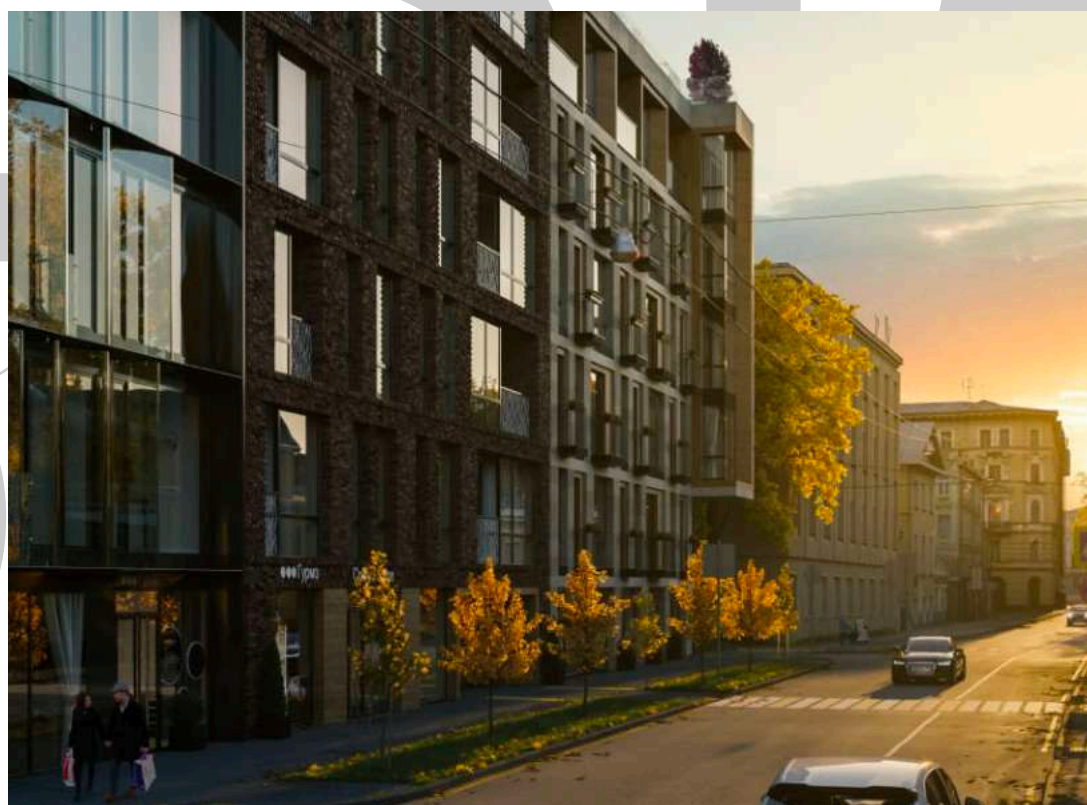


DUGGA® REAL

ESTATE

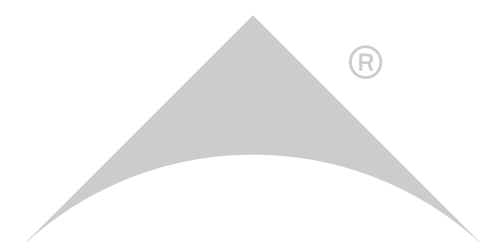
2020

BRANDING



ПОРТФОЛИО

ЭЛИТНАЯ
И ПРЕМИАЛЬНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ





Создаем бренды,
в которых хочется жить

Designing landmarks

Студия DUGA® сфокусировала свою деятельность в области бренд-девелопмента. Мы создаем уникальные проекты в сфере недвижимости, обладающие высокой ценностью для клиентов. Благодаря комплексному подходу, ориентированному на бренд, мы объединяем экспертизу в различных направлениях и помогаем девелоперам создавать привлекательные и целостные проекты, на которые равняется рынок.

Наши продукты

5 шагов бренд-девелопмента

Исследования



- Маркетинговые исследования
- Анализ проекта
- Анализ конкурентов
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Бенчмарки и тренды

1

Стратегия



- Стратегический воркшоп
- Платформа и стратегия бренда
- Архитектура бренда
- Коммуникационная стратегия
- Нейминг и слоган

2

Продукт



- Архитектура
- Благоустройство
- Сервисы и продукты
- Офис продаж
- Строительная площадка
- Интерьеры
- Навигация

3

Дизайн



- Айдентика
- Буклет
- Носители
- Брендбук
- Рендеры
- Сайт
- Мерч

4

Коммуникация



- Креатив
- Продакшн
- Event
- PR
- Indoor
- Outdoor
- Print
- Digital
- TB и Радио
- SMM

5

Проекты





Пречистенка 8

Продается

ПОДЛИННИК



Молодой девелопер Insolver обратился к нам за разработкой бренда для первого проекта в их портфеле — исторического здания у Храма Христа Спасителя. В доме XVIII века всего 11 апартаментов, и в здании сохранились оригинальные камины, остекление и паркет. Нам предстояло понять аудиторию проекта и создать платформу бренда, предложить клиенту дизайн-решения и стратегию коммуникации.

Исследование целевой аудитории показало, что потенциальные клиенты интересуются не только статусным адресом, но и возможностью инвестировать в уникальный объект подлинно московской архитектуры.

Мы интегрировали в коммуникации историю дома: когда-то он принадлежал семье купцов Истоминых, известных своими благотворительными проектами.

В дизайне мы задействовали элементы архитектуры дома и паттерны, вдохновленные тканями Голутвинской мануфактуры, принадлежавшей Истоминым. Эти паттерны появятся во внутреннем пространстве дома и на брендированном постельном белье.

В нашей концепции «Пречистенка 8» предстала настоящим «гением места», наполненным новыми смыслами и современным сервисом, аутентичной энергией и оригинальными дизайн-объектами. Все это отразилось в слогане «Продается подлинник».

Пречистинка

Продается подлинник



Исследования



- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Бенчмарки и тренды
- Исторический анализ

1



Стратегия



- Стратегический воркшоп
- Платформа бренда
- Нейминг и слоган

2



Продукт



- Архитектурные и интерьерные визуализации
- Сервисы и продукты
- Офис продаж

3



Дизайн



- Айдентика
- Носители бренда
- Брендбук

4

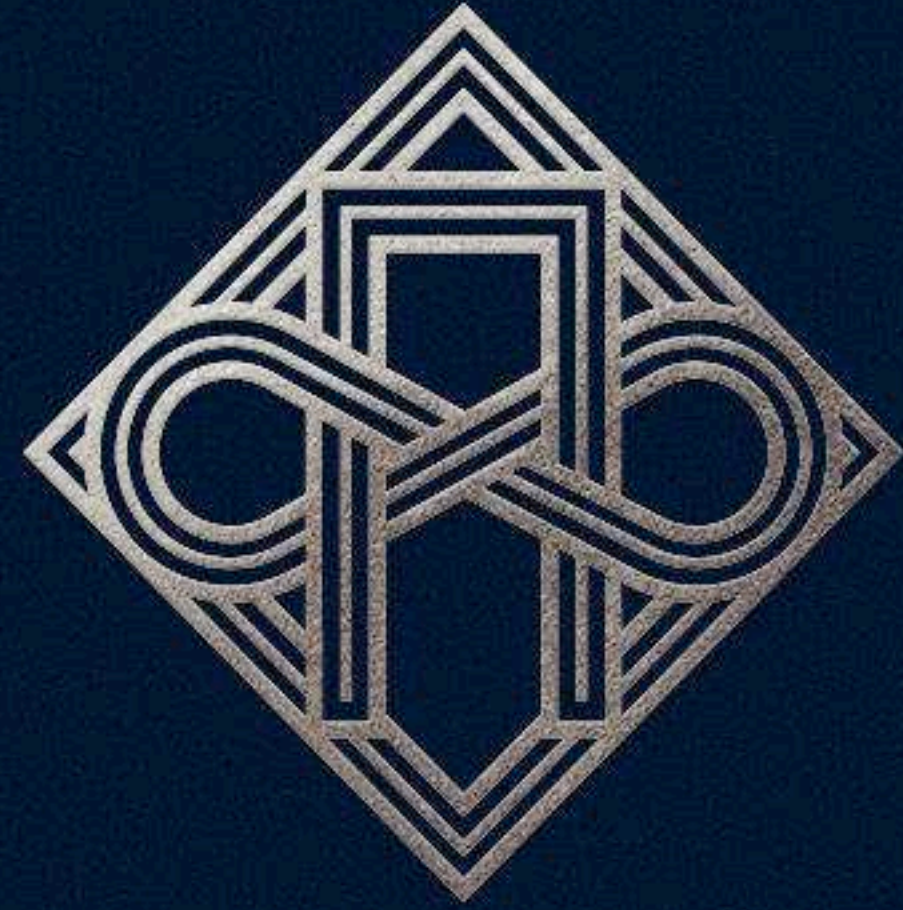


Коммуникация



- Буклет
- Сайт
- Реклама

5



ПРЕЧИСТЕНКА 8

ЕНКА 8

Офис продаж
Прецистенка 8
Москва 123181
+7 (999) 99-99-99

@prechistanka
info@prechtin8.com
prechtin8.com

ПРЕЧИСТЕНКА 8



ПРЕЧИСТЕНКА 8

Константин Васильевич
Универсальный отдел продаж

@prechtin8
konv@prechtin8.com
prechtin8.com
+7 (999) 999-45-65



ПРЕЧИСТЕНКА 8





ПРЕЧИСТЕНКА 8

Константин Василевский
руководитель отдела продаж

@prechistenka8

prechistenka8.com

ка8.com

899-45-65











ПРЕЧИСТЕНКА 8



@prechistenka8
info@prechistenka8.com
prechistenka8.com
+7 (999) 999-99-99

 ПРЕЧИСТЕНКА 8

Офис продаж:
Пречистенка, д/8
Москва, 123181
+7 (999) 99-99-99

@prechistenka
info@prechistenka.com
prechistenka8.com







Графика максимально упрощена, чтобы выглядеть актуально на самых разных носителях – от иконки сайта до сургучной печати. Узнаваемость достигается за счет использования определенной цветовой гаммы, выдержанной типографики и тиснения бумаги серебром.









A black metal bookshelf with wooden shelves, holding various books and decorative items. Visible titles include "JOHANNES GRÜTZKE", "VANITY FAIR 100 YEARS", and "Ron Arad".

A large potted plant with green leaves, situated in a white marble pot.

A wooden dining table with a curved leg design, surrounded by six upholstered chairs.

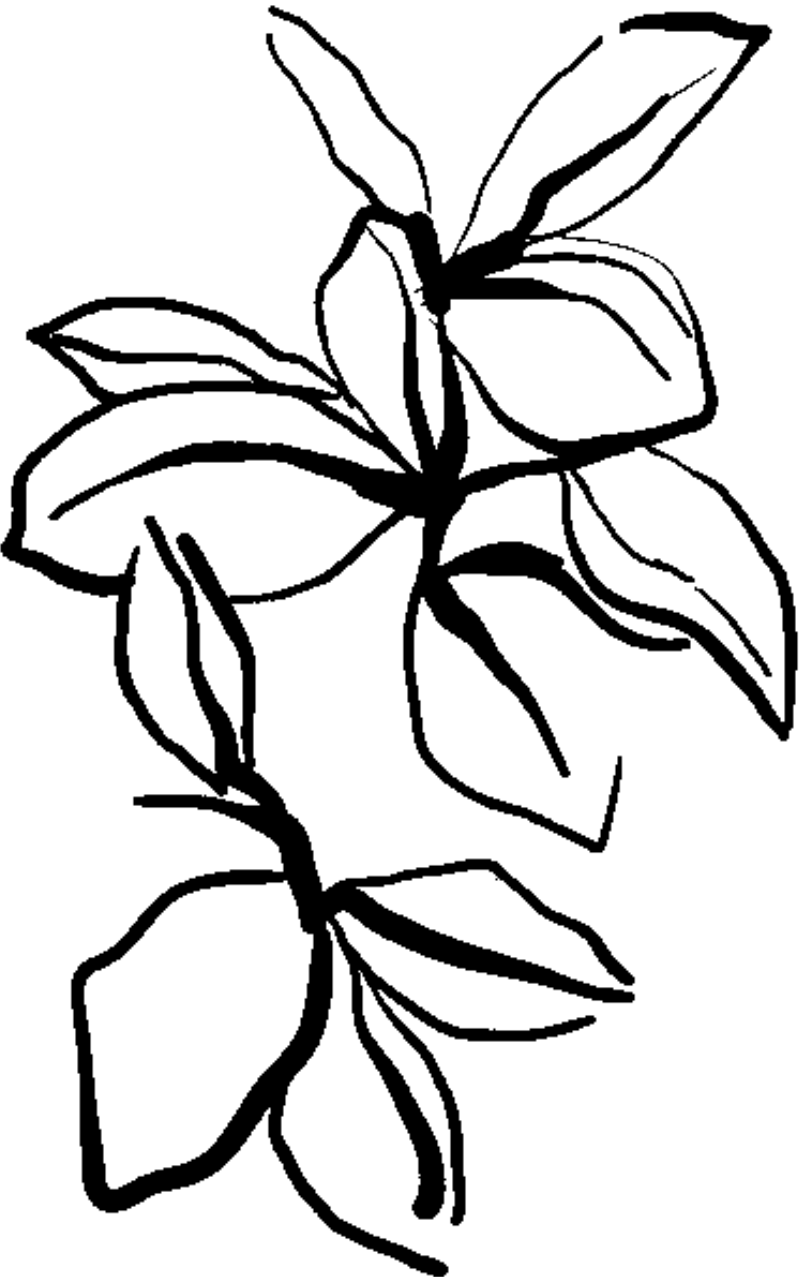
A window with light-colored curtains, providing natural light to the room.

