



ГОРОД

LEТОМ



BRANDING
AGENCY



INNOVATE
GROUP



ГОРОД L-TOWN — ПРОЕКТ, У КОТОРОГО НЕТ АНАЛОГОВ

1200 ГА

масштабной территории застройки
в экологичной природной локации

БОЛЕЕ **10** ВИДОВ
ИНФРАСТРУКТУРЫ

в том числе 8 детских садов и школа
на 1100 учеников, бизнес-университет,
таунцентр, магазины и места для досуга,
пешеходные маршруты, парк, набережная
и многое другое

5 МИНУТ

от полноценного нового Города
до ближайшего города-миллионника

300 ГА

площадь территории первой очереди
туристическо-рекреационного кластера,
примыкающего к водоемам Города: Скалистому
озеру и Лебединому пруду

30000 ЖИТЕЛЕЙ

от полноценного нового Города
до ближайшего города-миллионника

5000 РАБОЧИХ МЕСТ

в курорте и light industrial кластере
для малых предприятий



ПОРТРЕТ ЖИТЕЛЯ ГОРОДА L-TOWN

Анна, 32 года. Всю жизнь живет в Челябинске. Замужем, в семье есть маленький ребенок 6 лет.

Анна косметолог с собственным кабинетом, ее муж – индивидуальный предприниматель.

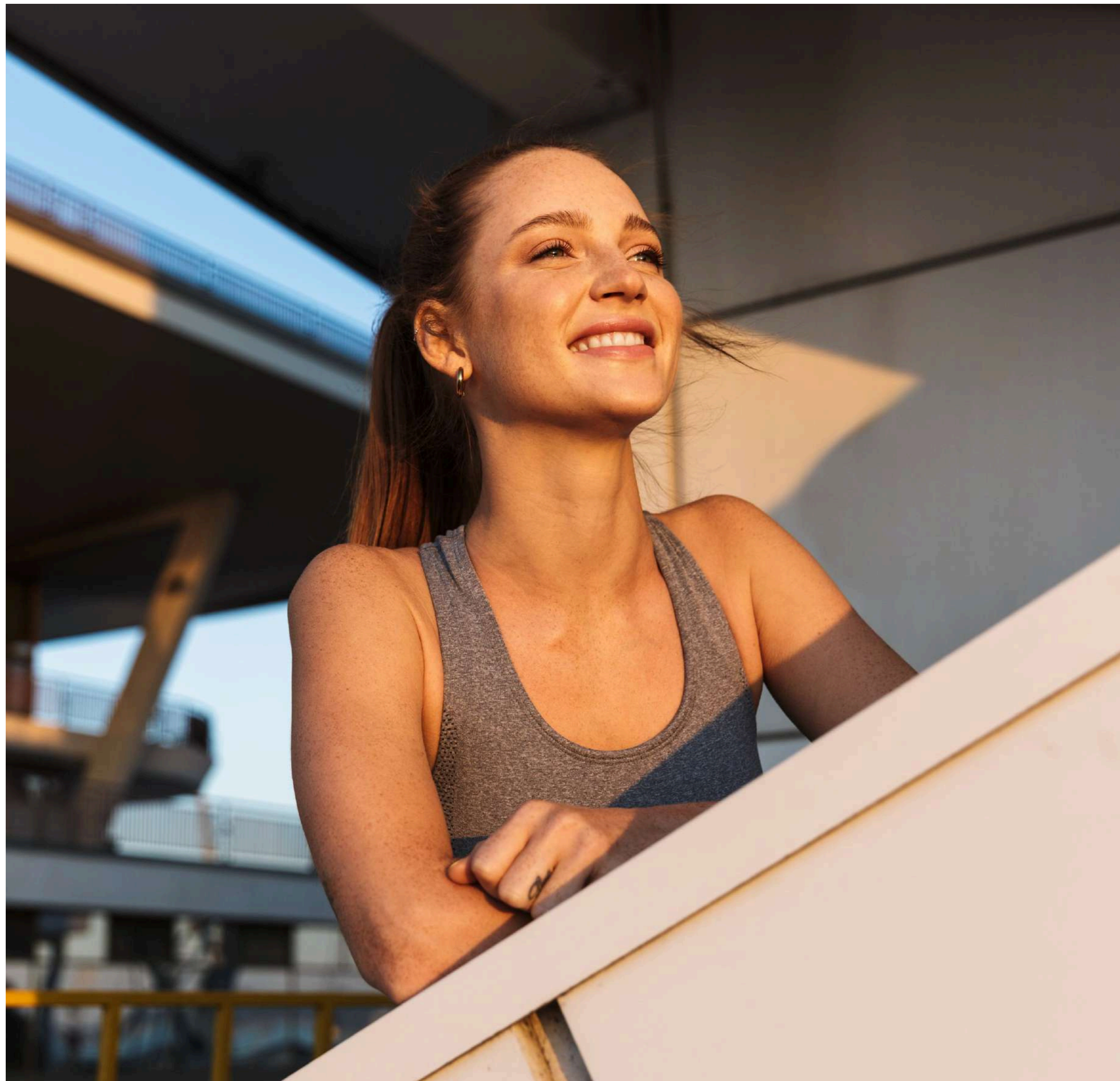
В свободное время девушка любит встречаться с друзьями. Она заботится о своем здоровье, регулярно занимается спортом. Любит путешествовать с семьей. По выходным устраивает шопинг и встречи с близкими людьми.

