

ТЦ Сокольники + SmartHeart

Сокольники Торговый центр культуры и отдыха

ТРЦ «Сокольники» расположен в 6 минутах ходьбы от одноименного парка. Еще в 2019 году центр выглядел устаревшим в плане архитектуры и наполнения, но при этом имел отличный потенциал: он находится в удачной локации — рядом с метро и парком, который посещают до 40 тыс. человек в день

Задача

Перед агентством клиент поставил задачу: разработать бренд-платформу и айдентику.

Результат

1. Команда агентства изучила, чего не хватает жителям Сокольников. Первой задачей SmartHeart стало качественное исследование ЦА: жителей района и тех, кто приезжает сюда в парк, на работу и учебу. Было необходимо выяснить ценности аудитории, атрибуты удобства и комфорта, а также какую районную инфраструктуру она считает необходимой. Исследование включало глубинные интервью с 15 респондентами в среднем по 1,5 часа каждое.

Благодаря интервью подтвердились две важные гипотезы:

— Парк «Сокольники» воспринимается как уникальное место. Опрошенных, с одной стороны, привлекает атмосфера настоящего леса посреди мегаполиса, с другой — досуговые сервисы, например, кафе, фестивали, каток зимой.

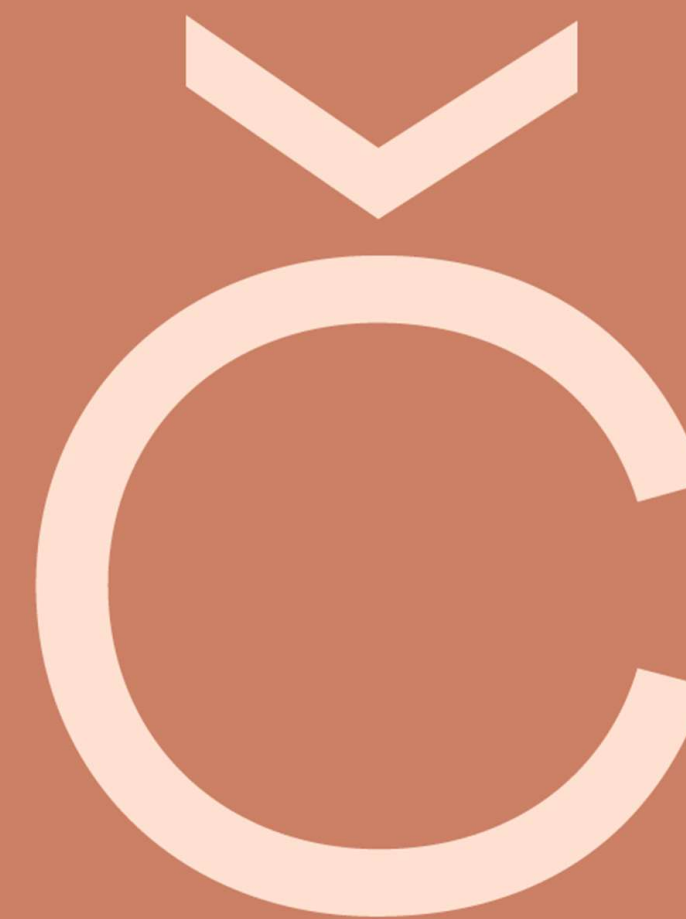
— Жители района при описании себя и соседей используют такие эпитеты как «интеллигентные», «воспитанные», «культурные», противопоставляя себя жителям более новых районов Москвы. Такое самоощущение является важной частью идентичности людей.