A tall, black floor lamp with a spherical light fixture.

A white radiator located near the window.



Стиль иллюстраций отсылает к зарисовкам знаменитых художников и писателей 19 века. Техника основывается на перьевой графике тушью в «живой» и экспрессивной манере.



Харизма Пречистенки 8 — это гармония истории и современности в интерьере. Вековой узор мрамора, лепнина потолков, резьба деревянных дверей в идеальном балансе с технологиями и иконическими предметами дизайна — это декорации для единственной в своем роде жизни. Этот дом помнит многих ценных для истории России людей, и каждый из его новых обитателей — безусловный участник возрождения Русской культуры.



ИСТОРИЯ ДОМА

Пречистенка, 8 — дом XIX века, полный уникальных деталей отделки, с современным интерьером в духе минимализма и предметами mid-century modern.



ГЛАВНАЯ
ИСТОРИЯ
АРХИТЕКТУРА
ОКРУЖЕНИЕ
ПАРТНЕРЫ
КОНТАКТЫ



Продается подлинник

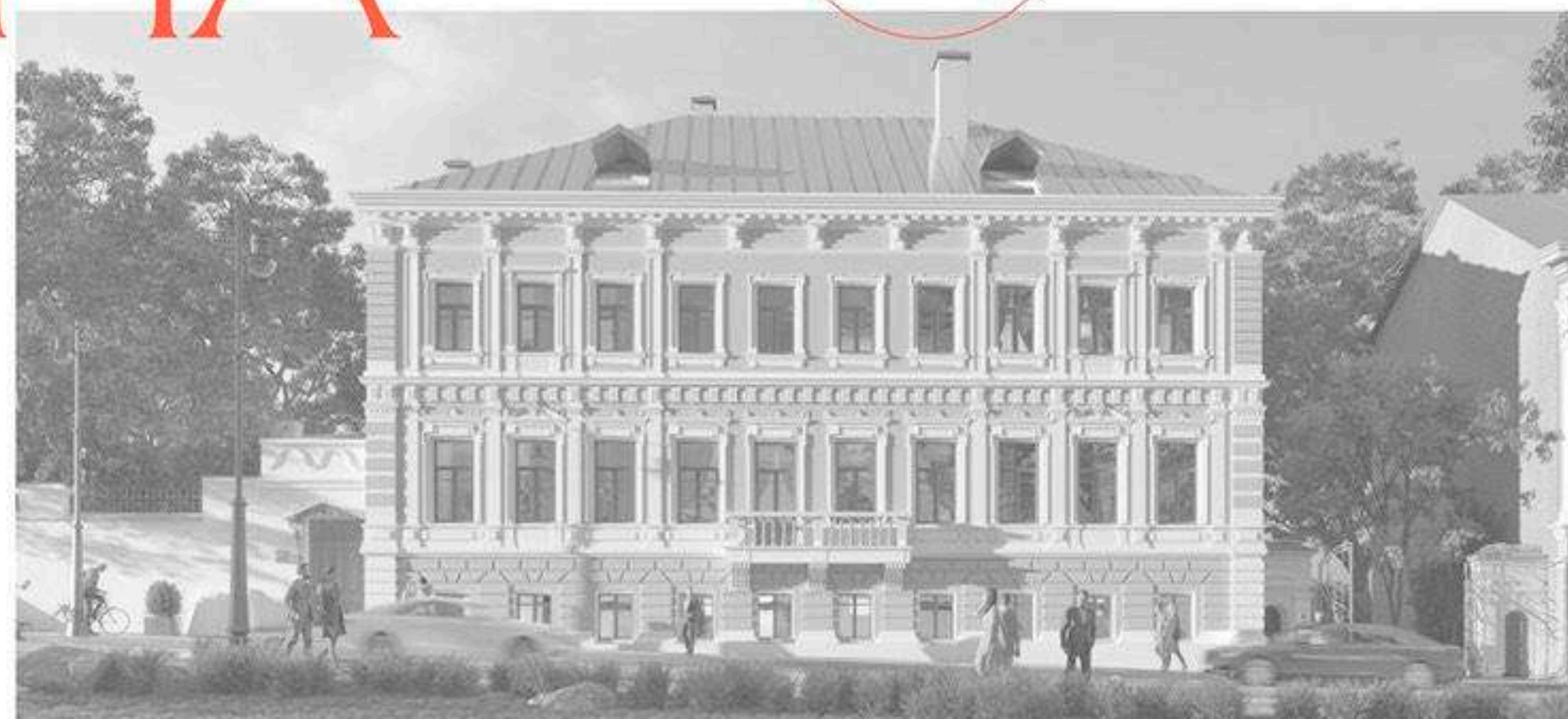
+7 (495) 255-1212
офис продаж



ИСТОРИЯ ДОМА

Пречистенка, 8 — дом XIX века, полный уникальных деталей отделки, с современным интерьером в духе минимализма и предметами mid-century modern.

EXPLORE →



Scroll

ПРЕЧИСТЕНКА 8
ИСТОРИЯ
АРХИТЕКТУРА
× ОКРУЖЕНИЕ
АПАРТАМЕНТЫ
ПАРТНЕРЫ
КОНТАКТЫ



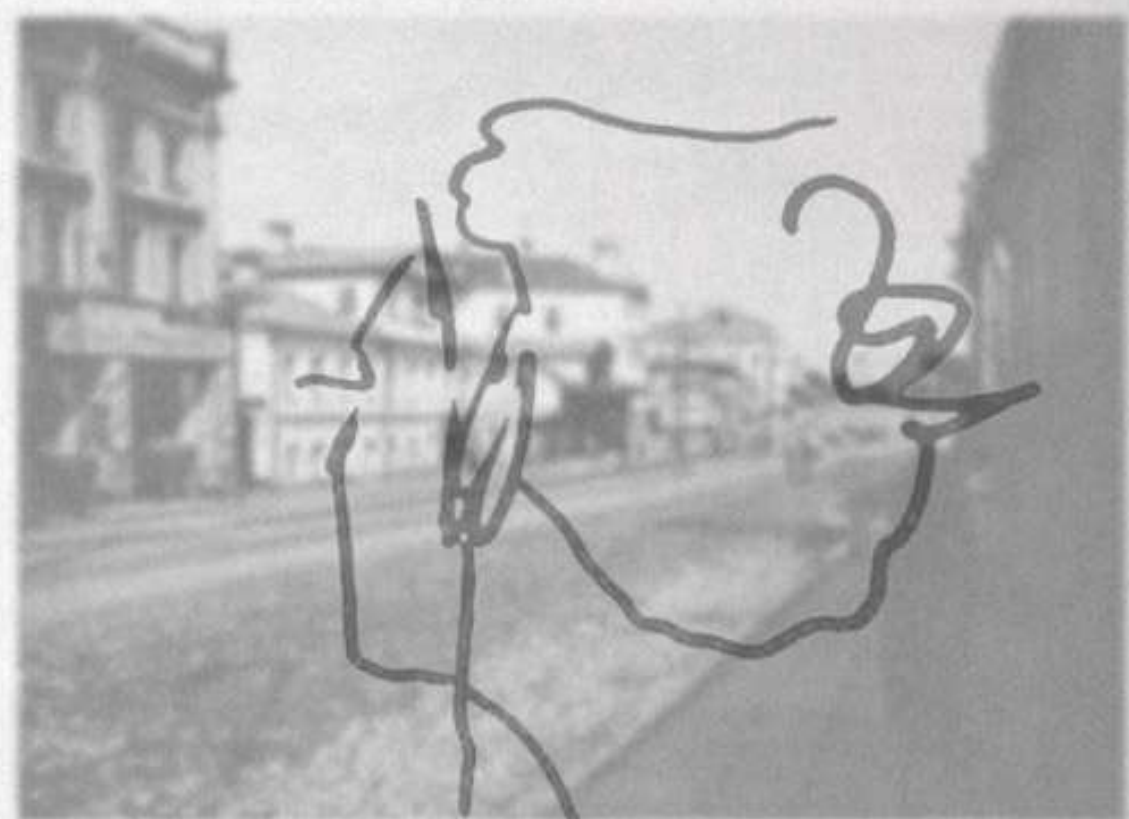
Улица Пречистенка в сторону Пречистенского моста, 1913-1914 гг.

ИСТОРИЯ ДОМА №8



1883





ИСТОРИЯ ДОМА №8

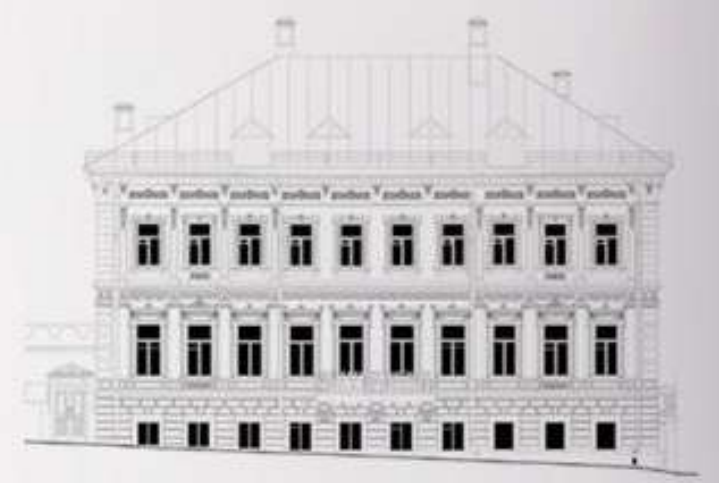
ВЛАДЕЛЬЦЫ

Дом купцов Истоминых — это семья предпринимателей-владельцев одной из самых больших текстильных мануфактур в дореволюционной России.

Истоминны жили и работали в одно время, что и Морозовы, Третьяковы, Рябушанские и Шумиры, определяя вкусы и нравы своей эпохи. Семья жертвовала на благотворительность и приюты в дореволюционной России больше, чем царская семья. А масштабный комплекс их соловчанской мануфактуры и сегодня существует по другую сторону Патриаршего моста, являясь памятником индустриального модернизма и центром деловой жизни.

1883

Проект перестройки облика



Чертеж фасада с улицы Пречистовая

АРХИТЕКТОР

СТРОИТЕЛЬСТВОМ ДОМА В НЕОКЛАССИЧЕСКОМ СТИЛЕ ДЛЯ СЕМЬИ ИСТОМНИКОВ ВЕЛ АРХИТЕКТОР КОНСТАНТИН БУССЕ. САМАЯ ИЗВЕСТНАЯ РАБОТА РУССКОГО АРХИТЕКТОРА — КОМПЛЕКС ЗДАНИЙ НИКОЛЬСКОГО ГРЕЧЕСКОГО МОНАСТЫРЯ РЯДОМ С КРАСНОЙ ПЛОЩАДЬЮ (НИКОЛЬСКАЯ УЛ., 11), ЧАСТИЧНО СОХРАНЕННЫЙ АНСАМБЛЬ СЕГОДНЯ АДАПТИРОВАН ПОД СОВРЕМЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ. ДОКЛАДЫ ДОМА АВТОРСТВА БУССЕ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ В ИСТОРИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ ОТОЛИЦЫ — НА РОЖДЕСТВЕНСКОМ БУЛЬВАРЕ АРКАДЕ, В БОЛЬШОМ ЧЕРКАСКОМ И ПОДСОСЕНСКОМ ПЕРЕКУЛКАХ.


