ferox

ELEMENT.

wow fest

Жить лучшую жизнь.

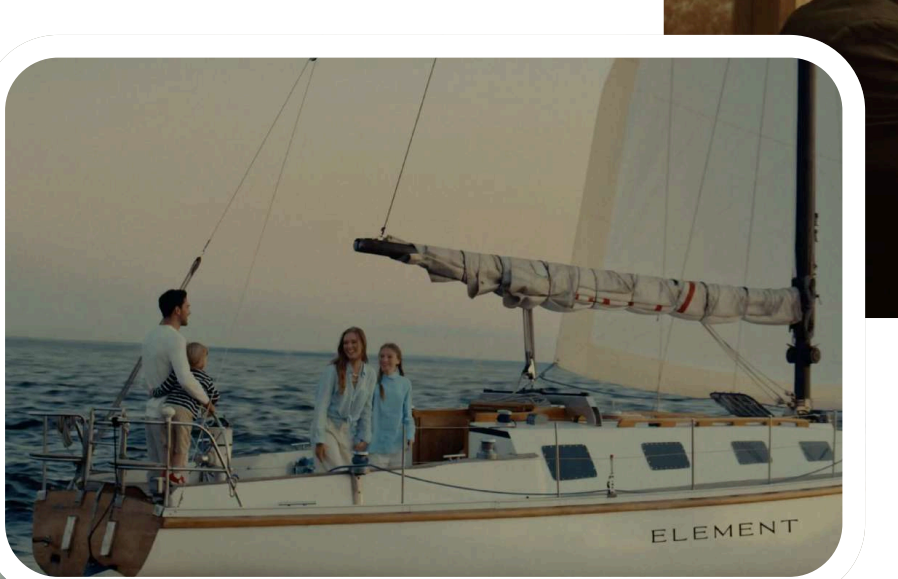
Открыть презентацию

ELEMENT | OLV | 2024

creative by Ferox

Манифестация

Визуальное путешествие сквозь время, отражающее жизненные этапы и вечные ценности.



ELEMENT.

Мы показываем, как жить лучшую жизнь с Element Development

Сначала было слово...

ELEMENT работает на рынке девелопмента Санкт-Петербурга с 2021 года. Несмотря на столь молодой для отрасли «возраст», ELEMENT внедрил в девелоперскую среду действительно новаторские решения — это передовые технологии строительства, авторские решения в архитектурном облике, а также человекоцентричные концепции благоустройства.

Проекты ELEMENT наполнены эксклюзивными характеристиками, аналогов которых нет ни в одном объекте недвижимости Северной столицы.

Сайт клиента

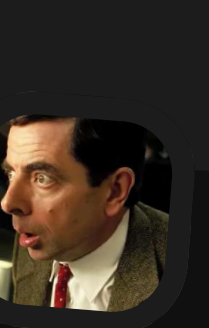
Флагманские проекты

BEGER КУРОРТНЫЙ

17/33 Петровский Остров

Коллекционный Дом 1919

Общая рыночная ситуация



Рынок премиальной недвижимости Санкт-Петербурга (2024–2025):

