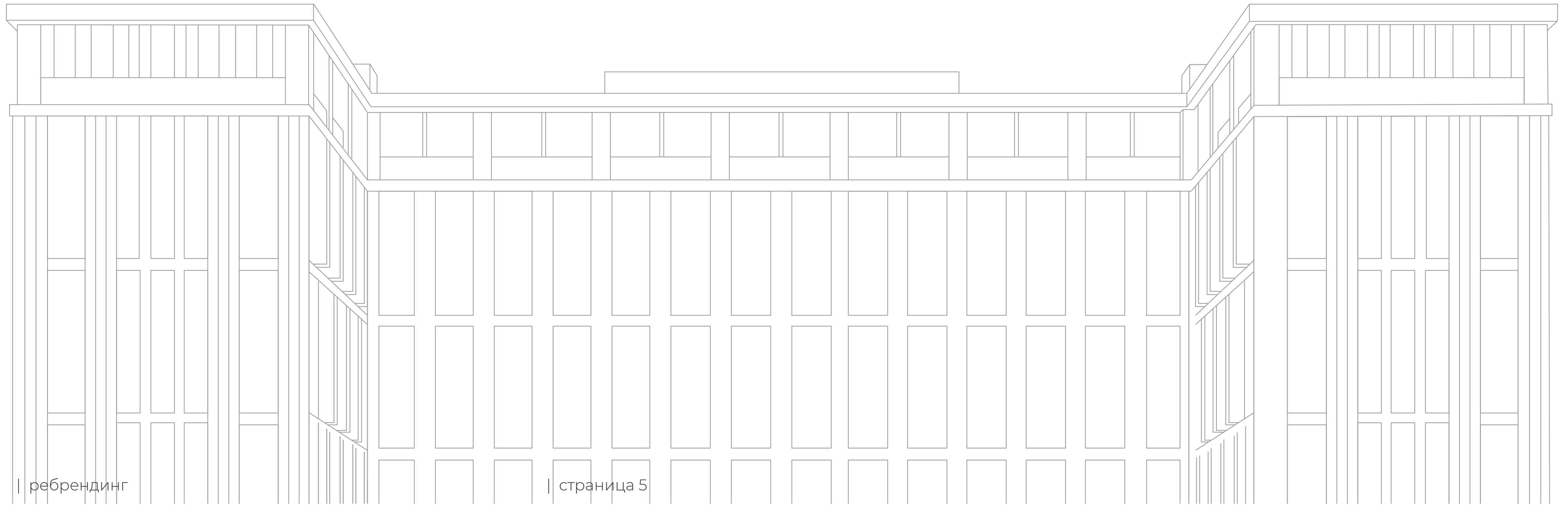
Sport & Wellness



Recreation



Daily needs



## О компании

FREEDOM — мультифункциональный комплекс, где реализован формат «все включено» и полная свобода резидентов: от решения бытовых вопросов до работы и отдыха. Апартаменты, офисы, торговый центр, бассейн с термальным комплексом, самый большой фитнес-центр, коммерческие помещения, разделенные тематическими кластерами, и подземный паркинг с почасовой арендой — все это на 160 000 м<sup>2</sup> комплекса.

## Позиционирование

Быть лучшим функциональных комплексов апартаментов, и деловым центром в городе.

## Ценности бренда

- создание максимально удобной среды для жителей концентрация всей необходимой инфраструктуры в одном месте
- быстрый доступ к комплексу из всех районов Новосибирска
- использование современных планировочных решений
- создание коммерческих пространств для удобства и резидентов, и их клиентов
- соблюдение всех норм безопасности
- предложение выгодных условий проживания для жизни

## Характер и стиль

- компактность и современность
- продуманность и комплексность
- долгосрочное планирование и выбор лучшей цены на рынке

## Миссия

Предоставить резидентам комфортные условия апартаментов по доступной цене, гостям комплекса – высококлассный сервис и развлечения, а тем, кто собирается работать или вести бизнес – современные коммерческие пространства.

## Видение будущего

Стать самым крупным и известным комплексом в Сибирском регионе.

# Целевая аудитория

## Общая характеристика

Многофункциональность комплекса FREEDOM определяет и разноплановость категорий целевой аудитории, их основных мотивов при покупке.

Главное, что объединяет все нижеприведенные группы – желание вести бизнес деятельность или жить в уникальном и современном месте регионального масштаба.

## Основные категории целевой аудитории

- 1 Инвесторы, заинтересованные в покупке жилых помещений
- 2 Инвесторы, ориентированные на приобретение коммерческих площадей
- 3 Люди, желающие приобрести апартаменты для жизни
- 4 Предприниматели, которые планируют открыть собственный малый или средний бизнес
- 5 Крупные сети или компании для ведения бизнеса или своего регионального представительства

# Лестница преимуществ бренда

## Эмоциональная выгода

Emotional Benefit

Возможность жить, вести бизнес и инвестировать в недвижимость в динамичном месте и постоянно находиться в центре событий

## Потребительская выгода

Consumer Benefit

Максимум составляющих для моих требований к недвижимости и доступная цена.