 Константин Буссе
 7 июня 1840 — 30 июля 1909

 Фасад здания после реставрации,
 вид со стороны улицы Пречистовая



ВОЗРОЖДЕНИЕ

РЕСТАВРАЦИЯ ПРЕЧИСТЕНКИ — ЭТО ВОЗРОЖДЕНИЕ ДУХА И СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИИ ЭНЕРГИИ ЭТОГО МЕСТА. БЫЛА ВОССОЗДАНА В ХОДЕ ДЕТАЛЬНОЙ РАБОТЫ КОМАНДЫ ПРОЕКТА И ОТРАЖЕНА В УНИКАЛЬНОМ ИНТЕРЬЕРЕ КАЖДОГО ИЗ АПАРТАМЕНТОВ.



ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»



ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»



ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»

ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»

ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»



ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»



ЦЕНТР ИСКУССТВ «МОСКВА»

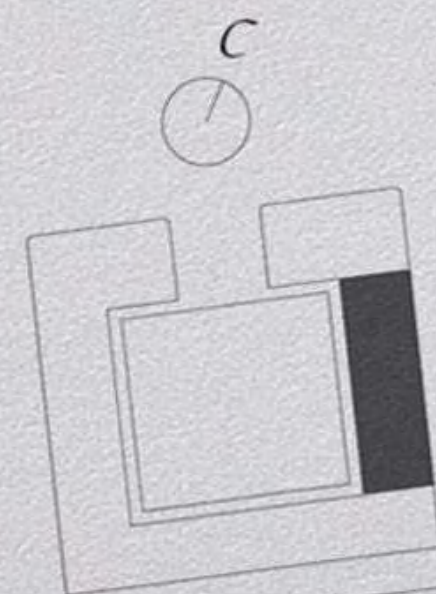
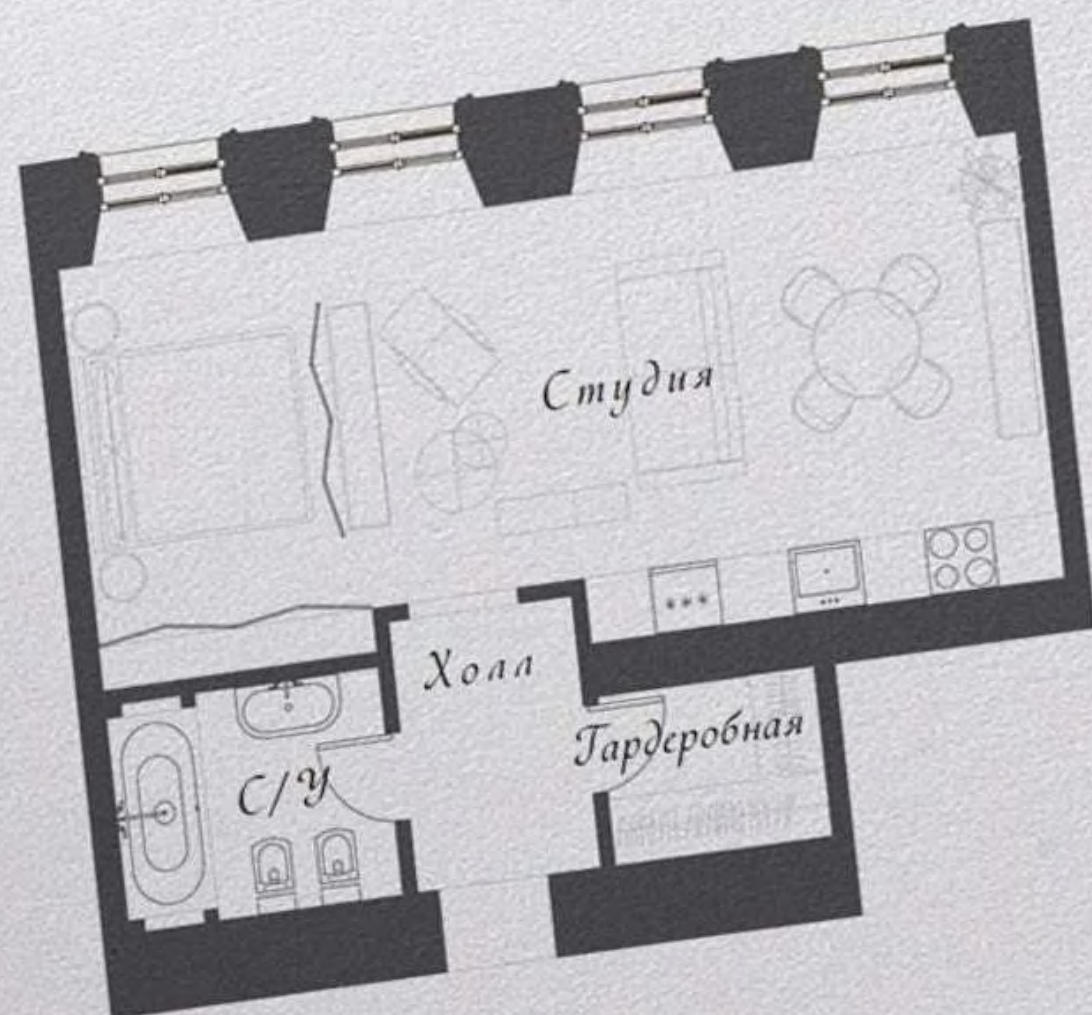


КОМУ ЖИТЬ ХОРОШО

ГАЛЕРЕЯ ИСКУССТВ ЗУРАБА ЦХРЕТЕЛИ

◆ ПРЕЧИСТЕНКА 8

АПАРТАМЕНТЫ ТИП 4



Улица Пречистенка



Чертеж фасада с улицы Пречистенка

АРХИТЕКТОР

СТРОИТЕЛЬСТВОМ ДОМА В НЕОКЛАССИЧЕСКОМ СТИЛЕ ДЛЯ СЕМЬИ ИСТОМИНЫХ ВЕЛ АРХИТЕКТОР КОНСТАНТИН БУССЕ. САМАЯ ИЗВЕСТНАЯ РАБОТА РУССКОГО АРХИТЕКТОРА — КОМПЛЕКС ЗДАНИЙ НИКОЛЬСКОГО ГРЕЧЕСКОГО МОНАСТЫРЯ РЯДОМ С КРАСНОЙ ПЛОЩАДЬЮ (НИКОЛЬСКАЯ УЛ., 11). ЧАСТИЧНО СОХРАНЕННЫЙ АНСАМБЛЬ СЕГОДНЯ АДАПТИРОВАН ПОД СОВРЕМЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ. ДОХОДНЫЕ ДОМА АВТОРСТВА БУССЕ МОЖНО



Константин Буссе





О бренде

Этот дом, соседствующий с «золотой» милей, привносит на рынок московской недвижимости качественно новый подход к девелопменту и истинные ценности.

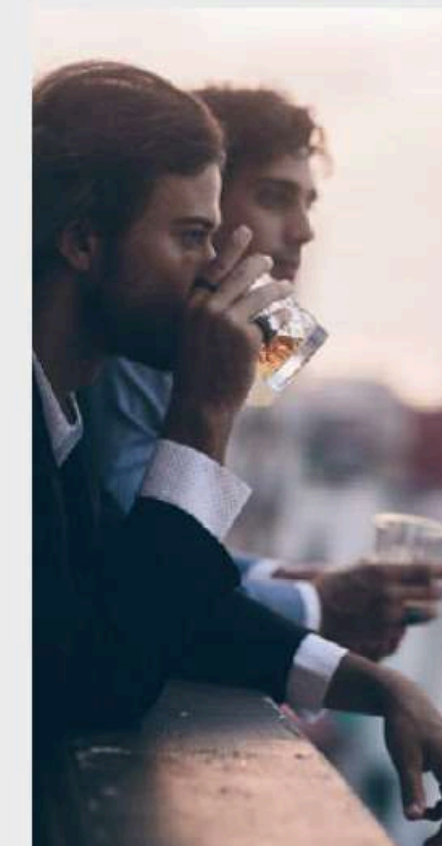
Не отрицание своей истории, а ее бережное воссоздание. Не строительство очередного «европейского образа жизни», а понимание того, что есть истинно московский ритм, традиции и лайфстайл.

Преимущества дома построены не на пустом лоске современной архитектуры, а подлинном «гении места», уважении к прошлому, наполнении его новым смыслом и новой энергией

Целевая аудитория: Люди в возрасте от 30 до 60 лет. Покупают не квартиру, а коллекционный лот.

Готовы платить за историю и харизму дома, а не только за адрес и метраж.

Чувствительны к сервису, эстетике и эксклюзивности предложения.





Гайдлайн-презентация фирменного стиля

ПРЕЧИСТЕНКА 8

2020

О бренде

Этот дом, соседствующий с «золотой» милей, привносит на рынок московской недвижимости качественно новый подход к девелопменту и истинные ценности.

Не отрицание своей истории, а ее бережное воссоздание. Не строительство очередного «европейского образа жизни», а понимание того, что есть истинно московский ритм, традиции и лайфстайл.

Преимущества дома построены не на пустом доске современной архитектуры, а подлинном «гении места», уважении к прошлому, наполнении его новым смыслом и новой энергией



Целевая аудитория: Люди в возрасте от 30 до 60 лет. Покупают не квартиру, а коллекционный лот.

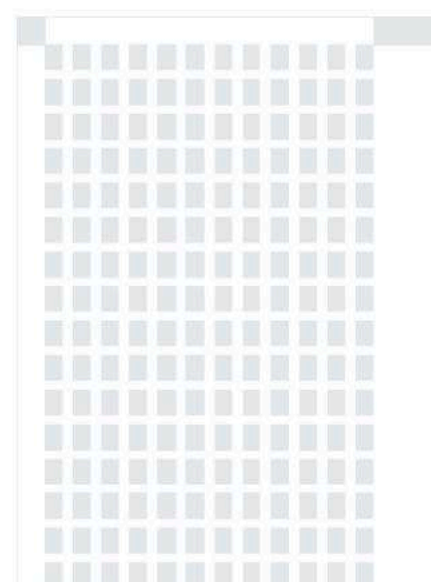
Готовы платить за историю и архитектуру дома, а не только за адрес и метраж.

Чувствительны к сервису, эстетике и эксклюзивности предложения.

ЭЛЕМЕНТЫ СТИЛЯ

Модульная сетка для контента

Модульная сетка вдохновлена классическими паттернами текстиля. Весь текст и изображения должны размещаться на её основе.



17

Материалы

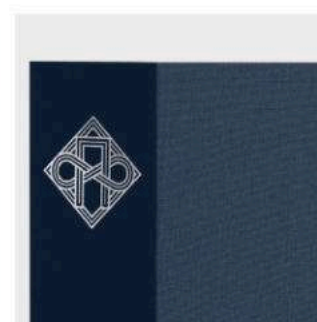
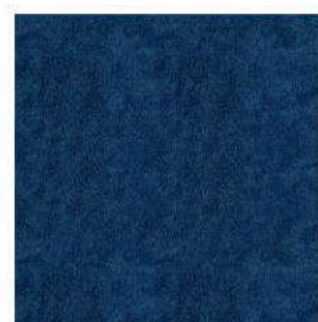
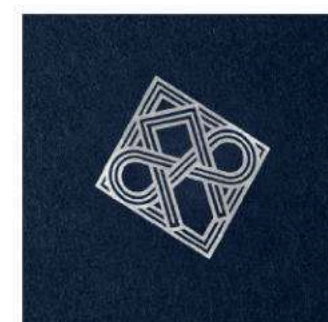
Носители фирменного стиля транслируют положительные тактильные ощущения с помощью качественных материалов.

Плотная дизайнерская зернистая бумага (300 грамм) и дубликатное тиснение знака серебряной фольгой

Беркат

Тканевые обложки, твёрдый переплёт

Текстиль, ткани, фарфор



25

Типографика

Типографика — это важнейший элемент фирменного стиля, графические образы можно сравнить с обликом бренда, а фирменные шрифты — с голосом. Внешний вид текстовых сообщений бренда является одним из наиболее узнаваемых его элементов.

