

BRAND

ZONE

AND

ZONE

LEGENDA

LEGENDA  
DEVELOPMENT

Бренд-зона LEGENDA на ярмарке  
современного искусства Port Art Fair 2023

# Цели

1

## Трансляция нового позиционирования компании

Формирование устойчивых ассоциаций с брендом: дизайн, функция и эстетика, впечатления дома.

2

## Выход на молодую прогрессивную ЦА

Коммуникация с креативным кластером

3

## Нативная презентация продукта

Дизайнерские проектировочные решения в формате арт-метафор были реализованы на offline-площадке



## Событие

### Место проведения

Общественное культурно-деловое пространство  
Севкабель Порт

### Даты проведения

25.05.2023 - 28.05.2023

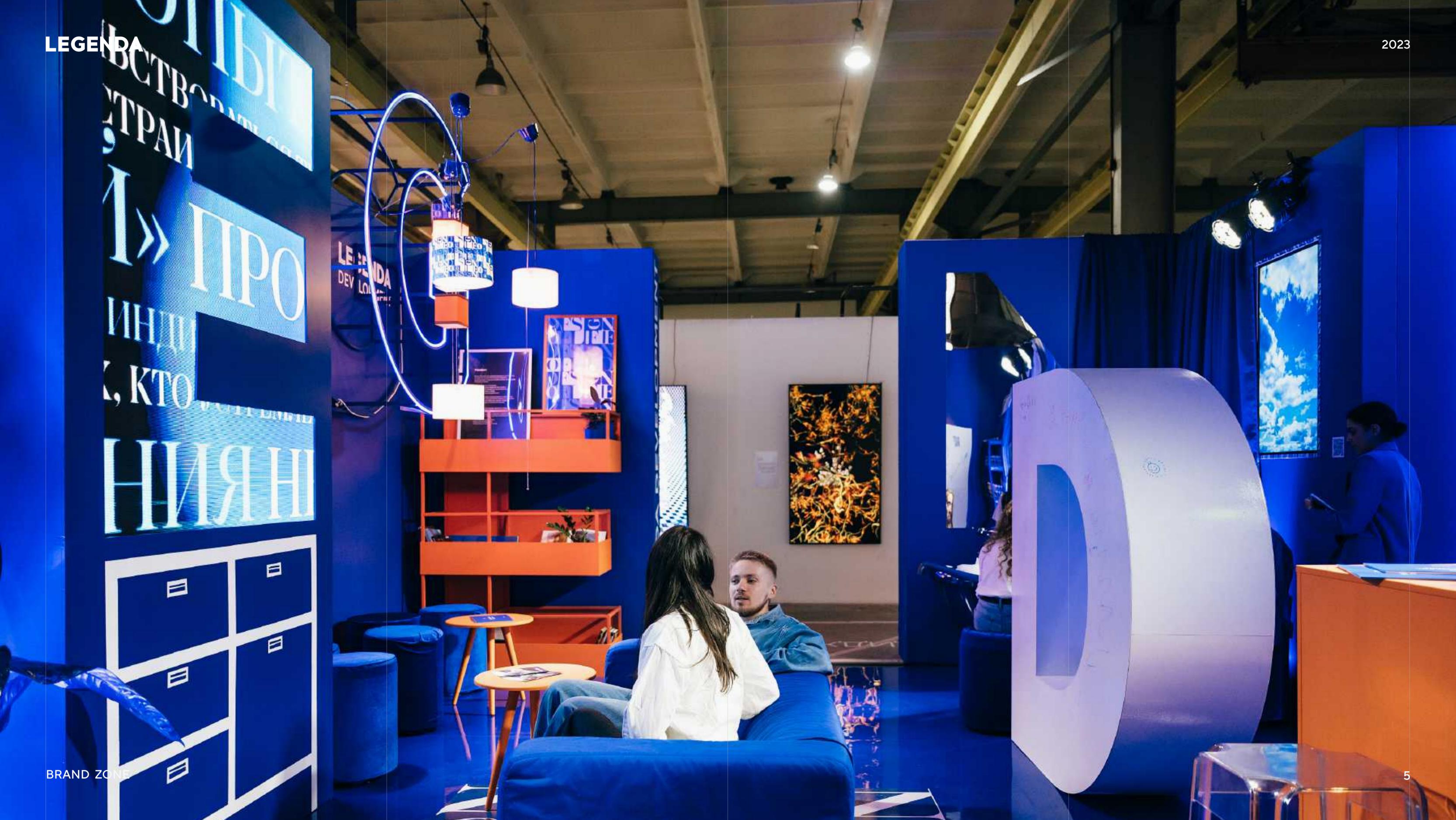
### Мероприятие

Port Art Fair - масштабная ярмарка современного искусства, которая объединила художников и галереи Санкт-Петербурга, Москвы и других городов России. 60% наполнения ярмарки составляли предметы декора и мебели для дома.