## Продуктовое/функциональное преимущество

Product/Functional benefits

Доступ к полноценной инфраструктуре в шаговой доступности: рестораны, фитнес-центры, выставки, языковые школы, социальные объекты и так далее. А также доступ к инфраструктуре города с минимальной тратой времени на дорогу.



# Главные УТП проекта

①

Гастрохолл: улица баров и ресторанов

②

Крупнейший фитнес-центр

③

Термальный комплекс со SPA и бассейнами

④

Торговый центр

⑤

Medical & beauty community

⑥

Тематические выставки и фестивали

⑦

300 метров от метро

⑧

Двухуровневые пентхаусы с выходом на крышу

⑨

Консьерж-сервис 24/7

⑩

Апартаменты для жизни и инвестиций



# Нейминг

Название олицетворяет философию проекта и новый формат жизни в мегаполисе. Все в одном месте: в multifunctional-ном комплексе можно наслаждаться полнотой жизни, просто перемещаясь на лифте.

Просто, понятно, звучно:

свобода от пробок

свобода выбора

свобода времени

# FREEDOM

# Айдентика

Яркие пространства, яркие встречи, яркие впечатления — во Freedom каждый может жить, работать и отдыхать, развиваться и быть ярким по-своему.

В айдентике хотелось достигнуть такой же яркости, насыщенности и свежести, прогрессивности и динамичности.

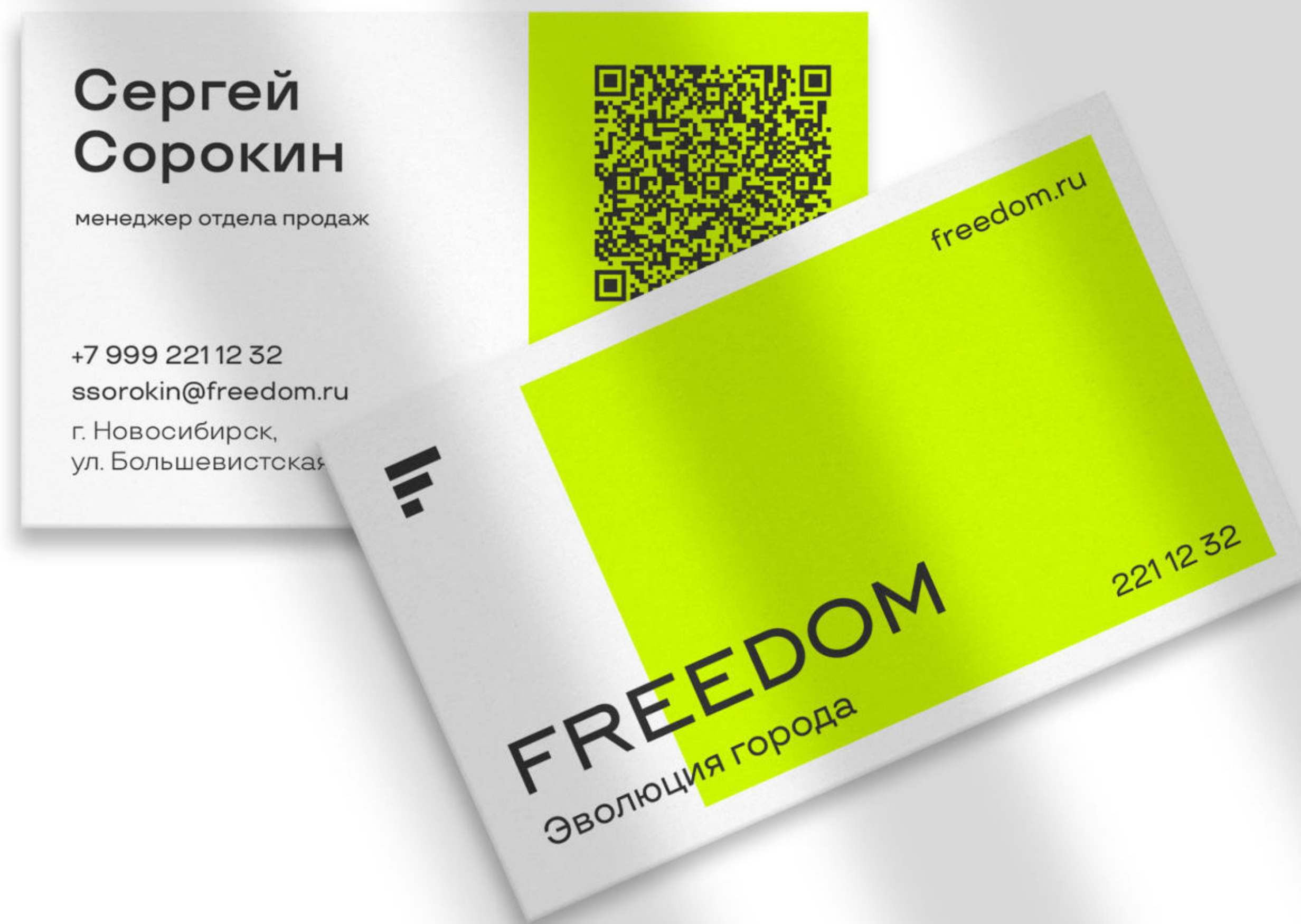


# ЛОГОТИП

Для шрифтового логотипа дизайнеры TGT использовали выразительную типографику. Подстрочник отражает главную философию проекта: «Эволюция города»

Также был разработан символ в виде латинской «F», который может выступать в качестве как сокращенной версии лого, так и самостоятельной графической единицы айдентики.