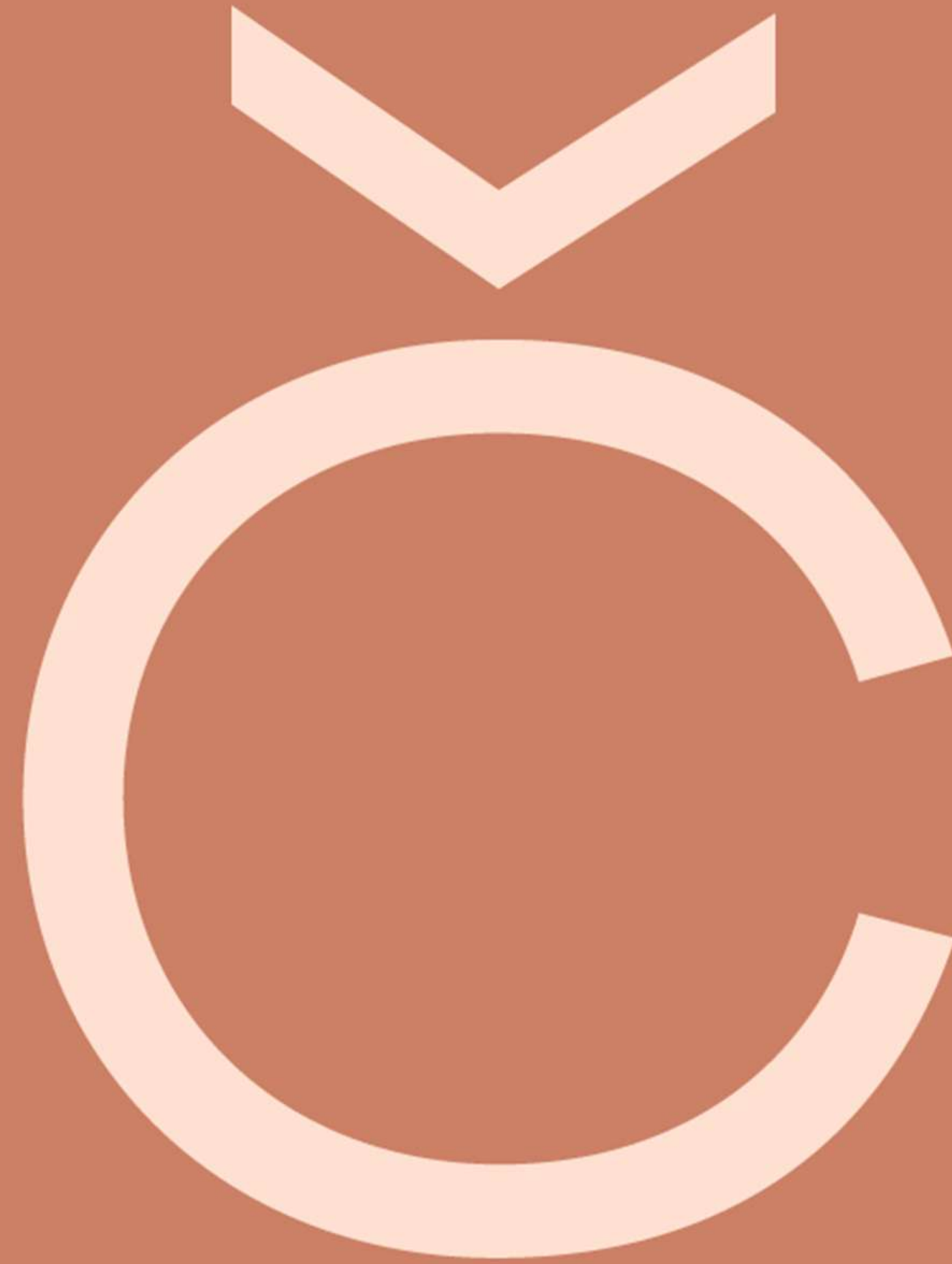
Две составляющие — стремление людей к природе, а также их потребность в более интеллигентном окружении и культурном досуге — легли в основу бренд-позиционирования ТЦ.