За свою жизнь Анна много переезжала, пытаясь найти подходящую для себя и своей семьи жилую среду. Прожив несколько лет в последней купленной квартире, девушка начала задумываться о том, что проблемы не связаны с самим жильем. Дискомфорт связан с тем пространством, которое ее окружает. Неудобное расположение дома, удаленность необходимой инфраструктуры, устаревшие улицы города, серая архитектура, нехватка зелени и свежего воздуха. Все это вынудило девушку снова искать что-то новое, но теперь Анна задумалась не о смене квартиры, а о переезде в современный город с повышенным уровнем комфорта для жизни.



ИНСАЙТ

Мне важно иметь среду и условия жизни, которые соответствуют моим высоким внутренним стандартам. Жить в городе, в котором все продумано для моего комфорта. Но старая городская среда не создана для удобства современных людей и уже никогда не сможет в полной мере удовлетворять мои потребности.



НАШЕ РЕШЕНИЕ

Мне важно иметь среду и условия жизни, которые соответствуют моим высоким внутренним стандартам. Жить в городе, в котором все продумано для моего комфорта. Но старая городская среда не создана для удобства современных людей и уже никогда не сможет в полной мере удовлетворять мои потребности.

Первый в стране Город, построенный с нуля, на основании принципов современного урбанизма и человекоцентричности.



РОЛЬ БРЕНДА

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



ЦЕННОСТИ БРЕНДА

ГУМАНИЗМ И ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ

Почему это важно?

В основе всего — человек, его комфорт и благополучие. Но, далеко не все коммерческие организации имеют амбиции и возможности придерживаться этого принципа.

В чем проявляется:

В самой идее создания продукта, принципах его проектирования и реализации. В сервисной составляющей города. В коммуникациях, транслируемых во внешнюю среду и внутренних коммуникациях, направленных на жителей города.



ЦЕННОСТИ БРЕНДА

ЛИДЕРСТВО

Почему это важно?

В нестабильном и слишком быстро меняющемся мире людям важно иметь опору. Компании-лидеры дают людям чувство уверенности, стабильности и безопасности.

В чем проявляется:

Смелые и уверенные коммуникации. Не стесняемся говорить о своей уникальности в масштабах России. Проявляем лидерство не как самоцель, а как способ дать людям надежную опору и уверенность в завтрашнем дне.



ЦЕННОСТИ БРЕНДА

ДЕЯТЕЛЬНОЕ ВИЗИОНЕРСТВО

Почему это важно?

Взгляд в будущее определяет вектор и динамику развития, мотивирует двигаться вперед навстречу прекрасному будущему. Визионерство, не подкрепленное действиями, формирует у массового сегмента потребителя чувство тревоги и неуверенности в завтрашнем дне.

В чем проявляется:

Смотрим в будущее и действуем на опережение, а не удовлетворение текущих потребностей. Реализуем и воплощаем в жизнь смелые решения и проекты.



ХАРАКТЕР БРЕНДА

Уверенный

Точно знаем для чего и зачем мы существуем, говорим о себе с пониманием своей значимости и уникальности!