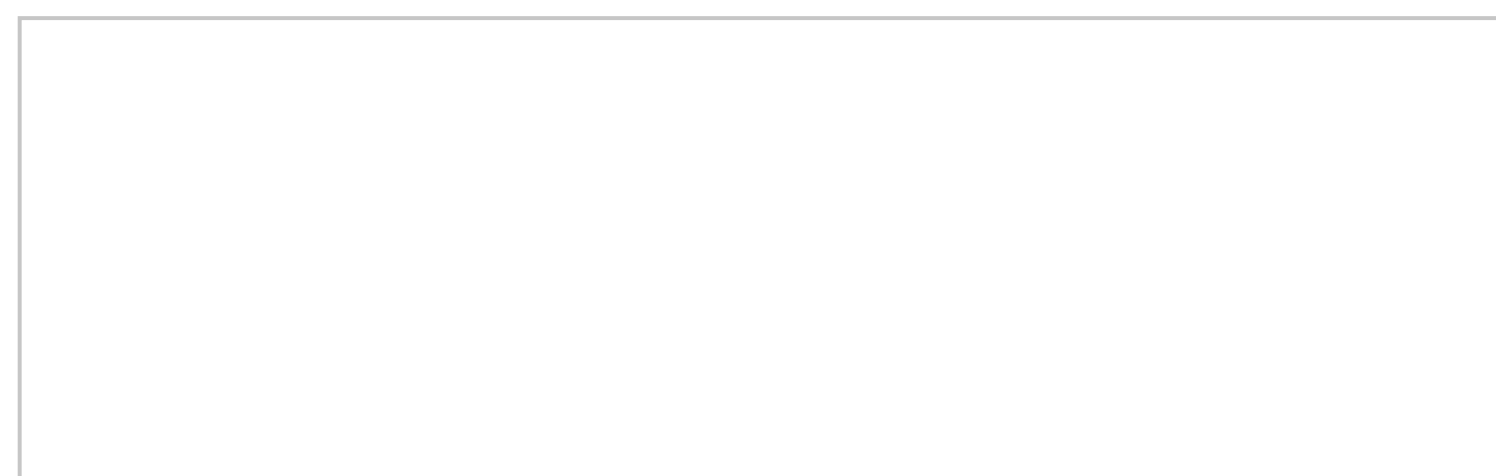
Для формирования визуального образа используются лаконичные геометрические формы и линии.



# Палитра

Фирменные цвета сложились в палитру из спокойных графитового серого и белого оттенков.

Неоновый зелёный стал ярким акцентом — инструментом, позволяющим транслировать идеи прогрессивной городской жизни.



Белый

Основная палитра



Неоновый зелёный

Основная палитра

Таким образом, в палитре получилось выразить основной посыл: приватную жизнь в современном большом городе с развитой инфраструктурой и быстрым, ярким темпом течения времени.



Графитовый

Основная палитра



Алый и серый

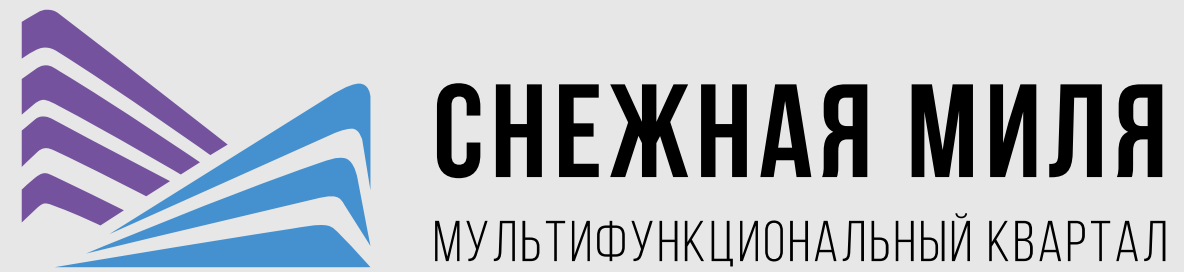
Доп. цвета



Цвет «живет» не только в коммуникации, но и внутри дома, ненавязчиво, но акцентно он встречается в интерьерах комплекса.