Шрифт заголовков:
21 Cent Bold

Шрифт подзаголовков:
20 Korolev DemiBold

Шрифт основного текста:
21 Cent Regular

Выноска и капители:
20 Korolev Book

Акцентный шрифт:
Marigold Light

1892

Русская интеллигенция XIX века на Пречистенке

Дом на Пречистенке купца Истомина

ГОРОДСКАЯ УСАДЬБА на Пречистенке имеет весьма богатую историю. В XVIII веке эта территория входила во владение полковника Я.Я. Протасова. В 1752 году здесь, по красной линии улицы, уже стояли каменные палаты. Они, позднее дважды достроенные и перестроенные, сохранились до настоящего времени и входят в современное здание. В 1794 году обширное владение, занимавшее половину квартала, принадлежало княгине С.И. Волконской. С 1809 года хозинином участка числится московский купец Степан Миляков, а после его смерти — вдова М.А.Милякова. В 1860-х участок делится на

Эта небольшая парковая усадьба на Пречистенке имеет весьма богатую историю. В XVIII веке эта территория входила во владение полковника Я.Я. Протасова. В 1752 году здесь, по красной линии улицы, уже стояли каменные палаты.

16



Foriver

Премиальный
жилой квартал



Задачей агентства было сформировать бренд-концепцию и платформу, вербальную и визуальную айдентику нового проекта. Мы хотели создать место, наполненное смыслом. Не забывая об уникальной истории территории и ее культурных артефактах. Мы посмотрели в будущее, где новый жилой квартал является флагманом всего района и служит образцом ответственного и вдумчивого девелоперского проекта.

Проект сделан по принципам органического урбанизма. Он гармонично соединяет рельеф местности, природные и исторические особенности территории и потребности его будущих жителей.

В рамках проработки целевой аудитории, мы остановились на ядре — Аутотелические личности. «Аутотелическая личность» способна непринужденно и легко трансформировать потенциальные трудности в гармоничный баланс и новые возможности.

Foriver – стихия твоего потенциала.

В стиле отражается архитектурная концепция объекта, локация и образ будущих жителей. Это история про первооткрывателей, про новые земли и горизонты. Динамичный логотип парит над названием жилого квартала, как флаг. Флагом движут стихии, к которым обращались и архитекторы, к воде, волнам, ветру.

Метаморфозы с формами – результат кинетического воздействия. Это результат столкновения человека и окружающей его среды. Человек набирается энергии, формирует свое сознание.

Здесь происходит смешение традиционных ценностей и современного контекста. Античный римский шрифт в заголовках, антиква и гротеск, засечки в начертании названия в сочетании с динамичной версткой, кинетическими узорами, динамичным логотипом и контрастными цветами - вода и воздух сталкивается с горячими землистыми цветами, бронзой. Таким образом создается ощущение, что ты после долгого плавания наконец-то вступил на новую, ранее неизведанную землю.

Foriver

Премиальный жилой квартал



Исследования



- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Бенчмарки и тренды

1



Стратегия



- Платформа бренда
- Нейминг и слоган

2



Продукт



3



Дизайн



- Айдентика
- Носители бренда
- Брендбук
- Сувенирная продукция

4




Коммуникация



- Макеты рекламы

5

A man in profile, looking out over a city at night. The city lights are blurred in the background, creating a bokeh effect. The man is in the foreground, slightly out of focus, looking towards the right. The overall mood is contemplative and aspirational.

СТИХИЯ ТВОЕГО
ПОТЕНЦИАЛА



КОНСТАНТИН
КОНСТАНТИНОВ

*Должность указанная
при трудоустройстве*

Тел.: +7 (000) 000-0000
E-mail: konstantin@webname.ru
Москва, ул. Офисная 6, офис 6
www.webname.ru

FORIVER®







FORIVER®





 FORIVER®

 FORIVER®

 FORIVER®

 FORIVER®

 FORIVER®







 ПРЕМИАЛТЫНБЫЙ

 ЖИЛОН КВАРТАЛ


 FORIVER

КОНСТАНТИН

 КОНСТАНТИНОВ

 Дирекция развития

 при поддержке


Тел.: +7 (800) 000-0000

 E-mail: konstantine@webname.ru

 Москва, РФ. Сделано в РФ

 www.webname.ru



01

ПРОСТРАНСТВО
ЖИЛОГО КВАРТАЛА

Важным элементом Fogiver является благоустройство квартала, черпающее вдохновение в самой природе и её главных элементах — воде, земле, камнях, растущих и в воздухе.



КВАРТИРЫ С ВИДОМ НА НАБЕРЕЖНУЮ

12 квартир
свободной планировки

7 квартир
фиксированной планировки

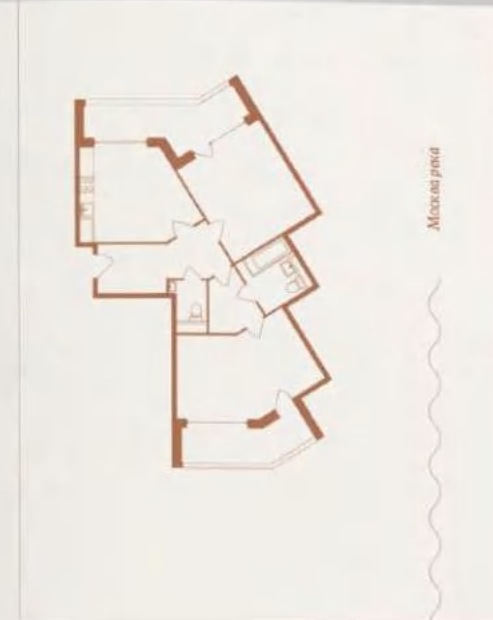
4 пентхауса
двухрусной планировки

20 000
квадратных метров общей площади

Fogiver — премиальный жилой квартал с авторской архитектурой, современной инженерией, продуманными планировочными решениями и уникальными форматами жилья. Проект реализуется в живописном месте исторической части Москвы — вблизи ансамбля Симонова монастыря, на набережной Москвы-реки. Локация подойдёт и для неспешной жизни на фоне цветущей зелени и открытого столичного неба, и для активного участия в событиях города в 5 минутах от главного радиуса Москвы — Садового кольца. Современный облик квартала органично вписывается в историческое окружение и городскую идентичность. Высотные доминанты открывают жителям впечатляющую панораму столицы и открыточные виды на набережную Москвы-реки и ансамбль Симонова монастыря.

Преимущества:

От 4 парковочных мест на квартиру	Отдельный лифт из парковки
2 детских сада на первом этаже	Школа в 200 метрах от дома



Москва-река



Иван смотрит в окно
своих Апартаментов

54,51 м²

Цена от: 23,6 млн руб.
Доступно с: Карты 8 - 2 кв

K8

Вид из квартиры №10



Премиа́льный
жило́й кварта́л



01

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Fornet – это премиальный жилой квартал, созданный в соответствии с принципами кинетической архитектуры и природного урбанизма.



МИССИЯ ПРОЕКТА

Возводя в Даниловском районе Москвы новый жилой проект, мы создаем место, наполненное смыслом.

Мы бережно относимся к уникальной истории территории и ее культурным артефактам. Воссоздаем в проекте традиции и атмосферу, связанную с культурой и спортивными традициями. И вместе с тем мы смотрим в будущее, где Fornet является флагманом всего района и служит образцом ответственного и вдохновляющего девелоперского проекта, который развивает территорию в интересах всех москвичей.

ИНСАЙТ АУДИТОРИИ

Если жить в столице – то жить близко от центра, на берегу реки. В модном, стильном, комфортном и уникальном месте с уникальной историей.

Мой дом – место, которое даст мне силу и энергию реализовать мой творческий потенциал.

АУДИТ

Состоятельные москвичи, но уже не в глубине связи. Они принадлежат к традиционной культуре Москвы, атмосфере места. Хотят сохранить внутреннюю среду и историю территории.

ЦВЕТ

В архитектурной культуре формально строгий, но с историческими оттенками и традициями жилой квартала.



ХАРАКТЕР БРЕНДА



Гармоничный
Гармонично соединяющий различные элементы, органичный и целостный.
Многогранный
Имеющий много отличительных свойств и преимуществ, разнородный.
Динамичный
Объединяющий движение, энергию, изменчивый, но постоянный в главном.
Технологичный
Сделанный в духе времени, с использованием передовых решений, с актуальной архитектурой и дизайном.
Пассионарный
Не имеющий аналогов, уникальный и неповторимый, сделанный со страстью.

ЗАГОЛОВОК

Подзаголовок

Текст крупный Fedra Sans Light 12pt/14, 4pt

Текст для набора Fedra Sans Book 9pt/10pt

Маркеры и закладки Fedra Serif A Book 8pt/10pt

Выделенный текст Fedra Serif A Book Bold 8pt/10pt

Матрица

Ширина колонки для крупного текста

Ширина колонки для заголовка

Ширина колонки для выделенного текста

Ширина колонки для наборного текста

Ширина колонки для наборного текста

ФОТО-СТИЛЬ

ЦВЕТ И ХАРАКТЕР ФОТОГРАФИИ

Цвет

В основу колористики заложены цветовая код жилого квартала. Это сочетание холодного и теплого, темного и светлого. Это высокие контрасты с мягкими переходами и рефлексиями.

Палитра:

— (1) Основной цвет и его оттенки от

Характер

Архитектура статична и ее характер передает окружающая динамика. Люди выбирают место для жизни, представляют свое участие в этом пространстве. Чтобы помочь выстроить эти ассоциации, важно использовать в фотографии события, предлагая сценарии взаимодействия с объектом.



ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ

Примеры фотографий, стилизованные под формат и эстетику Fornet. Это небытие и бытие жилого квартала, его атмосфера и взаимодействие с жизнью пространства, а также взаимодействие с собой.



СОСТАВ

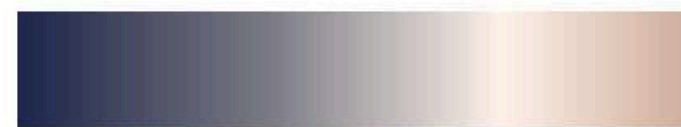
ЦВЕТ И ХАРАКТЕР ФОТОГРАФИИ

Цвет

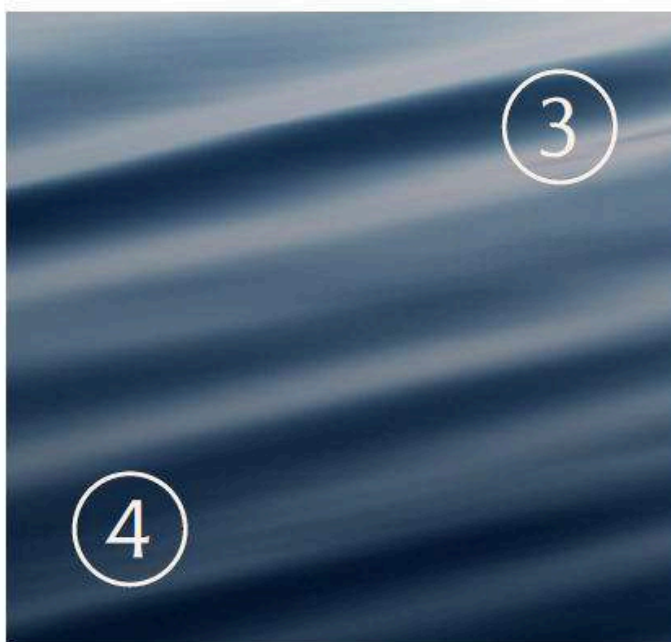
В основу колористики заложен цветовой код жилого квартала. Это соседство холодного и теплого, темного и светлого. Это высокие контрасты с мягкими переходами и рефлексам.

Палитра:

- (1) Бронзовый цвет и его оттенки от красной умбры до желтой сиенны;
- (2) Бежевый цвет уходящий в теплые белые оттенки;
- (3) Холодные, серые оттенки, уходящие в светлый голубой;
- (4) Глубокие синие оттенки уходящие в черный цвет.



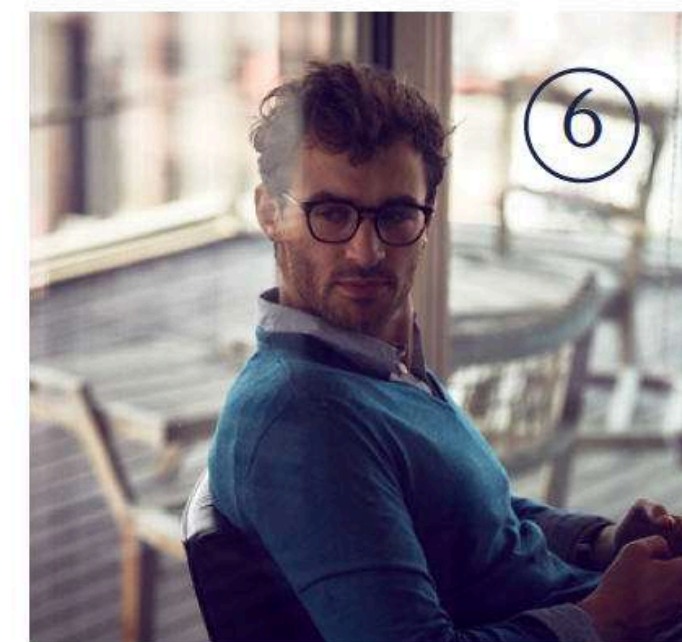
Цветовая шкала фотографии



Характер

Архитектура статична и ее характер передает окружающая динамика. Люди выбирают место для жизни, представляя свое участие в этом пространстве. Чтобы помочь выстроить эти ассоциации, важно использовать в фотографии события, предлагая сценарии взаимодействия с объектом.