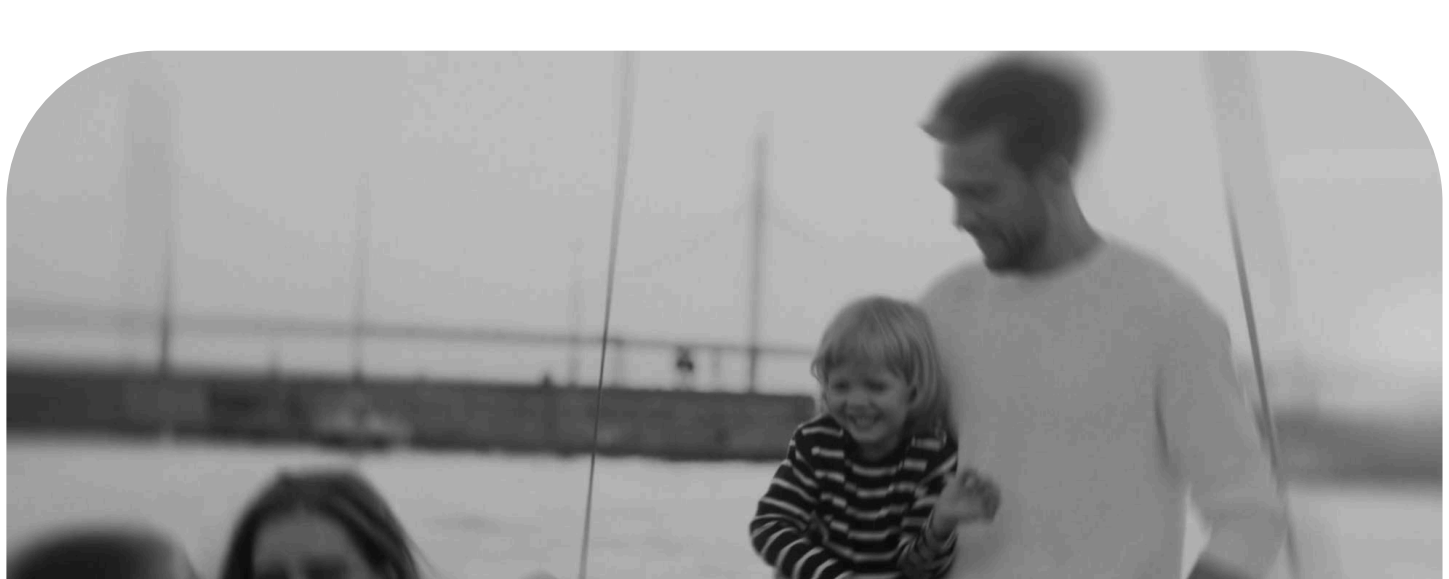
- Рост спроса в сегменте премиум/бизнес-класса составил +56% по количеству сделок и +65% по общей площади (по данным агентств Knight Frank, NF Group).
- Объём предложения снизился на 36%, увеличивая дефицит ликвидных квартир.
- Более 35% покупателей — новое поколение: молодые IT-специалисты, предприниматели, креативный класс.
- Возрос спрос на компактные элитные квартиры с отделкой — раньше это было нехарактерно для рынка.
- Основные приоритеты ЦА: время, стиль жизни, атмосфера, сервис, а не только локация и площадь.

Инсайты

Точки старта:

- Внимание аудитории смещается от "что купить" к "зачем жить" — покупка жилья становится эмоциональным выбором.
- Люди не хотят роскоши в лоб — они ищут тонкость, спокойствие, атмосферу, в которой хочется остаться.
- Время становится ключевым дефицитом, а близость — главной ценностью.