Целеустремленный

Ставим себе большие цели и уверенно к ним идем

Надежный

На нас можно положиться, мы знаем как правильно и точно придем к результату, которым вы будете гордиться

Гуманистический

В основе всего — человек, его комфорт и благополучие

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

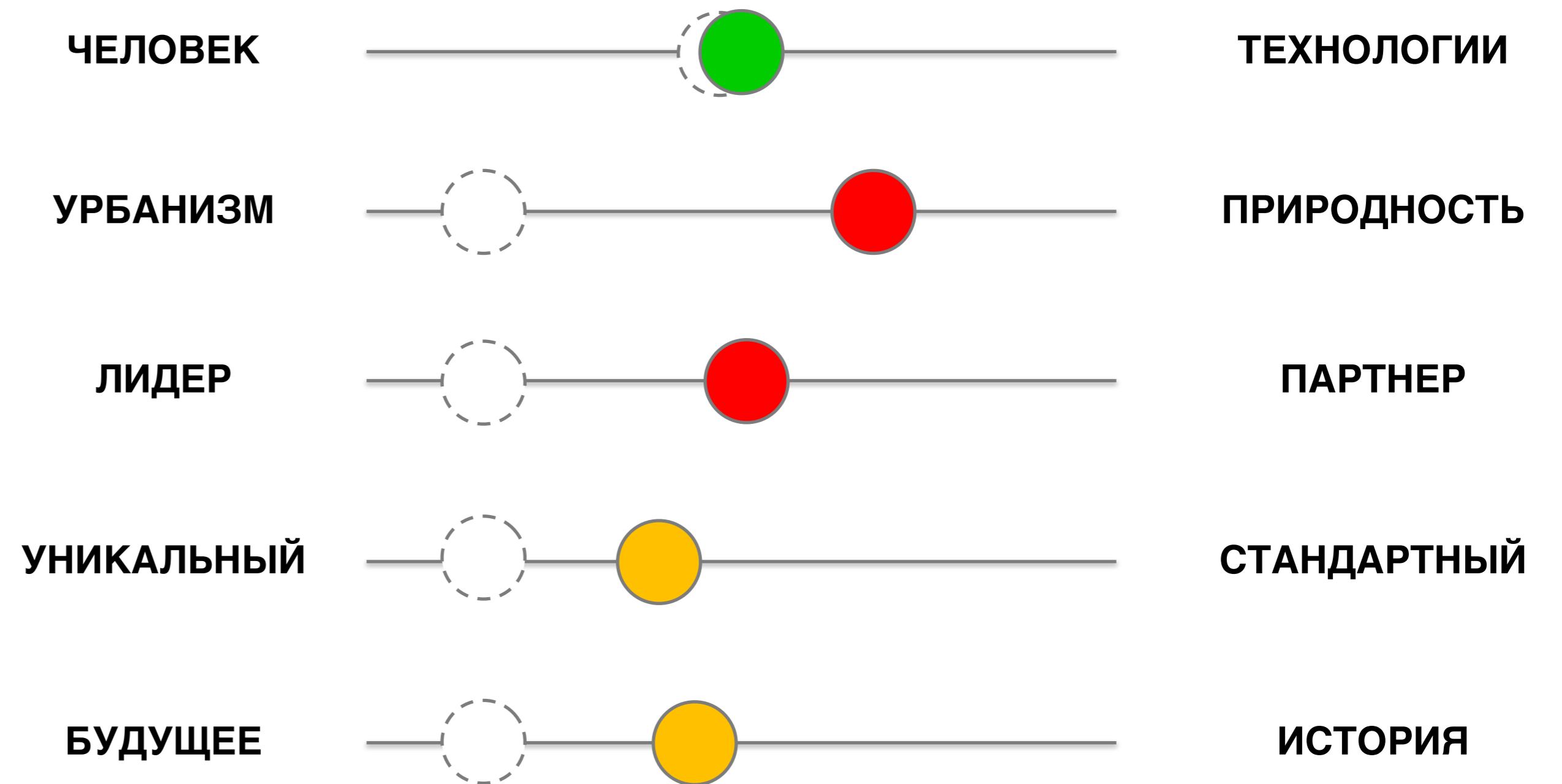
Качественное развитие трех видов пространств: частные, получастные, общественные

Масштабность проекта: 30000 жителей и 1200 Га территории.