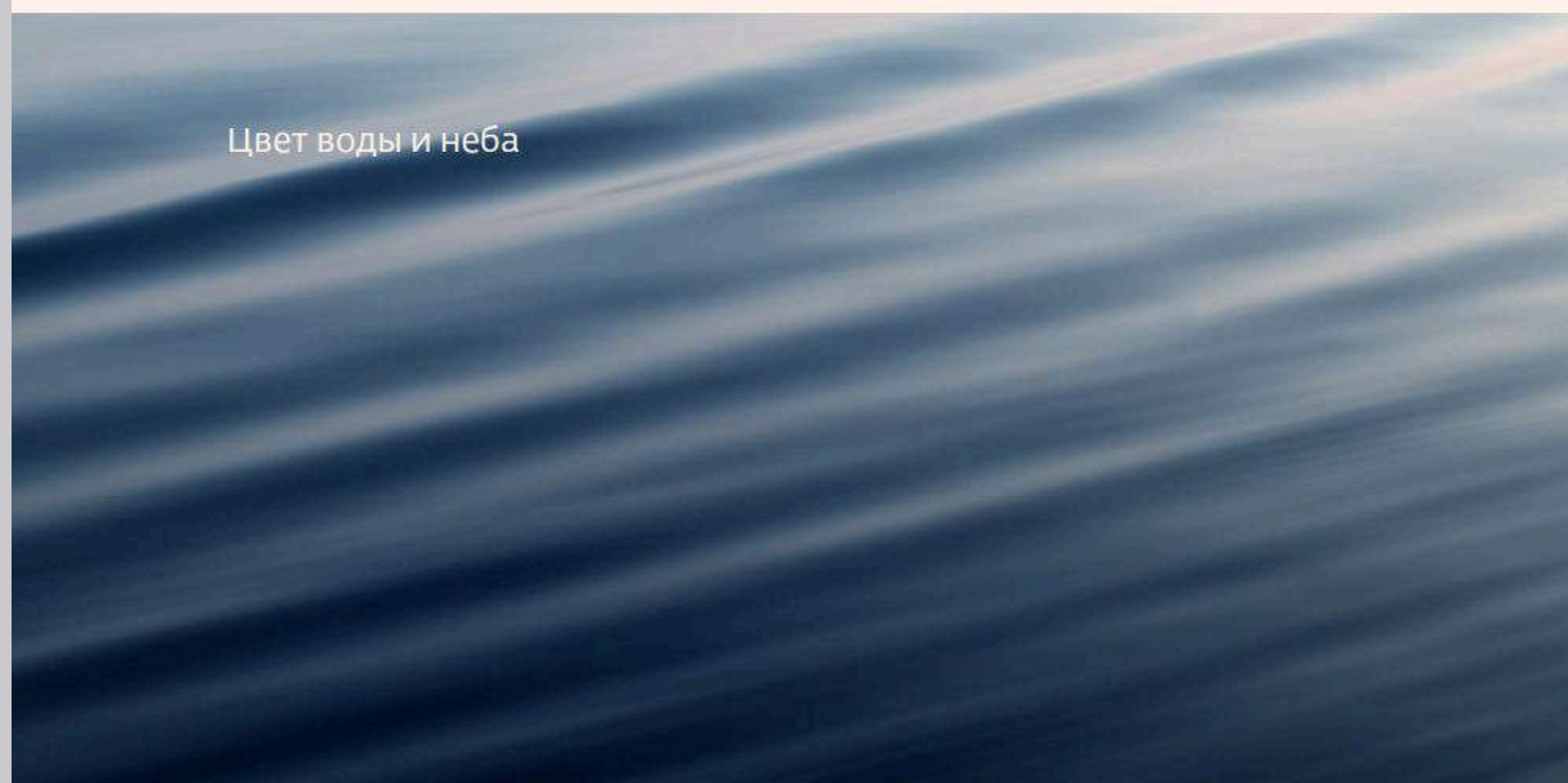
Характер этих событий передается через демонстрацию пространства, роли человека в нем (5) и кинематографические композиции, рефлекс, позы (6).



ЦВЕТ

*В основе цветовой палитры фирменного стиля,
лежат натуральные цвета окружающей среды
жилого квартала*

Цвет воды и неба



Цвет камня и оттенки фасадов
жилого комплекса



Цвет речного песка
и бронзы на фасадах
жилого комплекса





СТУДИЯ ТВОЕГО
ПОТЕНЦИАЛА



СТУДИЯ ТВОЕГО
ПОТЕНЦИАЛА



СТИХИЯ ТВОЕГО ПОТЕНЦИАЛА

[Смотреть окружение →](#)

- 01
- 02
- 03
- 04
- 05
- 06

КВАРТИРЫ С ВИДОМ НА НАБЕРЕЖНУЮ

Просторные квартиры с панорамным видом на набережную, исторический район и Садовое кольцо. Только лучшие материалы и технологии.

Forever — премиальный жилой квартал с авторской архитектурой, современной инженерией, продуманными планировками. Жить Forever — это жить в живописном месте исторической части Москвы — вблизи ансамбля Симонькова-Монцы на набережной Москвы-реки. Панорамный вид и для наслаждения, и для инвестиций. Активный отдых и спорт на фоне цветущей зелени и старинной архитектуры. Современный облик квартала органично вписывается в историческое окружение и гармонично дополняет ансамбль набережной Москвы-реки и ансамбль Симонькова-Монцы.

500 кв. м
Цена от 2,5 млрд руб.
до 10 млрд руб.



- 12 квартир в каждой секции
- 7 квартир в каждой секции
- 4 этажа в каждой секции
- 20 000 кв. м общей площади комплекса

Преимущества:

- От 4 парковочных мест на квартиру
- 2 детских сада на первом этаже

Отдельный лифт из парковки
Шагов в 200 метров от дома



КВАРТИРЫ С ВИДОМ НА НАБЕРЕЖНУЮ

Просторные квартиры с панорамным видом на набережную, исторический район и Садовое кольцо. Только лучшие материалы и технологии.

12 квартир в каждой секции

7 квартир в каждой секции

4 этажа в каждой секции

01



КРУТИЦКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ

→ Центр ЗИЛ

→ Симонов Монастырь

← Гостевая парковка

↙ Набережная

↗ WC



Дома:
130
131
132
133
133А
133Б



Дома:
125
125А
126
127







 FORIVER

 FORIVER

 FORIVER

Тессинский

Мост между прошлым
и будущим





Тессинский, 1 — новый проект компании INSIGMA в Китай-Городе. Дом класса deluxe вырастет на территории, которая в дореволюционной России относилась к усадьбе Тессиных-Островских-Марк.

История места, в котором строится TESSIN, восходит к началу XIV века. Историческое наследие локации вдохновило DUGA Branding на создание платформы бренда «Мост между прошлым и будущим». От рациональных потребностей аудитории — улучшения жилищных условий, мы поднялись до эмоциональной мотивации: осмыслить себя и свое место в мире через призму истории.

С 1816 года усадьба в Большом Николоворобинском переулке, на территории которой находится наш дом, принадлежала коллежскому асессору, обрусевшему шведскому дворянину А. фон Тессину. Именно он придал усадьбе тот лоск, за который её ценили и следующие владельцы, и московские власти: память фон Тессина увековечена в названиях переулка и пешеходного моста через Яузу.

Продолжая эту топонимическую традицию, мы назвали в честь фон Тессина. Дом, который связывает прошлое и будущее. Его парадный фасад выходит на Тессинский переулок, поэтому мы предложили изменить адрес дома с Николоворобинского на Тессинский переулок и дали проекту имя Тессинский, 1.

Изящная литера Т в логотипе напоминает форму пешеходного Тессинского моста через Яузу, отдавая дань и истории места, и имени дома. благородная цветовая гамма транслирует статус дома и перекликается с архитектурными решениями — медными фасадами и историческим кирпичом.

DUGA Branding полностью подготовили проект к старту продаж: создали платформу бренда и фирменный стиль, отрисовали рендеры и сверстали потрясающий буклет. Скоро квартиры Тессинский, 1 появятся в продаже: на карте Китай-города появится новый район роскошной жизни, а история места пополнится новыми главами о лучших людях современной России.