Цели и задачи



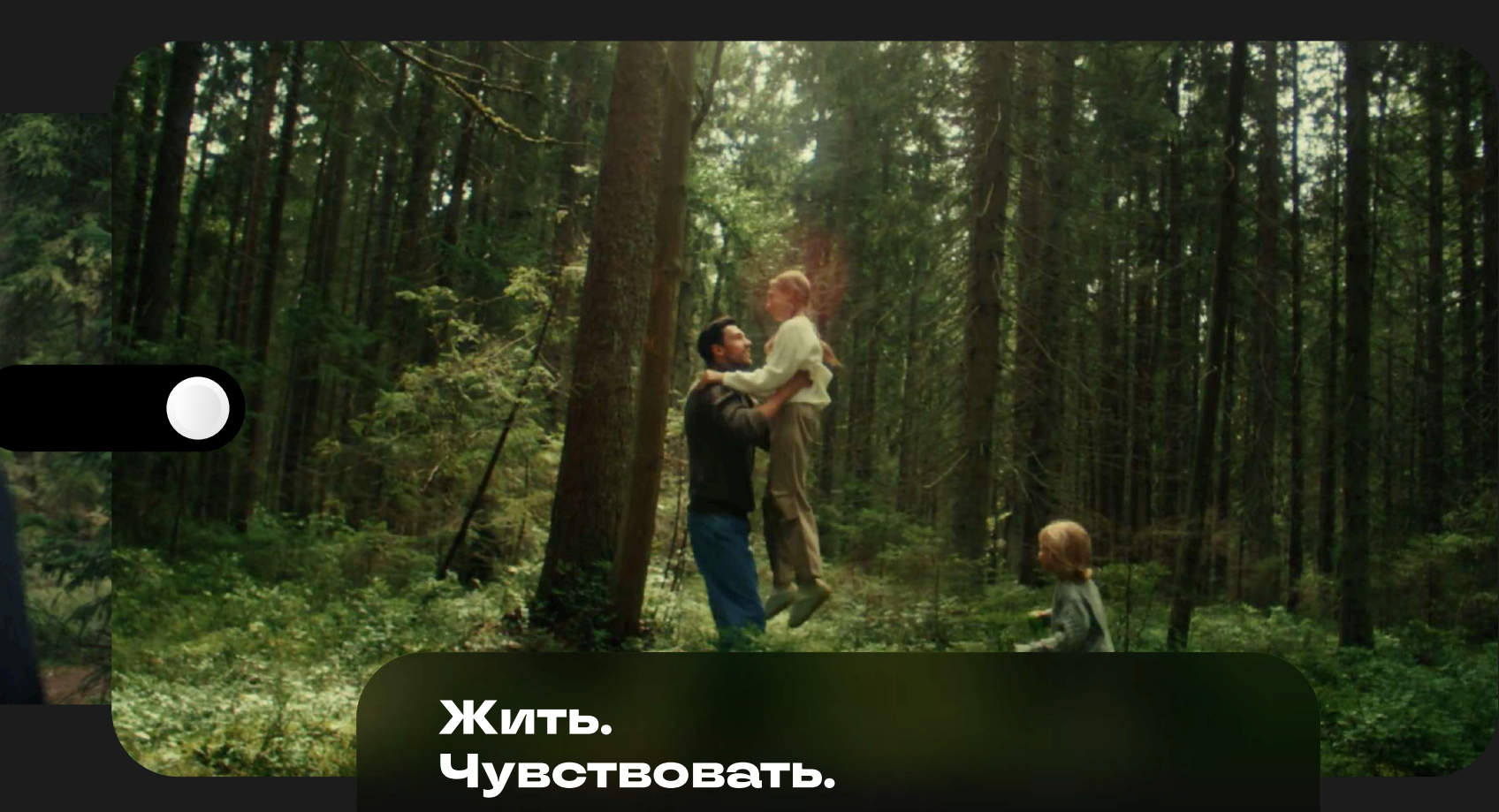
Бренд-цель:

Создать визуальный манифест бренда, раскрывающий философию «**Жить вашу лучшую жизнь**» — как ценностное обещание и как визуальный образ жизни.

Конкретные задачи:

- Повысить узнаваемость ELEMENT в ЦА премиум-сегмента — молодые семьи, ИТ-предприниматели, клиенты с тонким вкусом.
- Выделиться на фоне конкурентов, которые продолжают продавать метры — мы хотели продавать смысл и эмоцию.
- Повысить вовлечённость в digital-пространстве, усилить трафик на сайт и в соцсети.
- Создать универсальный креатив, подходящий для digital, мероприятий и презентаций.

Концепция



Жить. Чувствовать.

Мы не рассказываем о недвижимости — мы показываем, как она может стать фоном для настоящей, эмоционально насыщенной жизни.