# Целевая аудитория мероприятия

- Прогрессивные молодые люди, представители креативного кластера (дизайнеры, журналисты, блогеры, IT, представители СМИ, специалисты сферы рекламы и т.д.), коллекционеры, любители искусства и дизайна
- Возраст: 25 - 45
- Доход: средний+/высокий
- Любители современного искусства, интересующиеся предметами декора для дома
- Энергичные, социально-активные, разносторонние, эмоциональные, впечатлительные
- Ценят качественный сервис и визуально эффектный контент





ЛЕГЕНДА  
ДЕВ ЛОНДОН  
ПРО  
ИНДИ  
КТО  
НИЯНИ

LE LEGENDA  
DEV LON

DESIGN  
BIBLIOTECA

# Задачи

## Создание яркой «дизайнерской» зоны

- Уместные решения, функционально дополняющие арт-ярмарку и user experience ЦА
- Заметный нестандартный брендинг

## Увеличение длительности контакта с брендом

- Различные посадочные зоны отдыха
- Интерактивные и развлекательные элементы, обеспечивающие вариативность сценариев пребывания в зоне

## Погружение в продукт LEGENDA

- Метафорически воссозданные зоны гостиной LEGENDA ( ванная с окном, диванная зона, коктейльный корнер)
- Qr-коды с линком на продуктовые решения компании (дворы, специальные опции квартир, архитектуру и т.д.)
- Тематическая полиграфия в «книжной зоне».



# HOME EXPERIENCE

Каждое утро мы просыпаемся дома и возвращаемся домой. В этом повторяющемся цикле хочется избежать рутины, постоянно развиваться, находить новые ощущения и источники вдохновения в домашней среде.

На ярмарке современного искусства Port Art Fair в Севкабель Порт мы создали условное пространство впечатлений, чтобы гости могли на какое-то время почувствовать себя жителями дома LEGENDA.

## Концепция

Каждая часть бренд-зоны – отражение одного из УТП бренда: дизайнерские квартиры, архитектура, МОП, двор. Гости могли расположиться за кухонным островом, отдохнуть на уютном диване перед большим экраном в оранжерейной гостиной, расслабиться в ванной с живописным окном, слушая умиротворяющий дождь, и даже стать соавторами интерьера, расписывая центральный арт-объект.

Эффектная представленность, нативная подача информации о продуктовых фишках, guest-сервис и приятные комплименты для посетителей.







ХОЧУ ЖИТЬ В ДОМЕ  
ОТ LEGENDA  
И СЛУШАТЬ ДОЖДЬ  
В ВАННОЙ С ОКНОМ

Посетители бренд-зоны LEGENDA

# Наполнение и механика

## Демонстрация продукта

- Интерьерные и экстерьерные визуальные отсылки к конкретным решениям
- Альбом с описанием всех дизайнерских решений в авторских планировках LEGENDA
- QR-коды на сайт и красивые видеоролики про дизайнерские квартиры, дворы и МОП

## Впечатления и сотворчество

- Предоставление возможности гостям бренд-зоны регулировать освещение, создавая атмосферу, совпадающую с их настроением
- Приглашение внести свой вклад и видение в оформление интерьера, дополнив центральный арт-объект (букву D) своими рисунками и сообщениями

## Friendly-атмосфера

- Организация комфортных мест для отдыха
- Помощь промоперсонала в осуществлении съёмки контента посетителей для соц. сетей
- Вода и зарядные устройства для телефонов
- Подарки
- Dog's friendly





## Функция + эстетика

Отдельным импровизированным квестом для гостей бренд-зоны стал поиск букв логотипа LEGENDA и qr-кода с видеороликом на них.

Буквы стали ярким воплощением сочетания функции и эстетики в наполнении бренд-зоны. Это и L-кресло в гостиной, и E-стеллаж с книгами про искусство и дизайн, которые можно было полистать на пуфах, освещаемых G-светильником. Центром притяжения пространства стал E-экран, транслирующий манифест бренда. N-зеркало в ванной особенно полюбилось тем, кто снимал видеоконтент. Арт-объект в виде буквы D позволил всем желающим поучаствовать в оформлении интерьера. А во «дворе» гостям была предложена A-скамейка со встроенным зарядным устройством для гаджетов.