2. SmartHeart придумали позиционирование: «Торговый центр культуры и отдыха». На этапе кабинетного исследования мы определили крупные потребительские тренды. Глобальный тренд, важный в контексте проекта — тяга людей к природе в противовес ритму большого города и постоянной демонстрации успеха. Среди предложенных вариантов команда Accent Capital выбрала такое позиционирование: «Продолжение парка «Сокольники» в городе — гармоничное сочетание природы и культуры». Генеральный слоган «Торговый центр культуры и отдыха» перекликается со слоганом парка «Сокольники» — «Природа отдыха» — и одновременно является его логическим продолжением.

3. SmartHeart взяли за основу айдентики образ благородного сокола. Фирменный стиль должен был выглядеть очень современным, а с другой стороны — быть вне времени и трендов, в меру спокойным и отсылать к многообразию природы. Найденные нами образы и паттерны одновременно отсылают к дикой природе и переосмысливают прошлое Сокольников, а именно — традицию соколиной охоты. Образ охотничьего сокола, одетого в клобучок — специальную кожаную шапку, вдохновил нас на выразительный графический символ, созданный из лигатуры СК. В фирменной графике также используются переосмысленные природные формы: перья и паттерны, напоминающие узор соколиного оперения. В свою очередь перо также стало метафорой культуры.

4. SmartHeart синхронизировали работу с архитекторами. На протяжении четырех месяцев мы каждую неделю проводили встречи с архитекторами из Ind Architects и заказчиком. Это позволило нашей команде вовремя корректировать исследование аудитории, а также видеть нестыковки с точки зрения архитектурной концепции. При этом архитектура и интерьеры ТЦ также тесно взаимодействуют с бренд-платформой. Например, в оформлении интерьеров воплощается идея спокойного пространства с обилием натуральных, природных материалов, а также используются цвета из фирменной палитры.