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

Ключевые преимущества Города пока не сформированы в сознании потенциальных покупателей недвижимости

Атрибуты, «урбанизм» и «лидер», на сегодняшний день требуют особого внимания. Город воспринимается, как природный, что ставит нас в одну категорию со всей загородной недвижимостью. Мы должны отстроиться и занять лидирующую позицию в категории

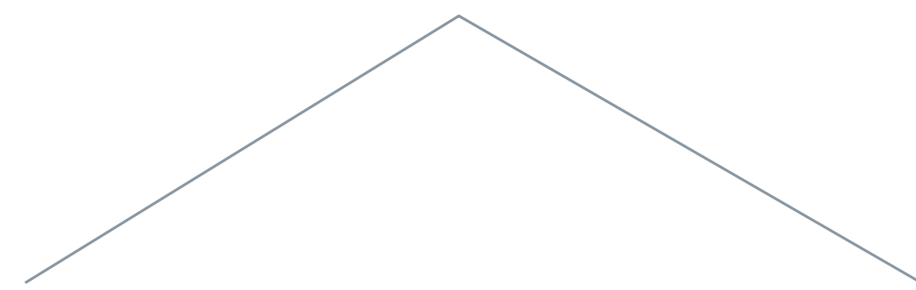


материнский бренд

ГОРОД L-TOWN

УРБАНИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР РОССИИ

Формирование образа полноценного Города
Построение знания о принципах современного урбанизма
Поддержка дочерних брендов



дочерний бренд

ГОЛОС L-TOWN

НОВЫЕ СЦЕНАРИИ СЧАСТЛИВОЙ ЖИЗНИ

Продуктовая дифференциация (среднеэтажный центр города)
Вклад в построение знания о Городе
Привлечение уникальной ЦА
Продвижение бренда Голос.Девелопмент

дочерний бренд

L-TOWN KLAB

ДОМА ДЛЯ ТЕХ, КТО ЗАДАЕТ ТРЕНДЫ

Продуктовая дифференциация (ИЖС)
Вклад в построение знания о Городе
Привлечение уникальной ЦА
Формирование добавленной стоимости за счет более дорогого продукта

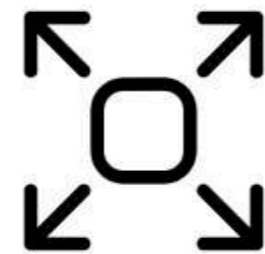
Уникальные коммуникационные столпы, заложенные платформой бренда Города L-Town

Урбанистический центр России



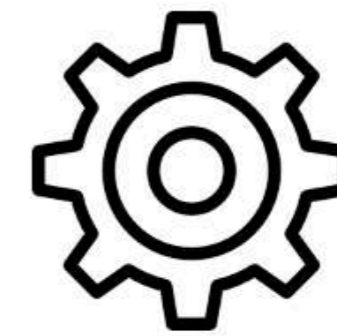
Человек

Человекоцентричность от идеи создания до реализации, опережающий ответ на потребности современного человека



Масштаб

Амбициозность и масштаб идеи, как в рамках города, так и всей страны



Продуманность

Ответственный и продуманный подход к созданию городской среды, основанный на принципах современного урбанизма

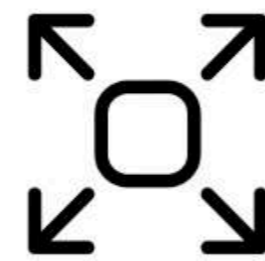
Саббренды - драйверы и расширители смыслов

Урбанистический центр России



Человек

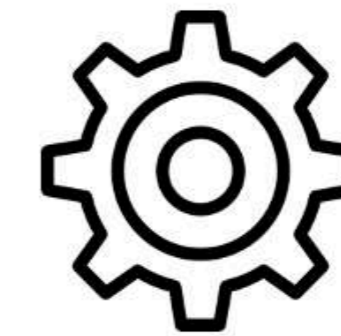
Человекоцентричность от идеи создания до реализации, опережающий ответ на потребности современного человека



Масштаб

Амбициозность и масштаб идеи, как в рамках города, так и всей страны

Уникальная территория Города



Продуманность

Ответственный и продуманный подход к созданию городской среды, основанный на принципах современного урбанизма

Пригород L-Town

Индивидуальность, самовыражение

Голос L-Town

Безопасность. Гармоничная и счастливая семейная жизнь

Пригород L-Town

Соответствие высоким ожиданиям. Частное, получастное, общественное пространство

Голос L-Town

Уникальный жизненный опыт и сценарии жизни

Уникальные потребности сегментов



Трендсеттеры (Пригород)

