



ГОРОД

LET TOMMY



BRANDING
AGENCY



INNOVATE
GROUP

Суть

УРБАНИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР РОССИИ

Роль бренда

Формируем уникальную жилую среду, воплощающую максимум потребностей современного человека и продуманную для его исключительного комфорта

Архетип

Герой + Правитель

Ценности

Гуманизм и человекоцентричность
Лидерство
Деятельное визионерство

Рациональные преимущества

Среда, созданная для реализации всех потребностей человека

Возможность проживать новый опыт жизни в городе

Возможность получить максимально качественный и современный продукт

Эмоциональные преимущества

Ощущение собственной значимости

Гордость и сопричастность к масштабному проекту

Уверенность в сегодняшнем и завтрашнем дне

Соответствие внутренним ценностям и высоким стандартам

Основные RTB

Качественное развитие трех видов пространств: частные, получастные, общественные

Масштабность проекта: 30000 жителей и 1200 Га территории.

Уникальный формат «Живи, учись, работай, отдыхай», обеспеченный развитой инфраструктурой, продуманной городской средой и новым жильем



L-Town первый и единственный в России Город, построенный с нуля вокруг потребностей современного человека.

Большинство ЖК предлагают жильцам спортивные площадки. Но мы пошли дальше и подумали об удобстве тех, кто будет пользоваться этими площадками, обеспечив им новый уровень потребительского опыта.

Мы создали полноценный комплект для игры футбол:

- 1. Манишки на две команды. А иначе как делиться на команды, с майкой и без?**
- 2. Свисток и брендированные карточки для судьи, если захочется играть по-взрослому.**
- 3. Комплект мячей (летний и зимний) в общем доступе.**



ГОРОД
L-TOWN

COLIA