СОКОЛЬНИКИ





СОКОЛЬНИКИ

ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА



51

РУСАКОВСКАЯ
УЛИЦА, 31

СОКОЛЬНИКИ

ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА



РУСАКОВСКАЯ
УЛИЦА, 31

51

АЛЕКСАНДР
ПШЕНИЧНИКОВ

+7 906 010 20 30
PSHENICHNIKOV@SOKOLNIKI.TC

МЕНЕДЖЕР

СОКОЛЬНИКИ

АЛЕКСАНДР
ПШЕНИЧНИКОВ

+7 906 010 20 30
PSHENICHNIKOV@SOKOLNIKI.TC

МЕНЕДЖЕР

СОКОЛЬНИКИ

ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА



51

РУСАКОВСКАЯ
УЛИЦА, 31

ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА



МЕНЕДЖЕР



СХ

ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА

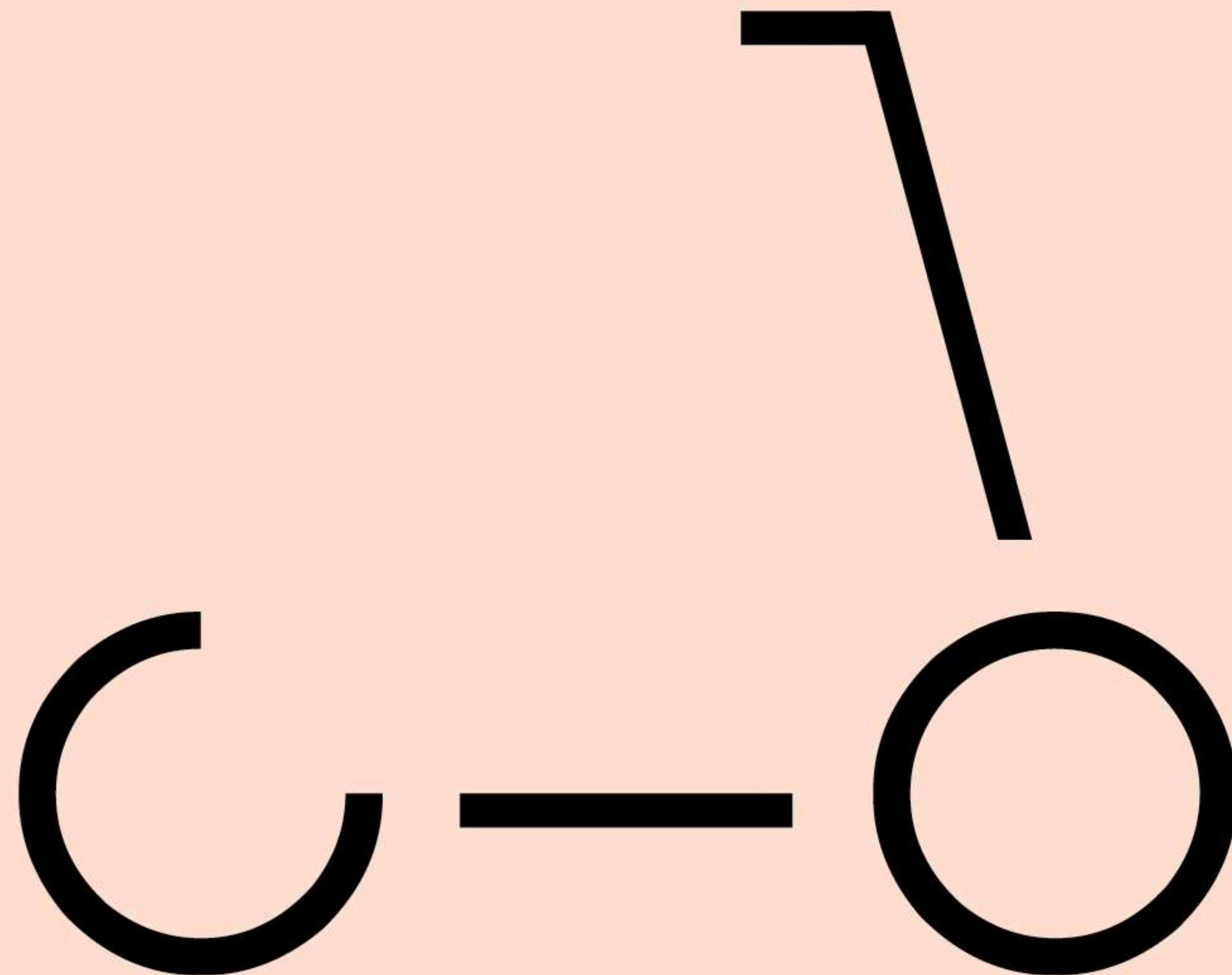
СХ

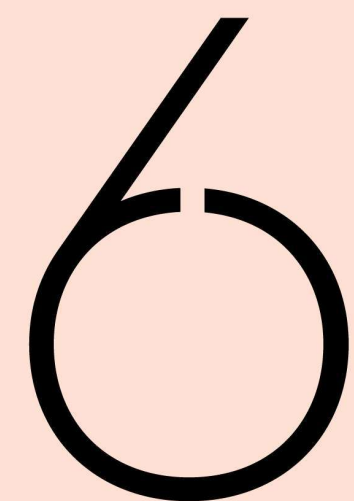
ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА

СХ

ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ
И ОТДЫХА

C-O





УЮТНЫХ
КАФЕ

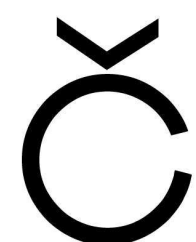


ГАРМОНИЧНОЕ
СОЧЕТАНИЕ
ПРИРОДЫ
И КУЛЬТУРЫ



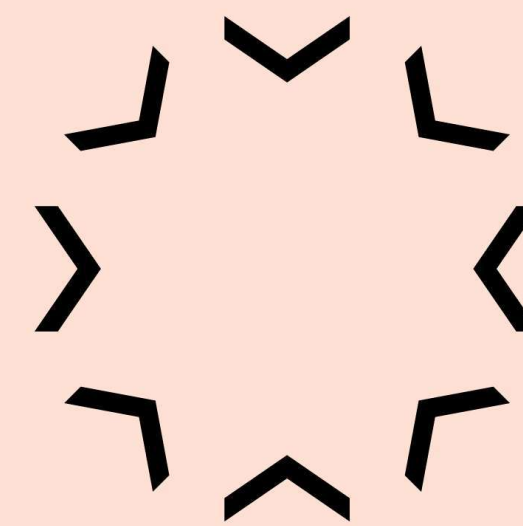
ПРОДОЛЖЕНИЕ
ПАРКА В ГОРОДЕ

СОКОЛЬНИКИ



НОВЫЙ
ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР

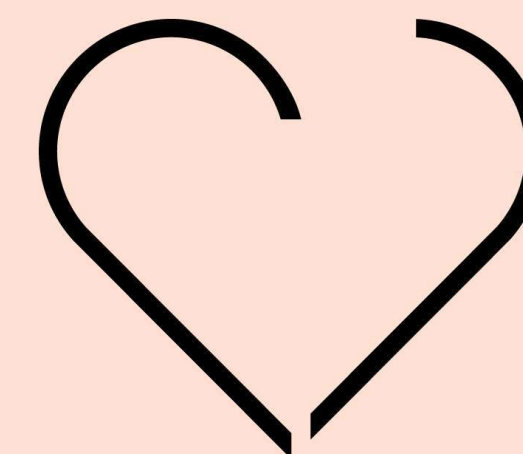
ГАРМОНИЧНОЕ
СОЧЕТАНИЕ
ПРИРОДЫ
И КУЛЬТУРЫ