# Полный редизайн

до



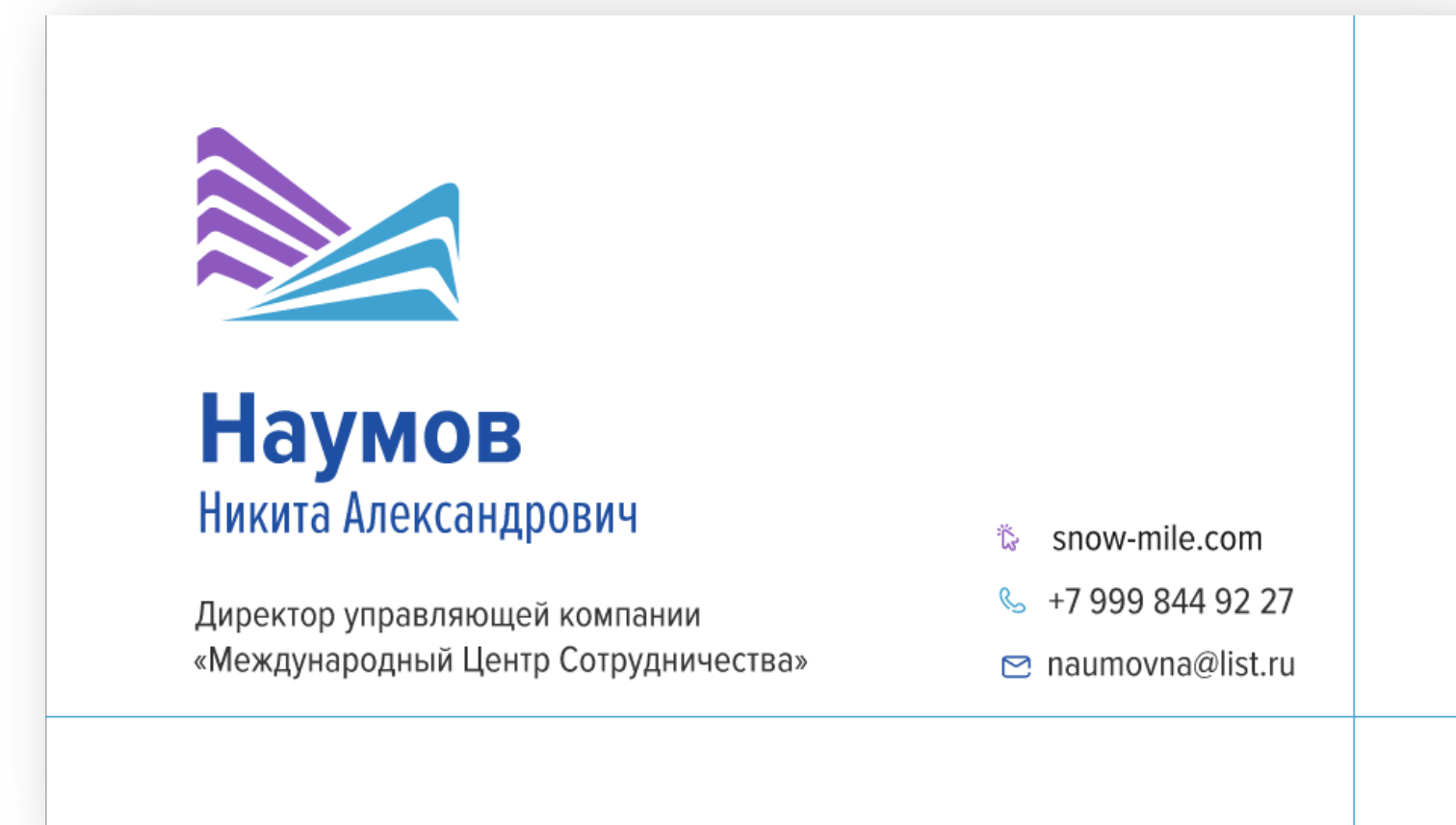