Тессинский, 1

Мост между прошлым и будущим

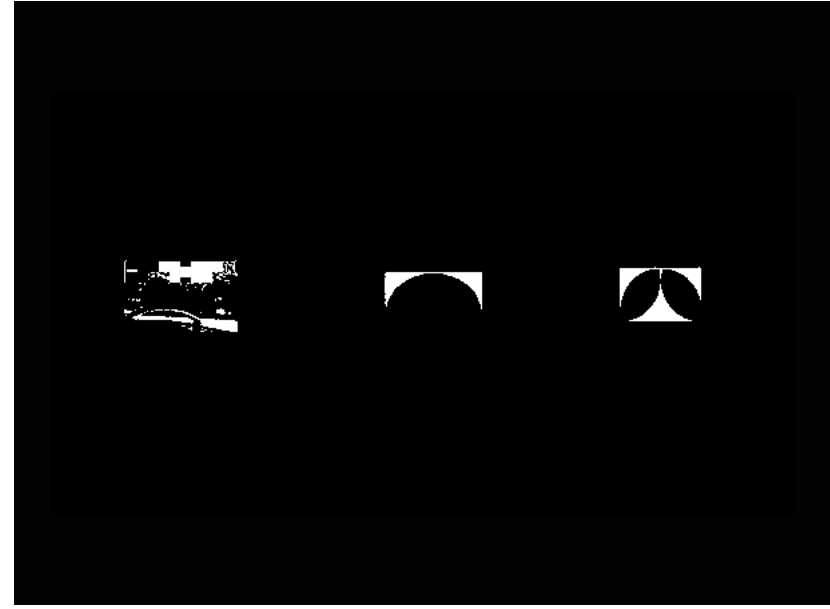


Исследования



- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Бенчмарки и тренды

1



Стратегия



- Стратегический воркшоп
- Платформа и стратегия бренда
- Нейминг и слоган

2



Продукт



3



Дизайн



- Айдентика
- Буклет
- Носители
- Брендбук

4



Коммуникация



- Креатив
- Продакшн
- Event

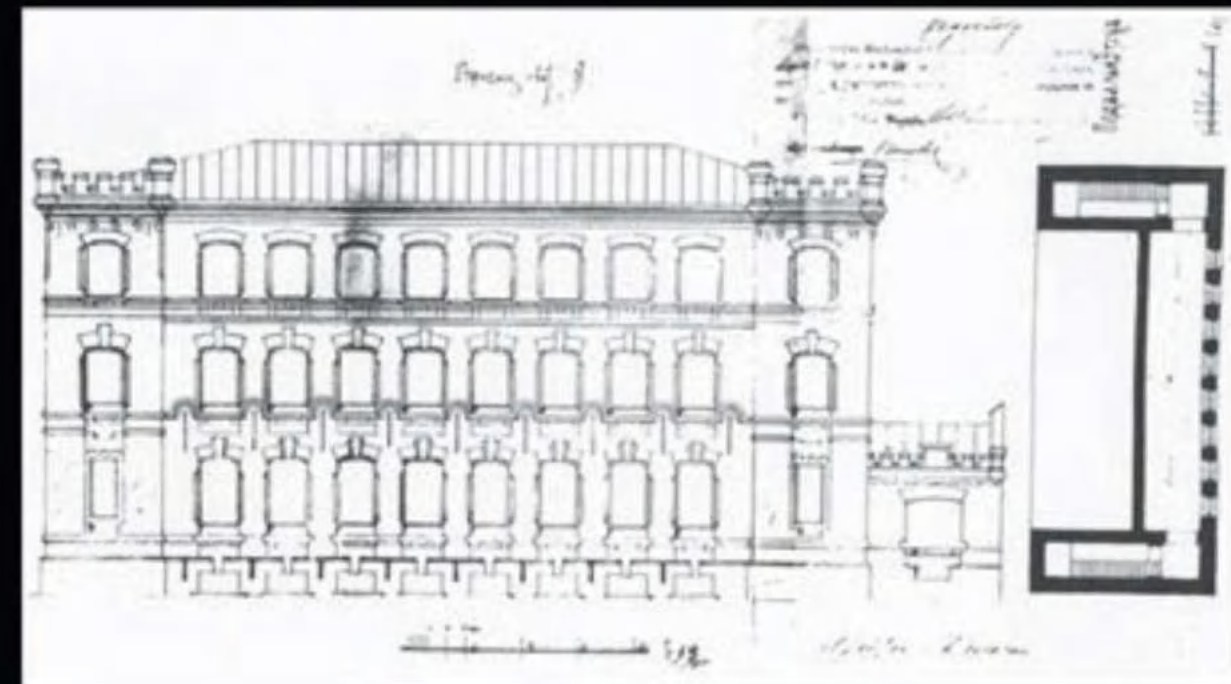
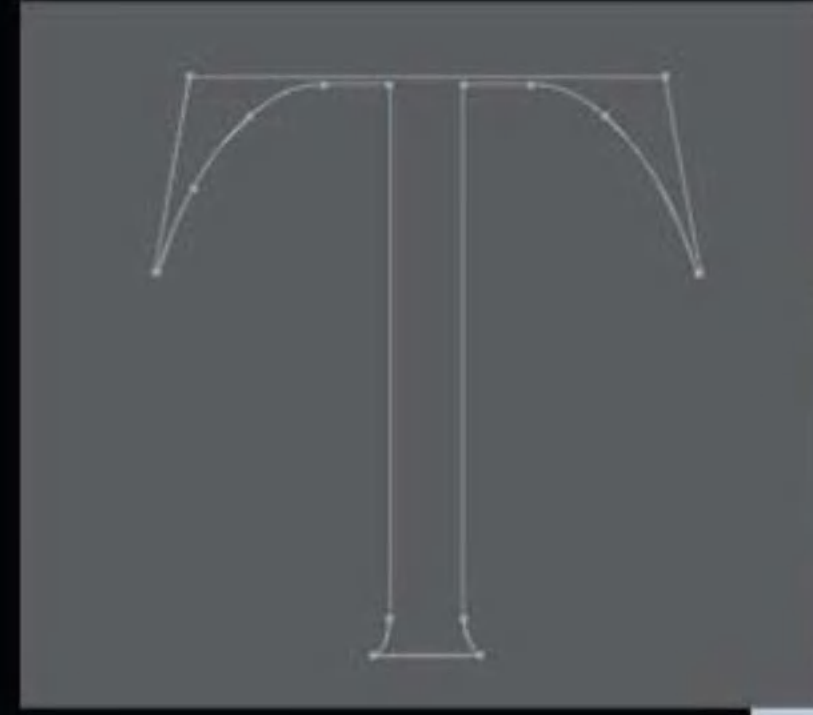
5



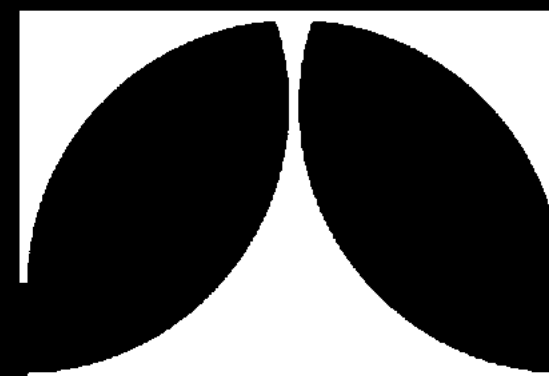
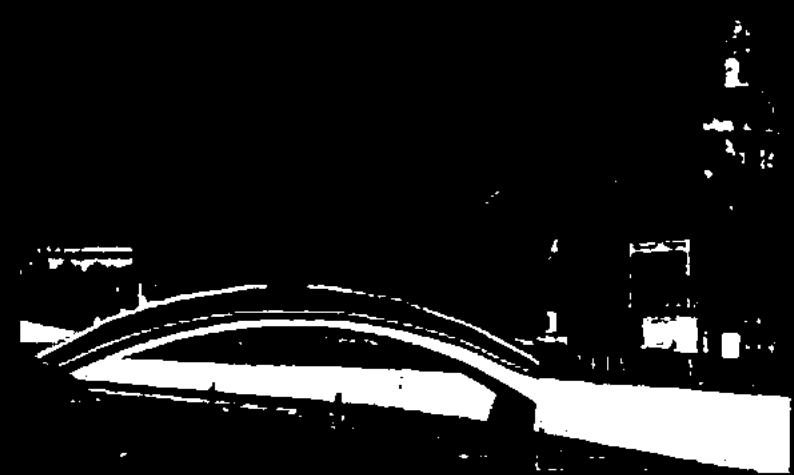


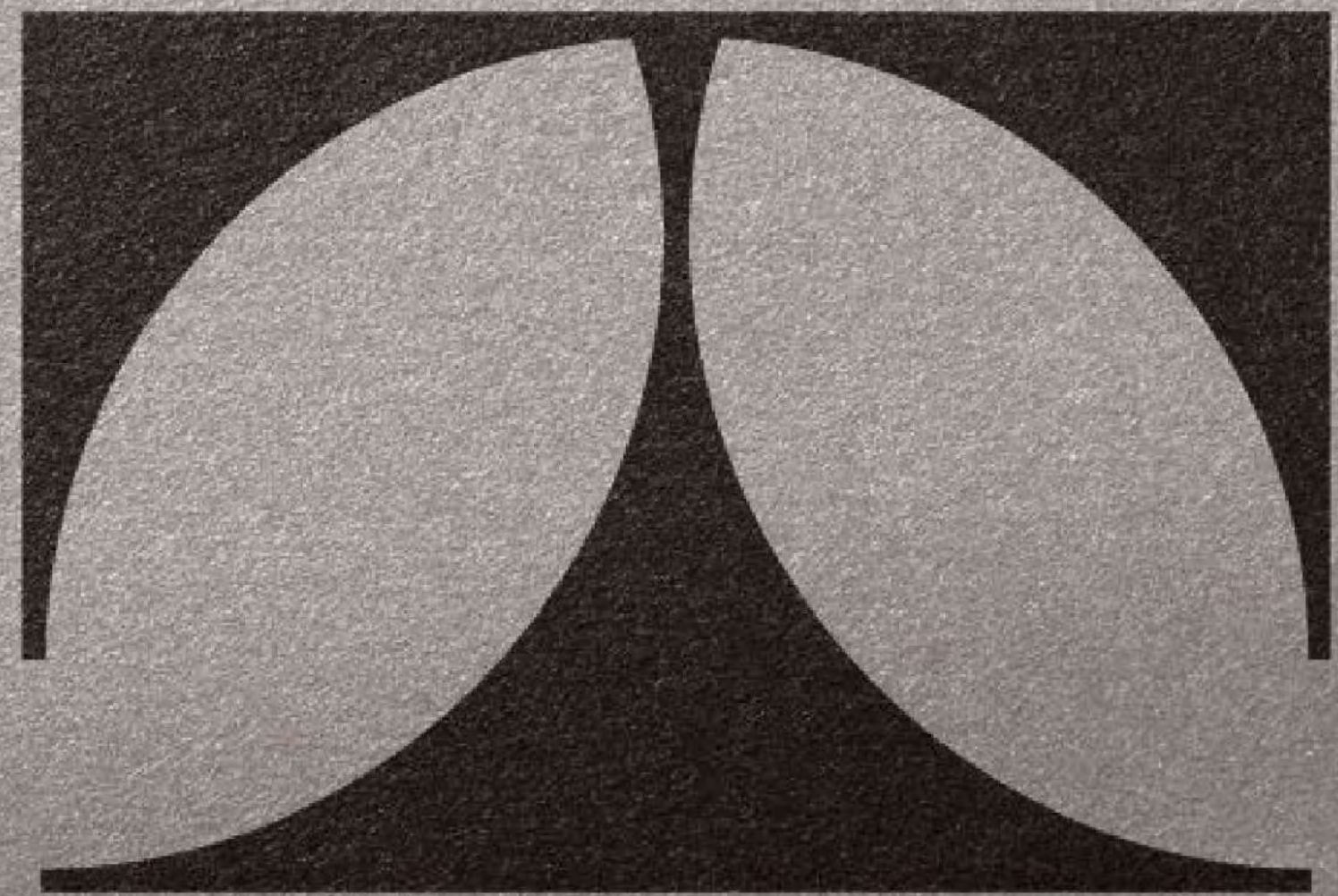
Этот дом всегда строгий джентельмен, он красив, изыскан и сдержан. В нем кипит буря эмоций, но он не стремится показывать свою выразительность. Он интроверт, его характер в истории. Это дом между прорыл и будущим.

С. Скуратов



Т. Д. ВОГЛУ и К^о,
чай жирный, сахар, сода
(вместо сахара)
чай развесной „Т-ва КАРАВАНЪ“
(Владельцы Т-ва Т. Д. Воглу и К^о).
Склады: Омск, Ташкент, Севастополь, Иркутск, Чита и Барнаул.
Почта и телегр. адрес: Воглу.





ТЕССИНСКИЙ, 1







ТЕССИНСКИЙ, 1

Валентина Островская
Бренд менеджер
+7 495 363-22-44
г. Москва, Ленинский пр-т, 15А
www.insigma.ru