Want to do

- Жить за пределами города
- **Жить в индивидуальном доме**
- **Проявлять индивидуальность**
- **Задавать локальные тренды**
- Жить в окружении людей своего круга

Want to feel

- Гордость
- Удовольствие от жизни
- Соответствие **высоким** ожиданиям
- Удовольствие от эстетики и комфорта



Современные семьи (Голос L-Town)

Want to do

- Жить за пределами города
- **Получать уникальный жизненный опыт в повседневной жизни**
- Жить в окружении людей своего круга
- Сделать правильный выбор для настоящего и будущего семьи

Want to feel

- **Уверенность в безопасности**
- Уверенность в будущем
- **Гармония и умиротворение**
- Удовольствие от жизни
- Удовольствие от эстетики и комфорта
- Гордость
- Соответствие ожиданиям



Жители урбанистического центра России

Want to do

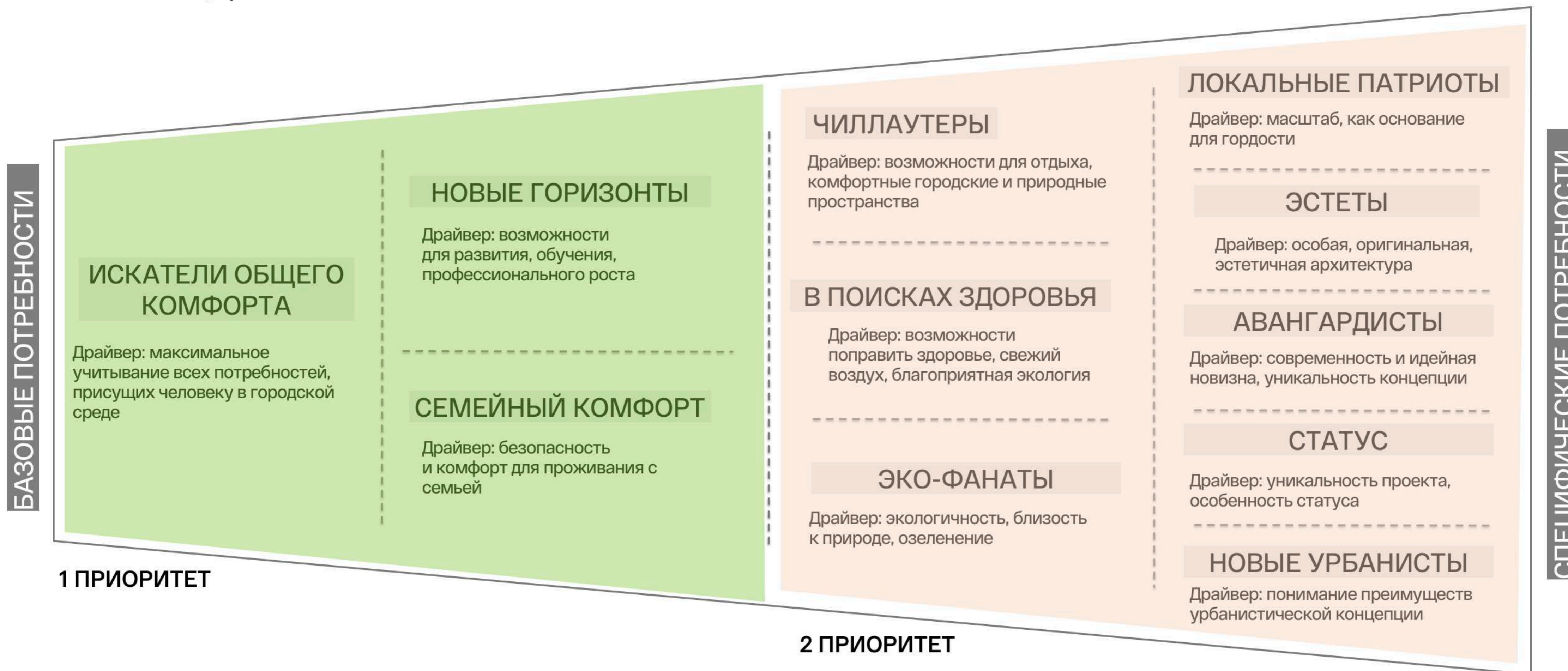
- **Реализовать максимум потребностей современного человека в том месте, в котором живешь**
- Сделать правильный выбор для настоящего и будущего семьи