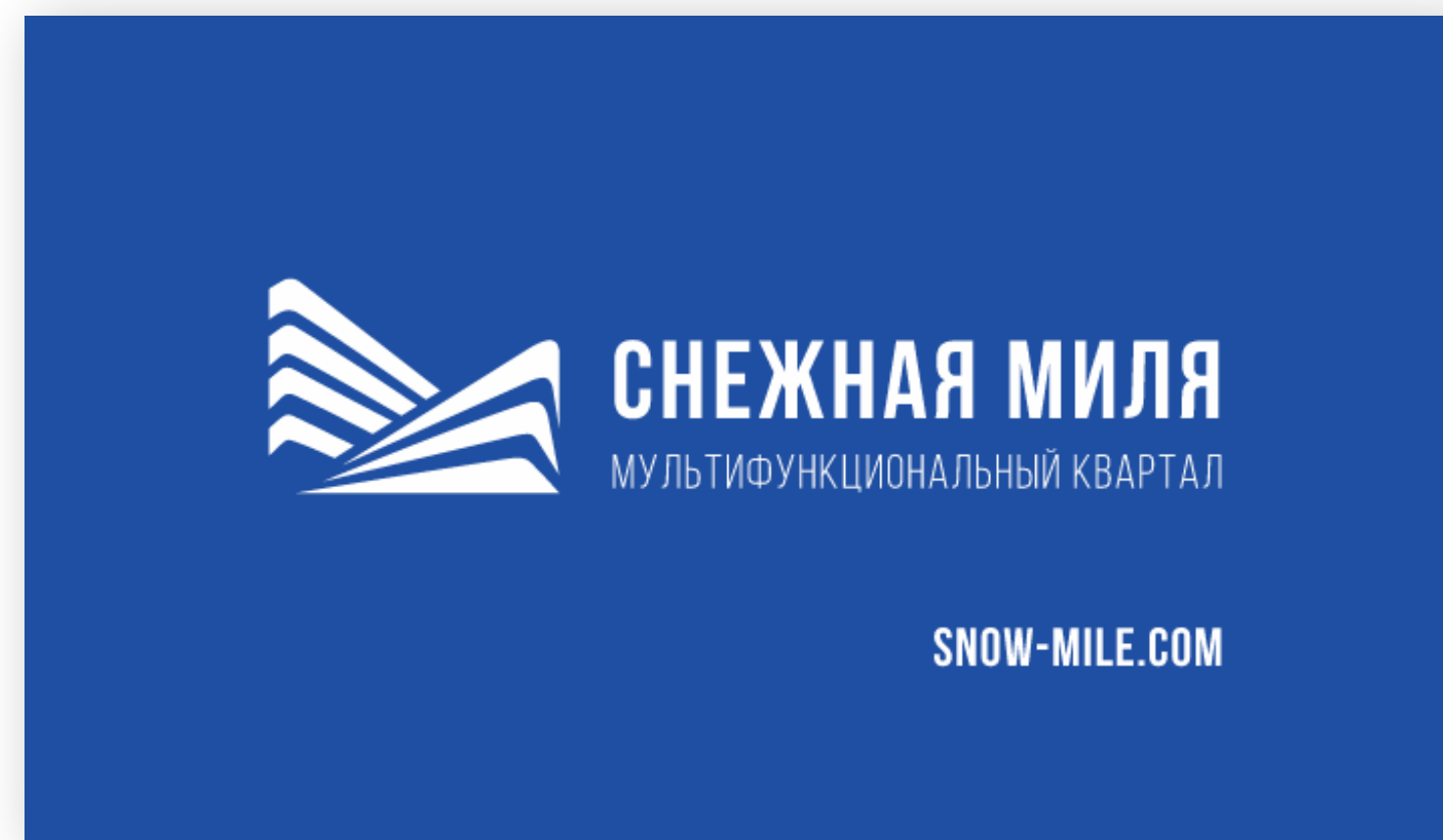
после