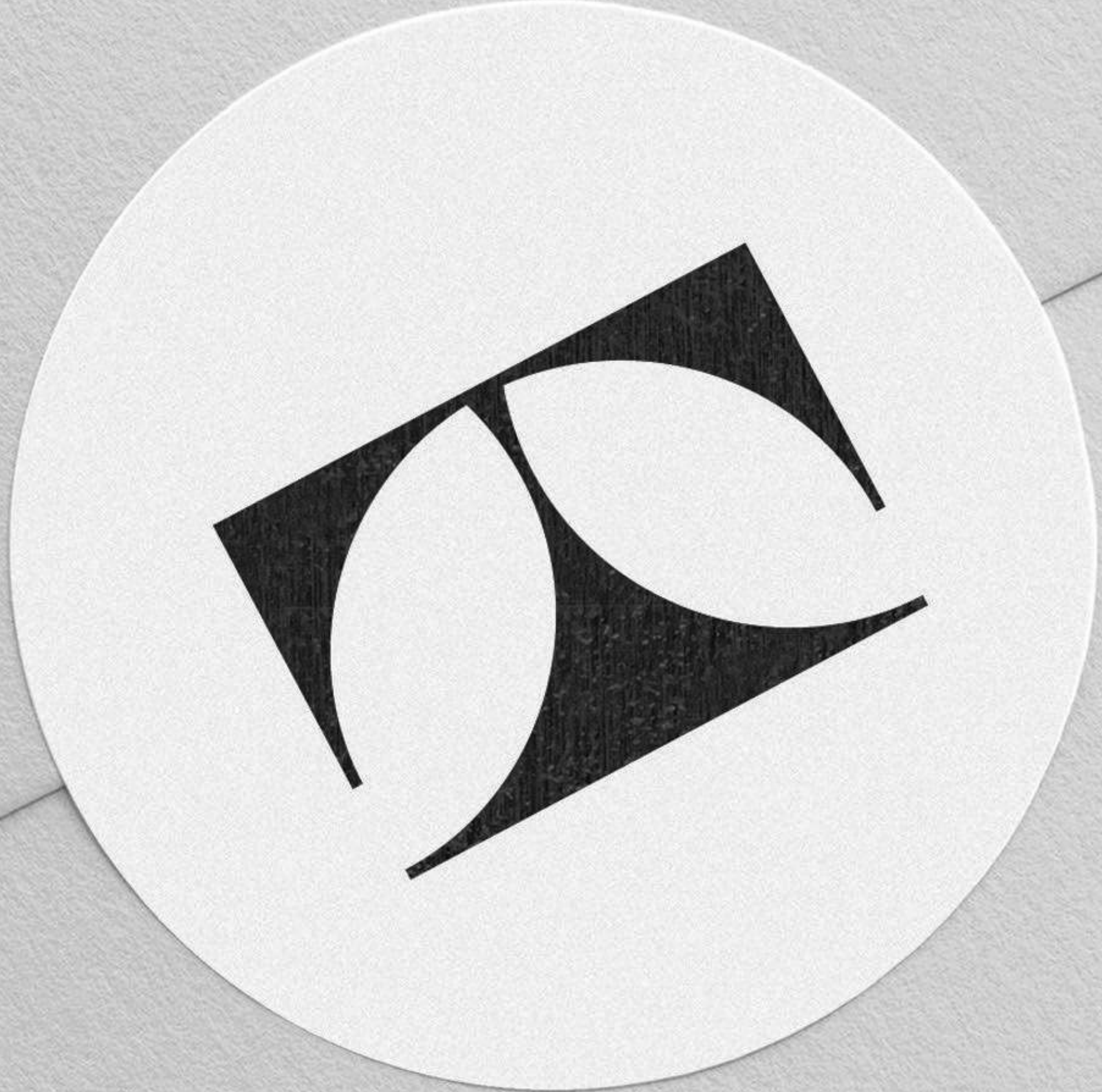
ТЕССИНСКИЙ, 1





СИНСКИЙ, 1

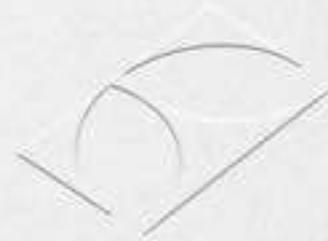






ТЕССИНСКИЙ, 1

г. Москва, Ленинский пр-т, 15А, +7 495 363-22-44,
www.insigma.ru









ТЕССИНСКИЙ, 1

ТЕССИНСКИЙ, 1







ТЕССИНСКИЙ, 1

ТЕССИНСКИЙ, 1

ТАМ, ГДЕ ГЛАВНОЕ
ОТКРЫВАЕТСЯ ИЗБРАННЫМ

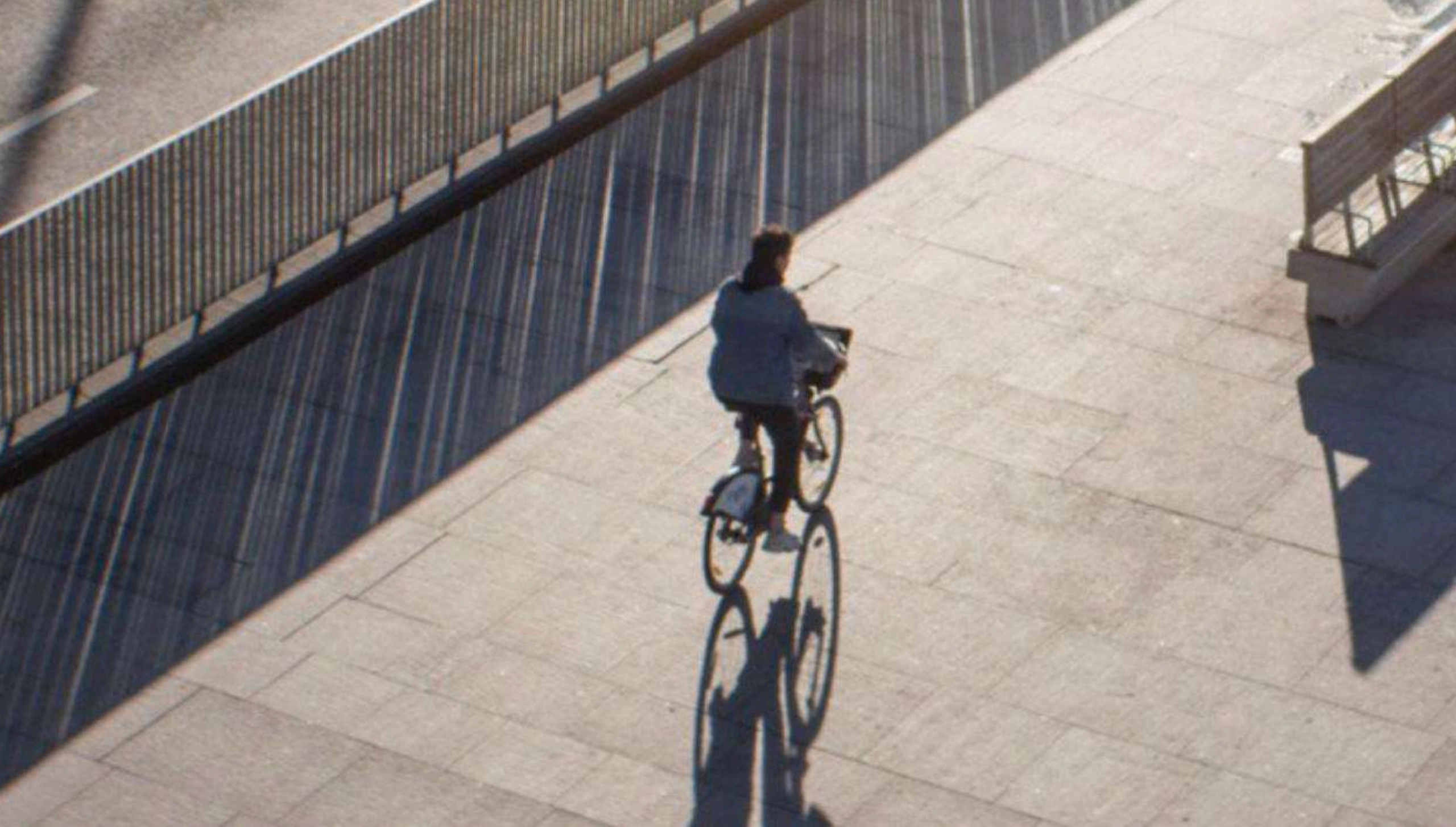
71 квартира
в историческом
центре

ПОДРОБНЕЕ



NV9

Location Lovers



Фильм «Ода Китай-городу» снят бренд-студией Duga в рамках репозиционирования жилого комплекса NV9. Премьерный показ состоялся на презентации обновленного стиля и новой коммуникационной концепции проекта на Николоворобинском, 9. Новая коммуникация должна создавать добавочную стоимость проекту и обосновывать его цену для покупателя.

Аудит продаж и коммуникации проекта показал несостоятельность позиционирования проекта. Слабость бренда «АртКвартал» наложилась на низкую осведомленность покупателей о районе: историческая местность Гостиной горы (между набережной Яузы и ул. Воронцово поле), входящая в Китай-город, остается «слепым пятном» для покупателей премиальной недвижимости.

Чтобы исправить это, NV9 был перепозиционирован как дом, формирующий «фанатов места» — location lovers.

Столь атмосферных коммерческих съемок Китай-города никто еще не делал. Мы сняли фильм в документальной стилистике – атмосферный рассказ от первого лица, короткометражное признание в любви к своему району. Чтобы добиться этой эмоциональности, мы снимали в режимные утренние и закатные часы на анаморфотную оптику: Тарковский снимал этими объективами свой «Солярис». Выбор героев и изобразительных средств позволил нам воссоздать на экране творческую и богемную суть Китай-города, показать район живым и интересным – достойным внимания будущих location lovers, которые выберут NV9.

Фильм «Ода Китай-городу» стал одним из способов посмотреть на Китай-город глазами людей, которые давно живут здесь – и поэтому глубоко понимают и ценят этот район. Мы выбрали двух героев, чья жизнь связана с этой локацией – архитектора Ивана Шильникова и актрису Марию Русанову – и сняли район так, как видят его они.



11
КОНДА

У ДИПЛОМА

Корсаков

«Невеста»

Административный
районный центр



Малая Ордынка

Спрятан от всех,
найден для тебя



LAVENTINO

Гурма

Солнечный



Компания Smineх поставила перед нами задачу разработать платформу бренда и определить концепцию дальнейшей коммуникации для нового дома на Малой Ордынке с видом на Кремль.

Мы стартовали со всестороннего исследования и глубинного интервью с целевой аудиторией проекта. Портреты, привычки и мотивация аудитории задали основное направление платформы бренда. По итогам стратегического воркшопа с командой Smineх, мы остановились на идее privacy — «уважения к личному пространству и соблюдения его границ со стороны других».

Центральным посылом коммуникации стало представление о доме как месте уединения и отдыха, где можно отгородиться от суеты и тревог за его пределами. Именно эта идея воплотилась в слогане «Спрятан от всех, найден для тебя» и сообщении Privacy Included, ставшем еще одной важной линией в общении с аудиторией.

Мы представили дом как совершенный механизм, где все технологии и сервисы направлены на то, чтобы поддерживать чувство покоя и защищенности и охранять личное пространство.

Лаконичный дизайн также соответствует идее бренда. Важным элементом айдентики стала монограмма, значение которой понятно лишь избранным, заключенная в круг, намекающий на закрытость от внешнего пространства. Элегантные и спокойные цвета взяты из фасадных решений и создают целостный образ, а в окнах использован материал, не позволяющий заглянуть в них снаружи. Даже навигация по зданию устроена так, чтоб поддерживать дух privacy — при желании житель дома может избежать столкновения с другими людьми.

Малая Ордынка

Спрятан от всех, найден для тебя



Исследования



- Анализ проекта
- Маркетинговые исследования
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Интервью с командой
- Бенчмарки и тренды

1



Стратегия



- Стратегический воркшоп
- Платформа и стратегия бренда
- Коммуникационная стратегия
- Нейминг

2



Продукт

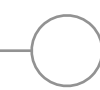


- Сервисы и продукты
- Навигация

3



Дизайн



- Айдентика
- Сайт
- Буклет
- Сувениры
- Носители
- Брендбук

4



Коммуникация



- Креатив
- Indoor
- Outdoor

5



Малая Ордынка

ДИВАНС

Малая Ордынка 19

+7 (495) 729 20 87 © Landmark development by **smindex**



Спрятан от всех. Найден для тебя. Малая Ордынка 19

+7 (495) 729 20 87 © Landmark development by **smindex**





Hidden from Everybody.
Found for You.

Малая Ордынка 19 — Спрятан от всех. Найден для тебя.

MO19_DISPLAY

АБВГДЕЁЖЗИЙКАМН
ОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрст
уфхцчшщъьэюя
1234567890 (* % & @ ? ₺)



PRIVACY







Malaya Ordynka 19

en/ru

Home

About

Hidden

Contact

Press

Contact

Privacy



WATCH ON YOUTUBE ▶

LESS IS MORE
BEAUTY TIPS



Found for you.

WATCH ON YOUTUBE

та расс... ав...
бования: Чер...
искаются. О...
Ко мно... час...
и состо... яв...
все, но не... ст...
ом.

... девушка. Об...
... была...
... благово...
... пример, то...
... красивая...
... предней шу...
... было о чем по...
... интересуют...
... «много», к кото...
... можно соверш...

... все ша...

... первой с...
... кафе...
... Этот спос...
... 25 лет. Д...
... счастья. Напр...
... кафе бесс...
... уют и отдых...

... возможно...
... на мне, что...
... России...
... больше, чем...
... очень быстро...
... Женщины...
... больше...
... важные...
... занимаюсь...
... время...
... на свадьбу...
... от 50 до 100...
... обстановка...
... лучше, чем...
... достаточно...



Спрятан от всех. Найден для тебя.