Want to feel

- Гордость
- Удовольствие от жизни
- Удовольствие от эстетики и комфорта
- Соответствие ожиданиям
- Уверенность в будущем

Последовательная активация сегментов

Мы активируем драйверы, соответствующие принципам нового урбанизма последовательно, от более общих, актуальных более базовым потребностям – до более частных и специфических



БЫЛО

ГОРОД
L-TOWN

жилой комплекс

СТАЛО

ГОРОД
L-TOWN

БЫЛО

КВАРТИРЫ С ТЕРРАСАМИ
В #ЭЛЬТАУН

за 1 рубль в мес.*

(351) 2-100-400 L-Town.ru



СТАЛО

ГОРОД
L-TOWN



УРБАНИСТИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР РОССИИ

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ГОРОД ЭЛЬТАУН»
РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

+73513214641 L-TOWN.RU

L

БЫЛО

ГОД
НОВЫЙ —
ЦЕНЫ
СТАРЫЕ!

Повышение цен
С 1 ФЕВРАЛЯ!

ГОРОД
L-TOWN
жилой комплекс

L-TOWN.RU

СТАЛО

+7 351 321 46 41
L-TOWN.RU

L

КОВОРКИНГ В ЦЕНТРЕ

ГОРОД
L-TOWN

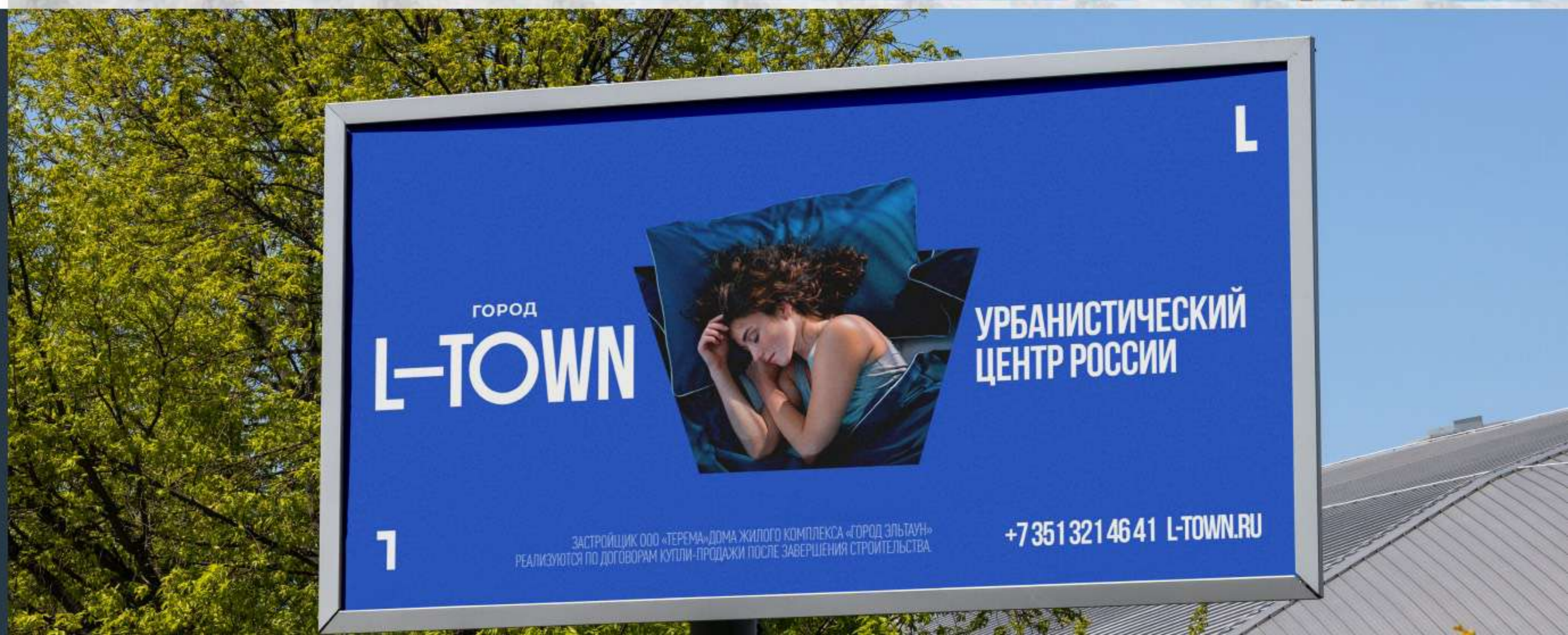
ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА
«ГОРОД ЭЛЬТАУН» РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-
ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