**FREEDOM**  
Эволюция города

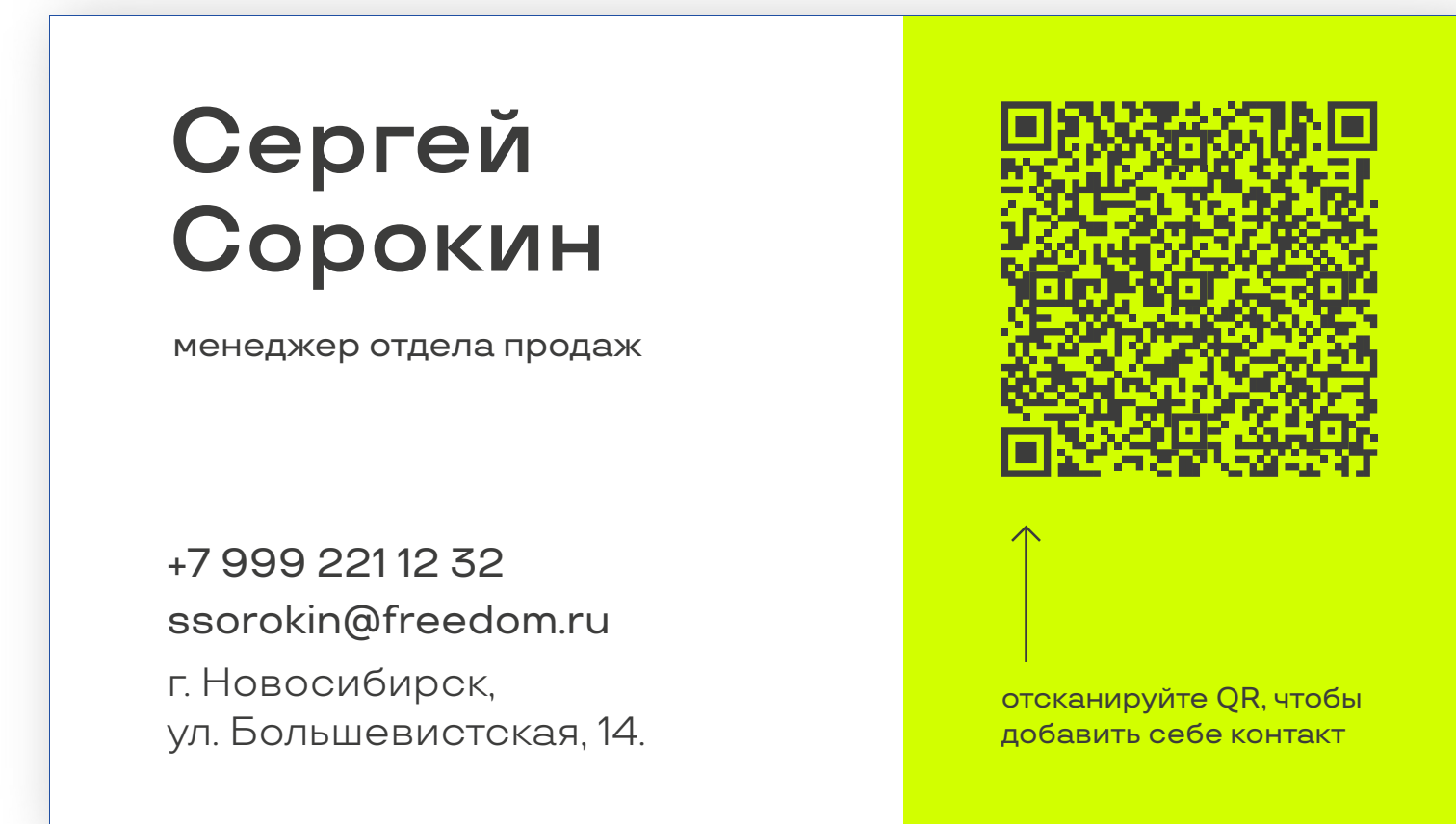


# Визитные карточки

до

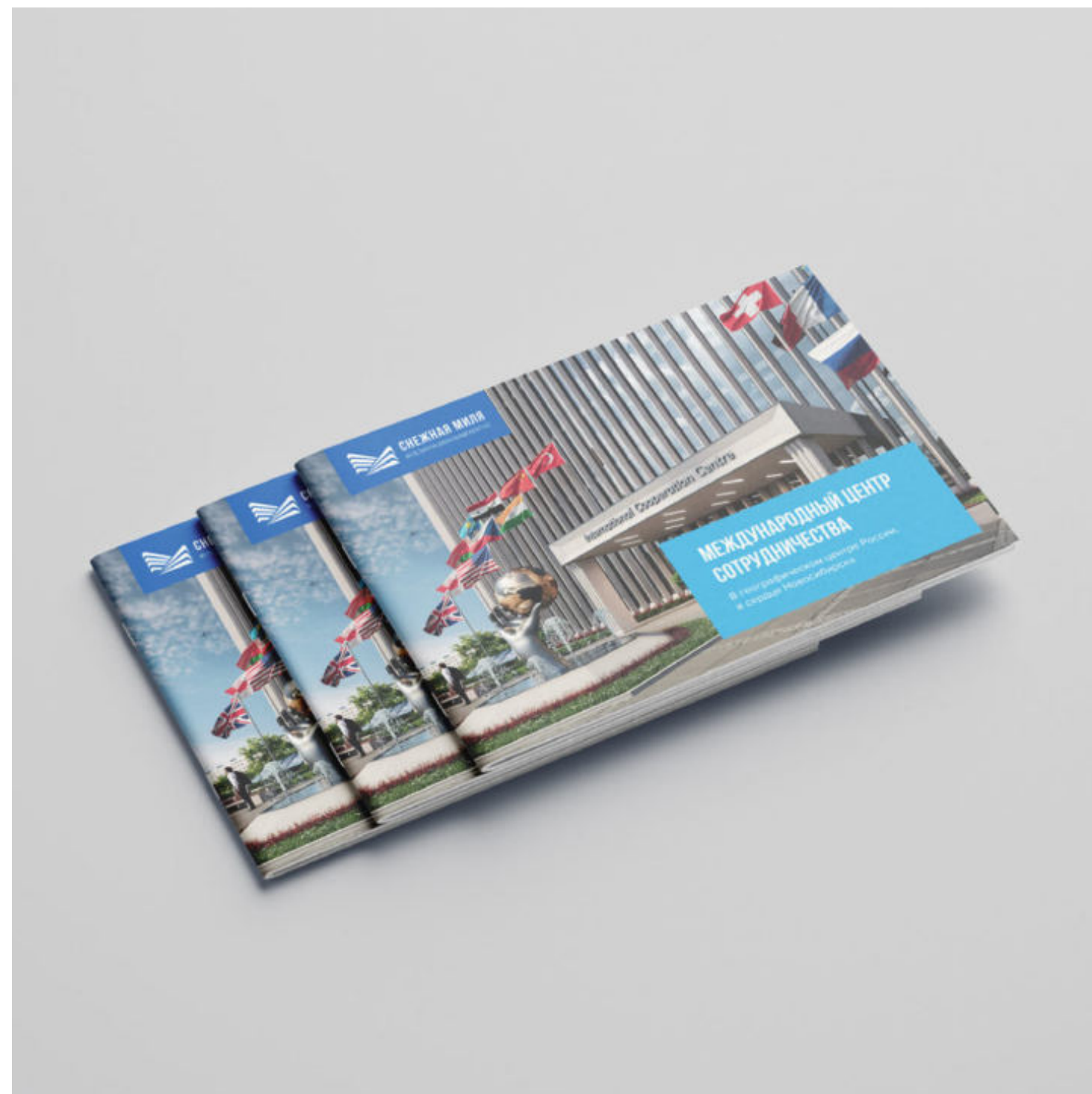


после



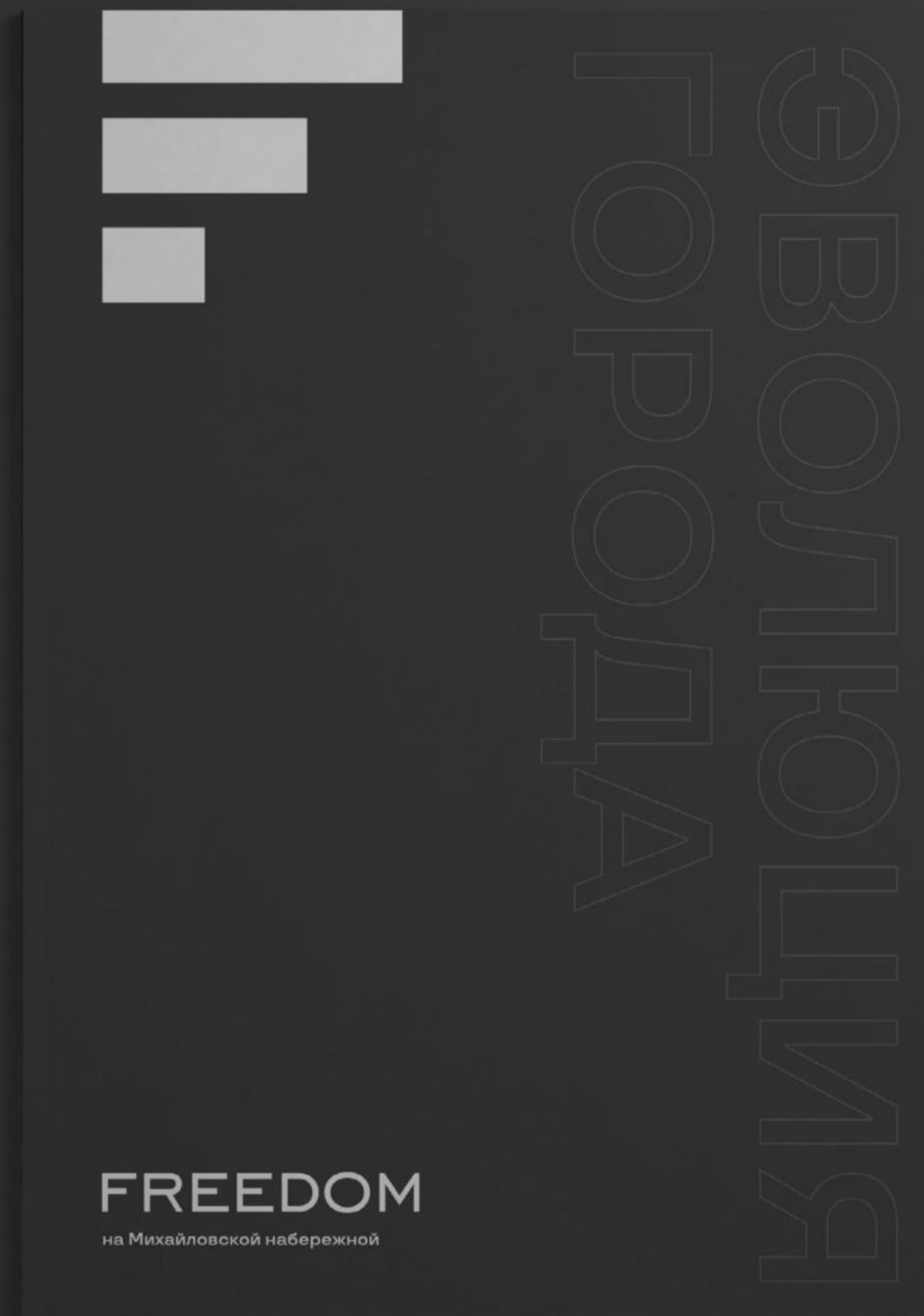
# Буклет

до



| ребрендинг

после



| страница 16



# Буклет

ДО



после



# Социальные сети

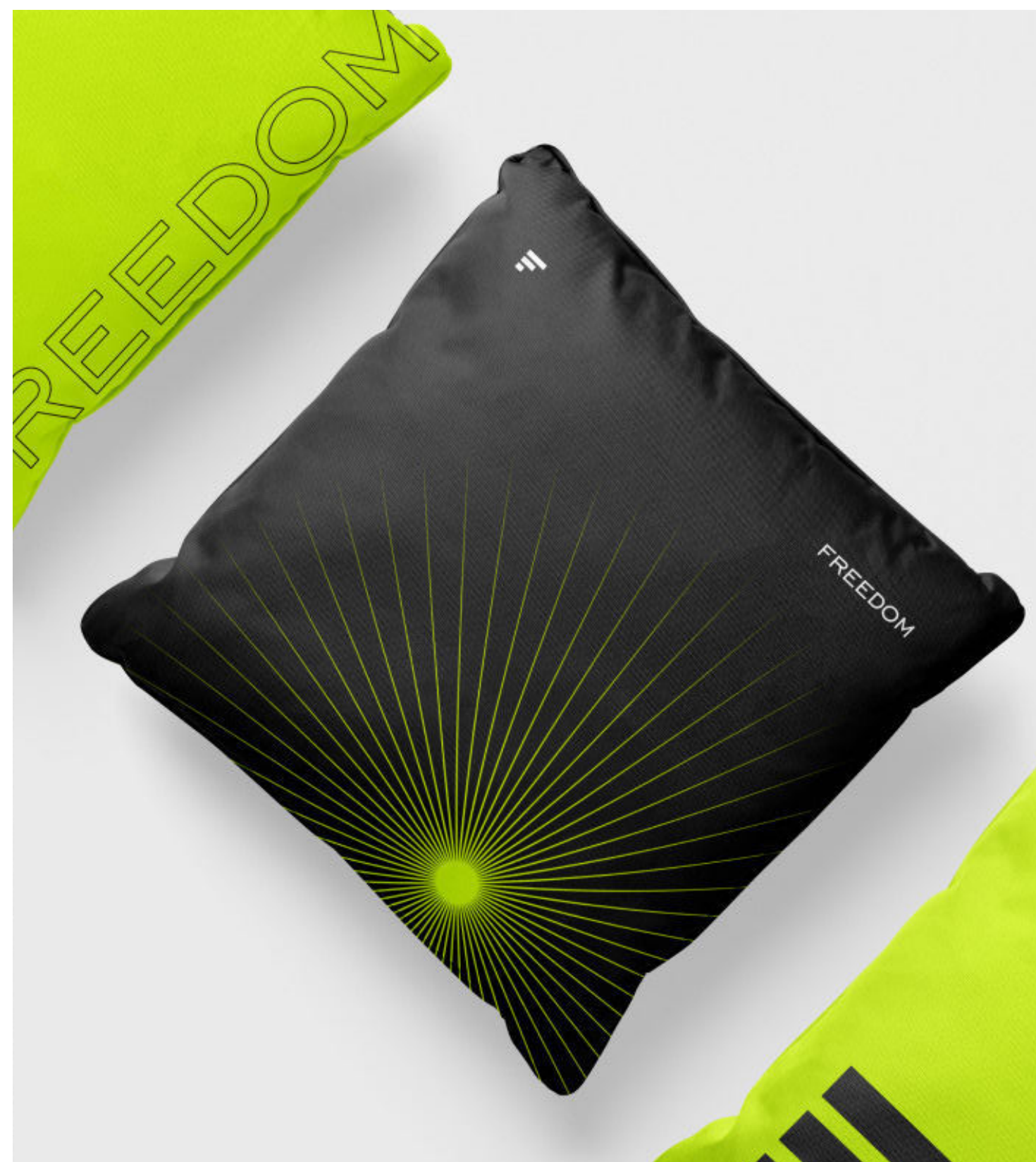


ДО



ПОСЛЕ

# Сувенирная продукция



# 3D-визуализации

Запаковка «под ключ» такого уровня проекта невозможна без привлечения отдела 3D-визуализаций. В фотореалистичных рендерах наши художники отразили весь спектр архитектурных идей, используя различные ракурсы и освещение. Для того чтобы раскрыть концепт проекта, подчеркнуть многообразие инфраструктуры, мы «наполнили» визуализации большим количеством людей.

Прорисовка интерьеров и придомовой территории позволили добиться высокой детализации 3D-моделей Freedom.



до ребрендинга



после ребрендинга



до ребрендинга



после ребрендинга





до ребрендинга



после ребрендинга



до ребрендинга



после ребрендинга



после ребрендинга



после ребрендинга



после ребрендинга



# Результат



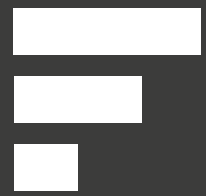
Новый проект произвел ошеломляющее впечатление на профессиональное сообщество сферы недвижимости и был высоко оценен жителями Новосибирска.

Всего за 3 месяца с момента старта продаж первая очередь проекта распродана на

# 90%







FREEDOM

разработано 1GT