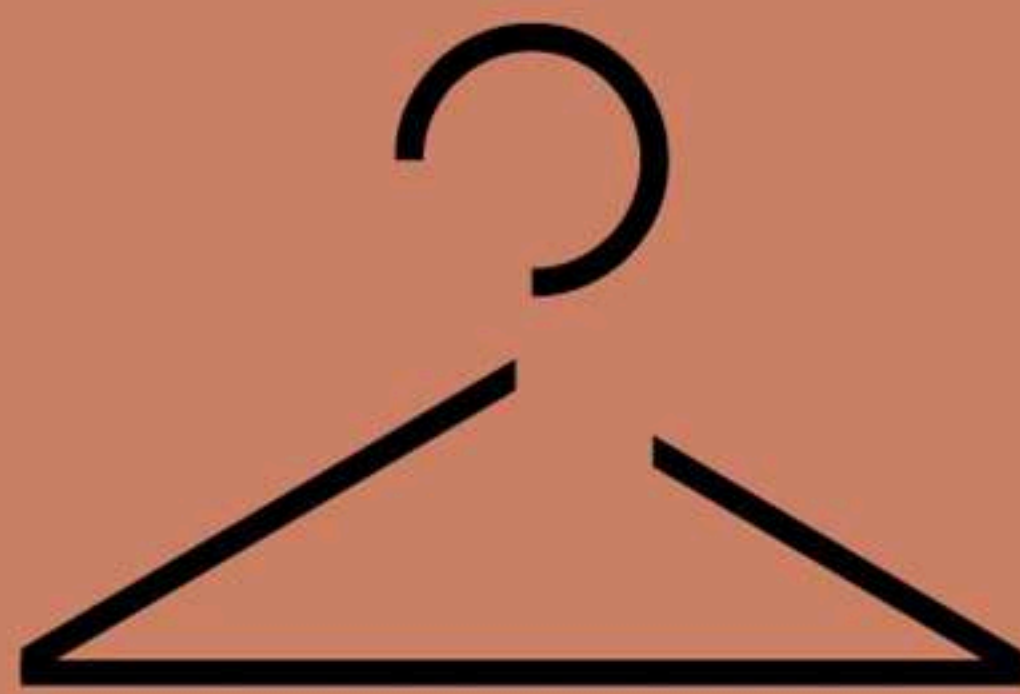
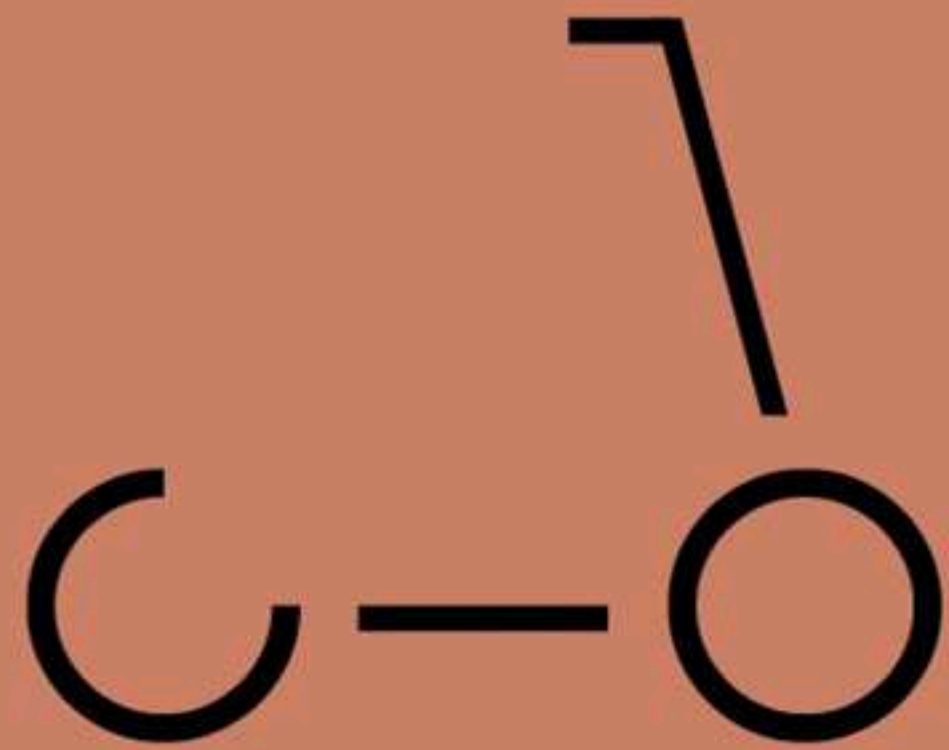
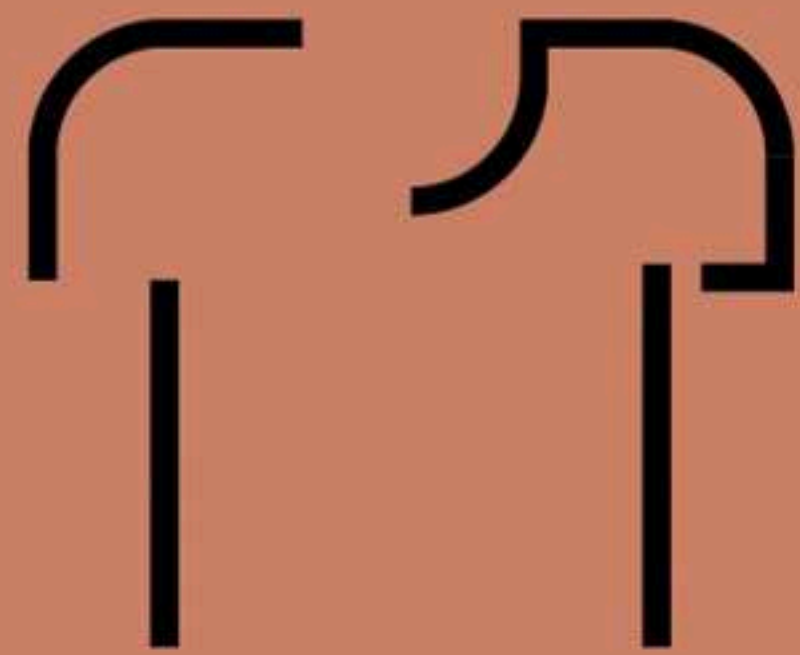