1

БЫЛО



СТАЛО

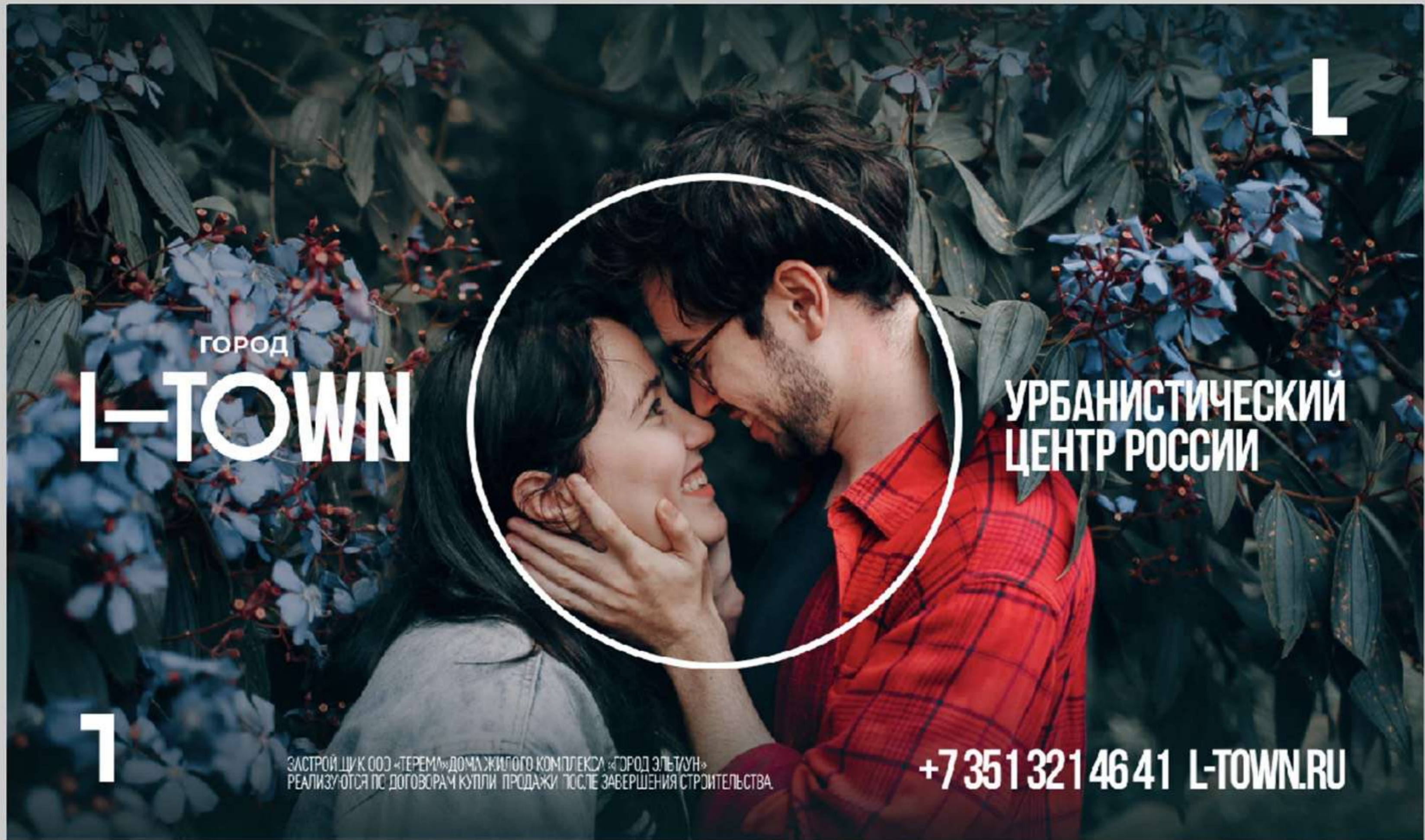


БЫЛО



СТАЛО





ГОРОД
L-TOWN

**УРБАНИСТИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР РОССИИ**

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ГОРОД ЭЛЬТУН»
РЕАЛИЗУЮТСЯ ПОС ДОГОВОРАМ КУПЛИ ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