История — это не про архитектуру, а про моменты, которые хочется проживать

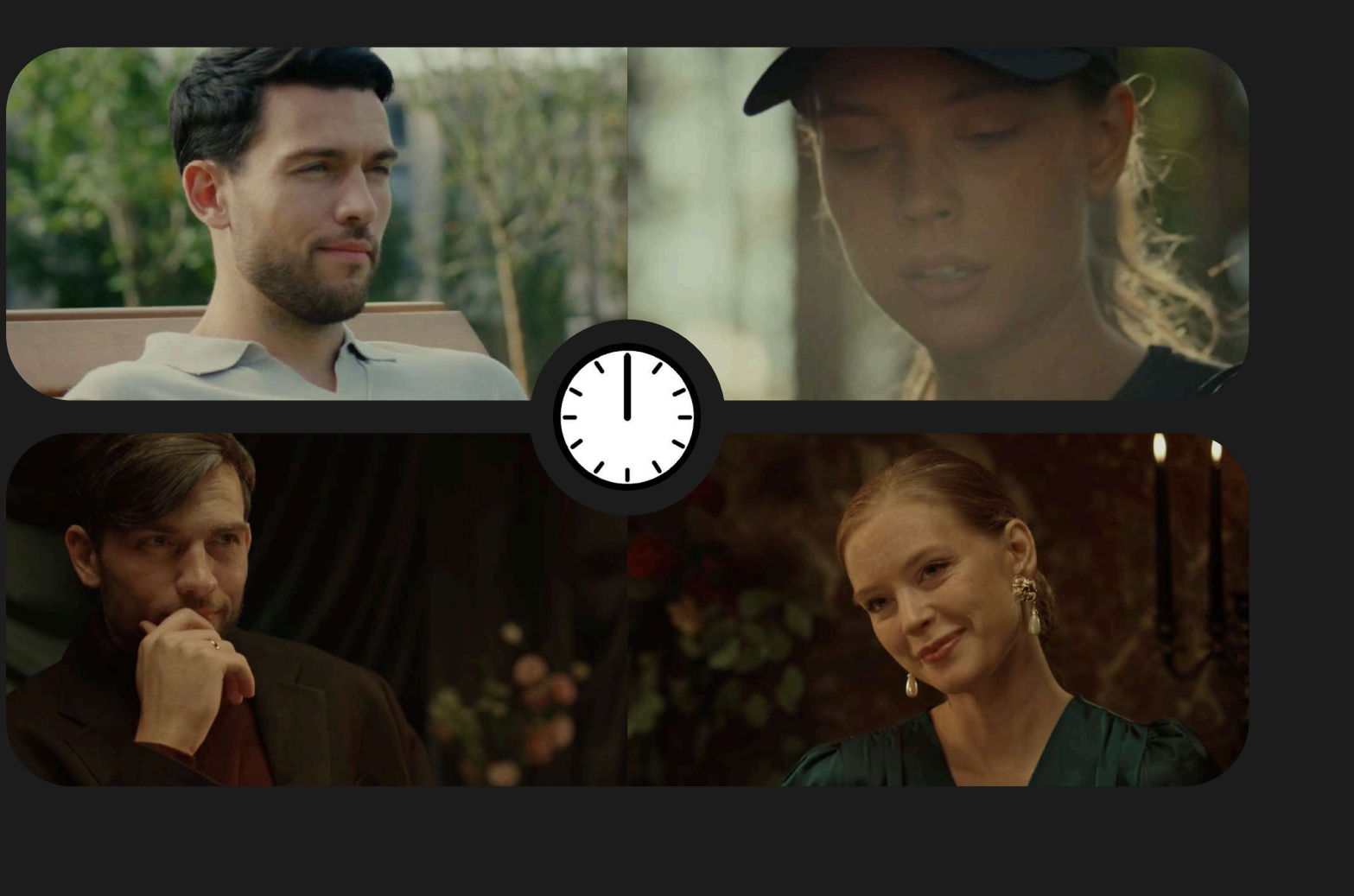
Проект строился на честности. Мы отказались от павильонов и студийных декораций — всё снято в реальных пространствах, где человек действительно может жить: городской интерьер, ресторан, улицы, лодка, природные маршруты. Всё — натура.

Съёмка — три смены и ранний досъем 4ым утром. Очень плотный график, постоянная смена локаций. Сложные условия, меняющийся свет, погода, логистика. Но именно это дало ритм и подлинность. Ничего не вычищено.

Всё — живое.

Герои — проживают время.

Чтобы показать, как жизнь пролетает, как стремительно уходит время, как герои взрослеют, мы использовали грим и цифровое старение (AI). Визуально это тонкая, но очень важная часть: герои незаметно становятся старше, взрослеют вместе со зрителем. Это подчёркивает главный посыл ролика — время летит, и мы должны ценить его здесь и сейчас.