ГАРМОНИЧНОЕ
СОЧЕТАНИЕ
ПРИРОДЫ
И КУЛЬТУРЫ



ГАРМОНИЧНОЕ
СОЧЕТАНИЕ
ПРИРОДЫ
И КУЛЬТУРЫ





СЖ

ГАРМОНИЧНОЕ
СОЧЕТАНИЕ
ПРИРОДЫ
И КУЛЬТУРЫ

trend & s

tr

style

tre

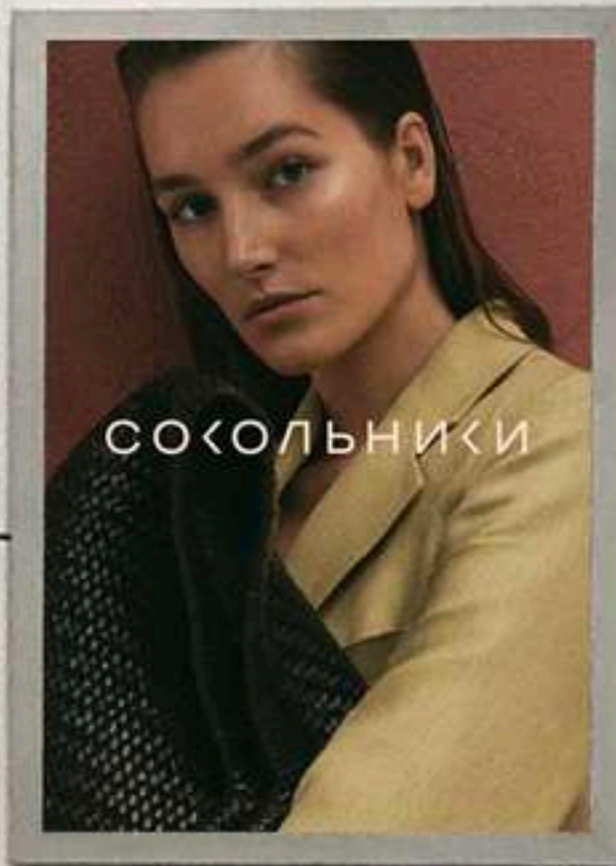
ЗАПЕЧЕ
FOREIG







СОКОЛЬНИКИ









ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

СК

СОКОЛЬНИКИ

**Гуляйте
по парку,
не выходя
из моды**

SOKOLNIKI.TC





ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

СОК

СОКОЛЬНИКИ

**Дышите
свежим
шопингом**

ГУЛЯЙТЕ ПО ПАРКУ,
НЕ ВЫХОДЯ ИЗ МОДЫ



ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

СК

СОКОЛЬНИКИ

Пробежка за утренним кофе

ГУЛЯЙТЕ ПО ПАРКУ,
НЕ ВЫХОДЯ ИЗ МОДЫ



ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР
КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

СК



C-O



ГАРМОНИЧНОЕ
СОЧЕТАНИЕ
ПРИРОДЫ
И КУЛЬТУРЫ



Бесплатно

Антисептик для рук

Продезинфицируйте
ваши руки



С заботой о вас,
ТЦ «Сокольники»





Окрух и Никитенко: про ребрендинг на
350+ миллионов, моду на комьюнити
центр и новый ТЦ Сокольники



Окрух Инсайт 1



Окрух Инсайт 2

ТЦ Сокольники + SmartHeart