+7 351 321 46 41 L-TOWN.RU



L

ГОРОД
L-TOWN

**УРБАНИСТИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР РОССИИ**

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ГОРОД ЭЛЬТАУН»
РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

+7 351 321 46 41 L-TOWN.RU

2025
ГОРОД
L-TOWN
ДЕНЬ
ГОРОДА

1 ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРРА» ДОНА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ГОРОД
ЭЛЬБАУН» РЕАЛИЗУЕТСЯ ПО ДОГОВОРУ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ПОСЛЕ
ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

ФЕСТИВАЛЬ
ЦВЕТОВ
В ЦЕНТРЕ
ГОРОДА
L-TOWN

1 ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРРА» ДОНА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ГОРОД
ЭЛЬБАУН» РЕАЛИЗУЕТСЯ ПО ДОГОВОРУ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ПОСЛЕ
ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.





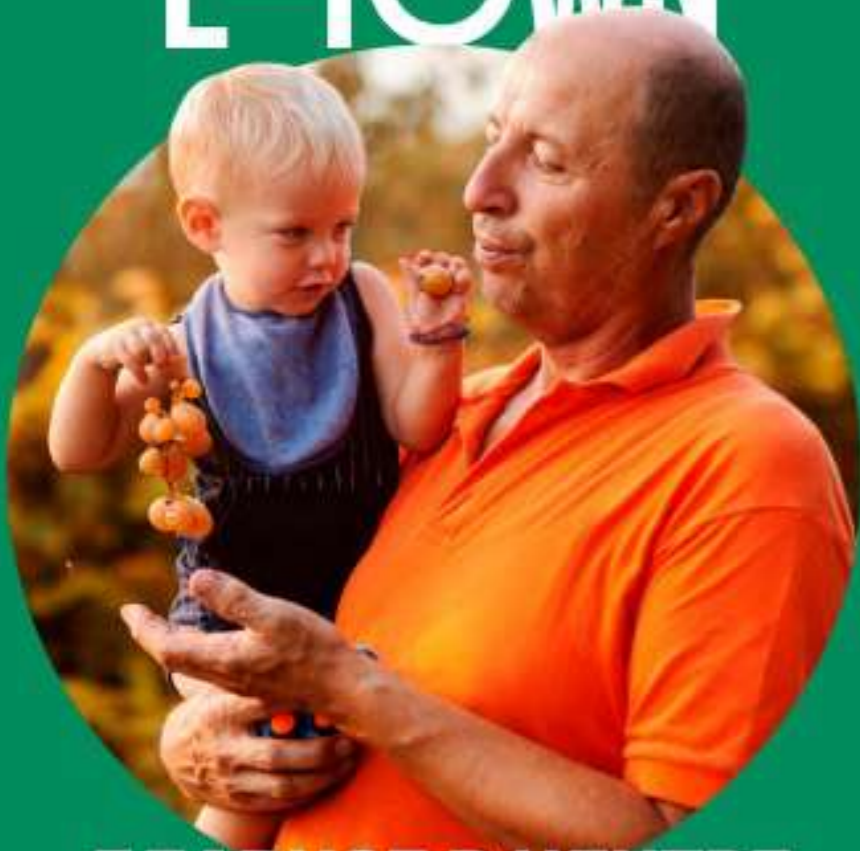




+7 351 321 46 41
L-TOWN.RU

L

L-TOWN



ГЛАВНОЕ В ЦЕНТРЕ

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА
«ГОРОД ЗЛЪТАУН» РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-
ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

L

L-TOWN



+7 351 321 46 41
L-TOWN.RU

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА
«ГОРОД ЗЛЪТАУН» РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-
ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

+7 351 321 46 41
L-TOWN.RU

L

ГЛАВНОЕ В ЦЕНТРЕ



L-TOWN

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА
«ГОРОД ЗЛЪТАУН» РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-
ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

+7 351 321 46 41
L-TOWN.RU

L

ГЛАВНОЕ В ЦЕНТРЕ



L-TOWN

1

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ТЕРЕМА» ДОМА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА
«ГОРОД ЗЛЪТАУН» РЕАЛИЗУЮТСЯ ПО ДОГОВОРАМ КУПЛИ-
ПРОДАЖИ ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.

ГОРОД
L-TOWN

COMET