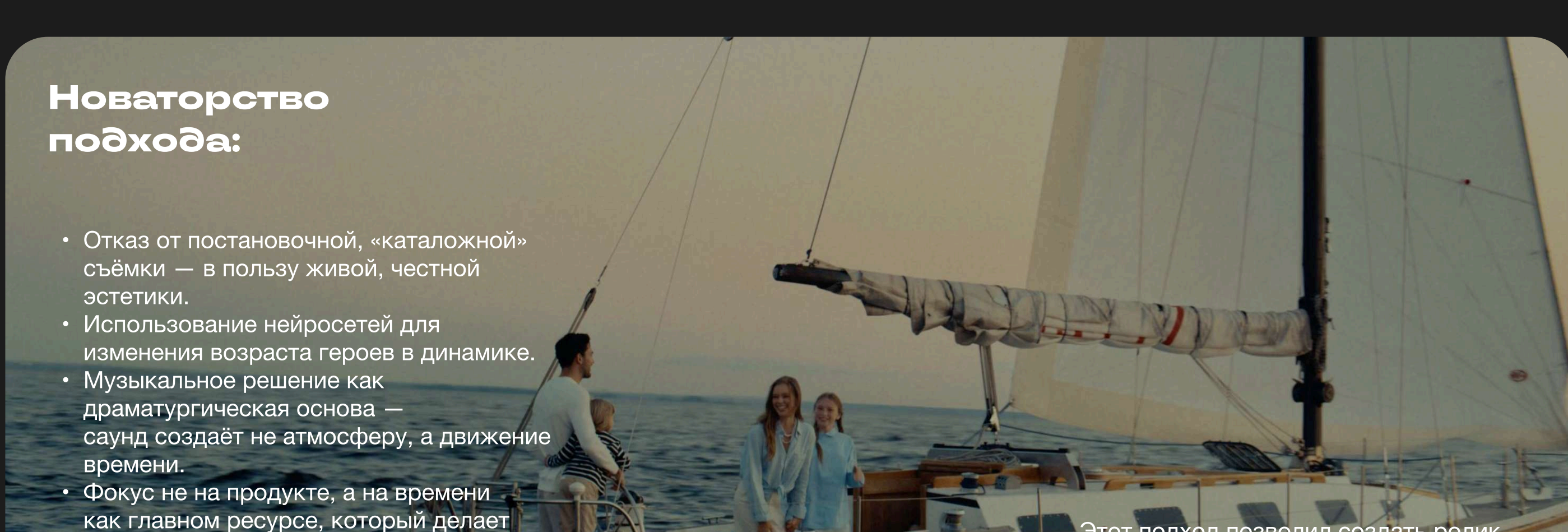
Музыка — как пульс жизни.

Отдельное внимание мы уделили музыкальной драматургии. Композиция была создана специально под проект: сначала — светлая и медитативная, затем — с постепенно нарастающим темпом, как сама жизнь. Она ускоряется незаметно — как чувство, когда только что тебе было восемнадцать, и вдруг ты уже взрослый, с семьёй, домом, историей. Музыка стала не фоном, а внутренним голосом ролика, его дыханием.

Детали — важнее всего.

Мы стремились к максимальной честности и эмоциональной точности, вплоть до мельчайших нюансов. Некоторые детали в кадре остаются незамеченными при первом просмотре — как кольцо на пальце героини, которое появляется в момент смены этапа жизни.

Всё это — не декорации, а вехи настоящей истории, через которые мы и зритель проживаем этот путь вместе. Каждый взгляд, движение камеры, цвет, свет, жест — всё выверено, но не стерильно. Всё дышит и живёт.



Новаторство подхода:

- Отказ от постановочной, «каталожной» съёмки — в пользу живой, честной эстетики.
- Использование нейросетей для изменения возраста героев в динамике.
- Музыкальное решение как драматургическая основа — саунд создаёт не атмосферу, а движение времени.
- Фокус не на продукте, а на времени как главном ресурсе, который делает жизнь настоящей.

Этот подход позволил создать ролик, который не объясняет, а чувствует. И за эти чувства зритель благодарен.

Заключение

«Жить лучшую жизнь»

Проект на сайте

«Жить вашу лучшую жизнь» стал не просто роликом — он стал эмоциональной проекцией того, что предлагает ELEMENT.

Это был вызов рынку, уставшему от цифр и стен — и приглашение в жизнь, где ценность измеряется не метрами, а ощущениями.

Именно за это его запомнили, полюбили и сделали частью новой коммуникационной платформы бренда.

ferox wow fest ELEMENT.