# Результаты



## КОНТАКТЫ

4 тыс. посетителей бренд-зоны  
> 600 новых контактов для клиентской базы



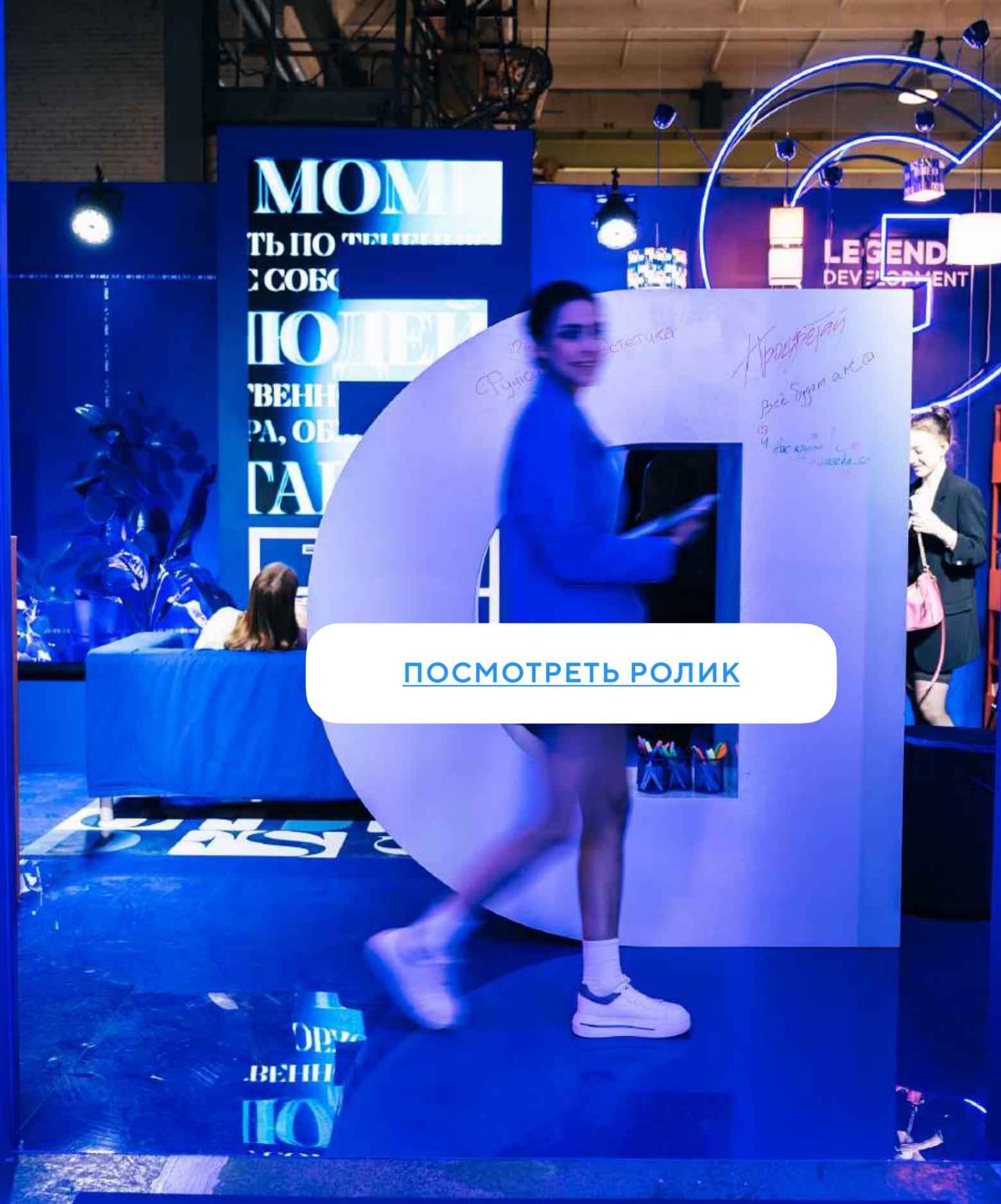
## УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА

Десятки упоминаний бренда в социальных сетях



## РОСТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Рост охватов в социальных сетях в дни проведения мероприятия (+15%)



[ПОСМОТРЕТЬ РОЛИК](#)