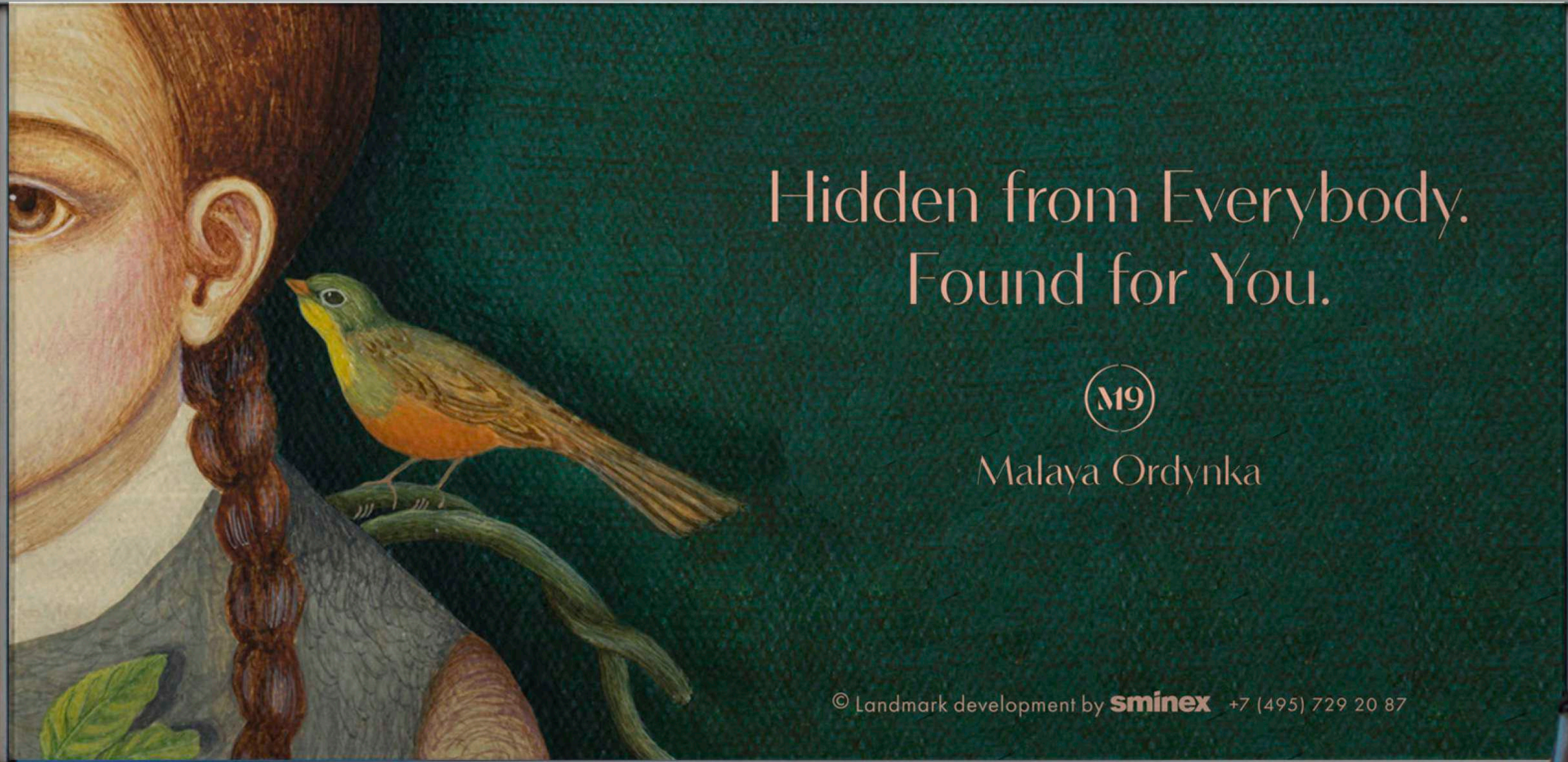
Приватность, своя территория, личное пространство... У слова Privacy, хорошо известного в Европе, нет точного перевода на русский язык. Зато теперь у него есть точный адрес: ул. Малая Ордынка, дом 19.

Тихая историческая улица Замоскворечья, где почти нет ни прохожих, ни автомобилей. Закрытый внутренний двор с приватными уголками для отдыха и неторопливых бесед. Собственные веранды, выходящие во двор. Сервис здесь настолько ненавязчив, что кажется невидимым. Здесь вас никто не потревожит.

© Landmark development by **smindex** +7 (495) 729 20 87, SMINDEX.COM



Малая Ордынка



Hidden from Everybody.
Found for You.

M19

Malaya Ordynka

© Landmark development by **smindex** +7 (495) 729 20 87





Hidden from Everybody.
Found for You.

M19

Malaya Ordynka

© Landmark development by **smínex** +7 (495) 729 20 87

19 правил Privacy

1

«В русском языке
отсутствует перевод
слова Privacy»

— президент гольф-клуба, Виктор Сафронов

М9 Малая Ордынка

SMINEX.COM
+7 (495) 729 20 87



© Landmark development by
smindex

19 правил Privacy

4

Возможность побыть
одному самая дорогая
вещь в современном мире.

— владелец арт-галереи Gridchin Hall, Гридчин Сергей

М9 Малая Ордынка

SMINEX.COM
+7 (495) 729 20 87



© Landmark development by
smindex

Roza Rossa

АВТОРСКИЙ ДОМ

Компания KR Properties предложила нам разработать буклет и новую рекламную кампанию для пентхаусов Roza Rossa. Нам предстояло решить проблему позиционирования проекта — предыдущие коммуникации представляли дом безликим объектом элитной недвижимости и не вызывали достаточного отклика у потенциальных клиентов.

Мы провели кабинетные исследования, которые помогли определить истинного покупателя Roza Rossa. Это люди, выбирающие комплекс по той же причине, по которой они выбирают Apple, Bang & Olufsen, Ligne Roset и Vacheron Constantin.

В основе их мотивации — стремление эстетизировать собственную жизнь. Тот, кто выбирает чистое пространство площадью 300 м², игнорирует любые рациональные доводы.

Портрет клиента позволил нам разработать три концепции рекламной кампании, рекламные макеты, креативный копирайт, генеральный слоган и буклет. Мы представили Roza Rossa как авторский дом для избранного круга, уникальный проект Пьеро Лиссони — мэтра минимализма, последователя Дитера Рамса с его генеральным принципом less is more. В основу нового key visual бренда легла эстетика post-luxury, подчеркивающая тонкий вкус автора и клиентов проекта.

Roza Rossa

Авторский дом



Исследования



- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов

1



Стратегия



- Слоган и дескриптор бренда

2



Продукт



3



Дизайн



- Буклет

4



Коммуникация



- Креатив
- Рекламные макеты

5



Roza Rossa



ТИПОЛОГИЯ

30

ТИПОЛОГИЯ

31

Насыщенный
Интерьер
с акцентом
на темные
дерево и
металлические
элементы

Dark Mood





АРХИТЕКТОР

19

«Я, БЕЗУСЛОВНО, НЕ СОЗДАВАЛ ПРОЕКТ ДЛЯ ВСЕХ.
Я СПРОЕКТИРОВАЛ ROZA ROSSA ДЛЯ ИЗБРАННОГО КРУГА
ЛЮДЕЙ, КОТОРЫМ ИНТЕРЕСНО ЖИТЬ ПО-ДРУГОМУ.»

Piero Lissoni

LIFE STYLE

37—45



Три независимых лобби
с дизайном от Лиссоли

Из внутреннего двора Roza Rossa лобби и жилую часть здания видно через три независимых друг от друга лобби. Они скрывают видение пространства здания и его интерьеры — порталы двойных стеклянных дверей ведут в спроектированную Лиссоли пространства, лобби. Выглядящие в единой стилистике, лобби открывают друг от друга по диагонали и позволяют для взгляда. Стены консольной, сделанные из черного дерева, керамики и мебели, созданы Рубеном Лиссоли, — создают эффект единства с дизайном интерьеров бутик-апартаментов. Roza Rossa — продолжение одного вектора, каждая из пространств является продолжением стали и общей концепции комплекса.



Исключительный
опыт жизни. Каждый
день.

RR.

БУТИК-АПАРТАМЕНТЫ В ХАМОВНИКАХ В СТИЛЕ ИТАЛЬЯНСКОГО МИНИМАЛИЗМА — ЭТО ROZA ROSSA. СОБСТВЕННЫЙ СПА-ЦЕНТР, БАССЕЙН, ГАЛЕРЕЯ РЕСТОРАНОВ И МАГАЗИНОВ, ФИТНЕС-КЛУБ, ВНУТРЕННИЙ ДВОР С УНИКАЛЬНЫМ ЛАНДШАФТОМ, ТЕРРАСЫ НА КРЫШАХ И ВИДЫ НА ИСТОРИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ИЗ КАЖДОГО АПАРТАМЕНТА, И ГЛАВНОЕ — КРУГЛОСУТОЧНЫЙ СЕРВИС «ЗОЛОТЫХ КЛЮЧЕЙ» МЕТРОПОЛЬ-ОТЕЛЯ.



МОЖНО
ПРОСПАТЬ
ВАЖНУЮ
ВСТРЕЧУ

Можно
быть собой



ROZAROSSA

Deluxe-апартаменты
в Хамовниках



МОЖНО ЗАБЫТЬ ПРО ТЕЛЕФОН

Можно быть собой



ROZAROSSA

Deluxe-апартаменты
в Хамовниках



МОЖНО НЕ БЫТЬ ГЕРОЕМ

Можно быть собой



ROZAROSSA

Deluxe-апартаменты
в Хамовниках



Сейчас



*вместо
завтра*



ROZAROSSA

*Deluxe-апартаменты
в Хамовниках*



Отдых *вместо*
работы

ROZAROSSA deluxe-апартаменты
в Хамовниках

rozarossa.ru



rozarossa.ru

Ценности *вместо* цен

deluxe-апартаменты
в Хамовниках

ROZAROSSA

Art Residence

Living in the Art of Moscow



Art Residence — дизайнерский комплекс премиум-класса в центре Москвы, в двух шагах от Тверской. Каждый дом комплекса — уникальный арт-объект, синтез конструктивистского винтажа и новейших архитектурных решений.

К началу нашей работы над проектом название Art Residence уже существовало. Нам предстояло понять, что же такое Art Residence для самого застройщика STONE HEDGE, какова целевая аудитория проекта и как выстроить с ней грамотную коммуникацию. Кроме того, нужно было разработать платформу бренда, которая бы полностью соответствовала желаниям аудитории, и продумать концепцию дизайна, включая все рекламные носители.

Мы тщательно проанализировали рынок, конкурентную среду и ценности аудитории, ядро которой составляют космополиты и экспаты с опытом инвестиций в искусство. В результате, абстрактная идея «искусства» в основе проекта обрела привлекательное для клиентов наполнение — рациональное, связанное с инвестициями в недвижимость как в объект современного искусства, и эмоциональное, представляющее искусство как стиль жизни.

В процессе развития концепции в проекте появилась уникальная должность арт-директора, отвечающего за культурную жизнь квартала, готового помочь с дизайном интерьеров и проконсультировать жителей по вопросам, связанным с искусством. А разработанная нами платформа бренда определила прочие его составляющие: айдентику, сайт, рекламную стратегию, систему навигации, особенности продуктового и сервисного предложения. И, конечно, слоган Living in the Art of Moscow.

Жилой комплекс вошел в список лучших объектов недвижимости 2017 года, а премия «Рекорды рынка недвижимости» признала его «Малоэтажным комплексом №1». Проект победил на RREF AWARDS-2017 в номинации «Элитное жилье» и получил награду в номинации «Лучшие апартаменты» European Property Awards 2017–2018.

Art Residence

Living in the Art of Moscow



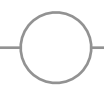
Исследования

Стратегия

Продукт

Дизайн

Коммуникация



- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Анализ конкурентов
- Портрет аудитории
- Бенчмарки и тренды

- Платформа и стратегия бренда
- Слоган бренда

- Сервисы и продукты
- Навигация

- Айдентика
- Буклет
- Носители
- Брендбук

- Сайт
- Сувениры

- Рекламные материалы

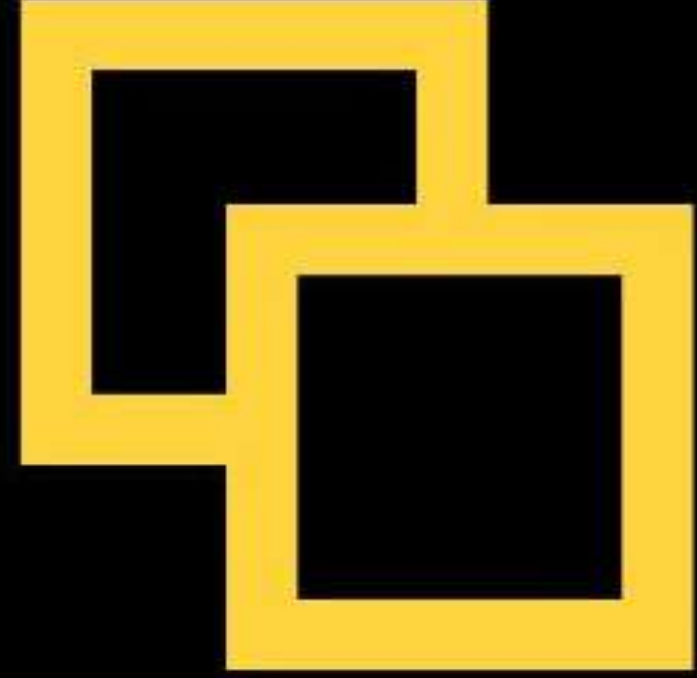
1

2

3

4

5



ART 
RESID
ENCE.®



ART  [®]
RESIDENCE



LIVING IN THE ART OF MOS- COW



Единственный в мире жилой комплекс
с Арт-директором.

Уникальн Арт-директор вместе с экспертами по организации жизни, которые помогут вам выбрать стиль жизни, который вам подходит. Мы предлагаем вам жить в Москве, а также предоставить вам все необходимое для комфортной жизни.

ART RESIDENCE GET INSPIRED!



INVEST IN ART OF REAL ESTATE

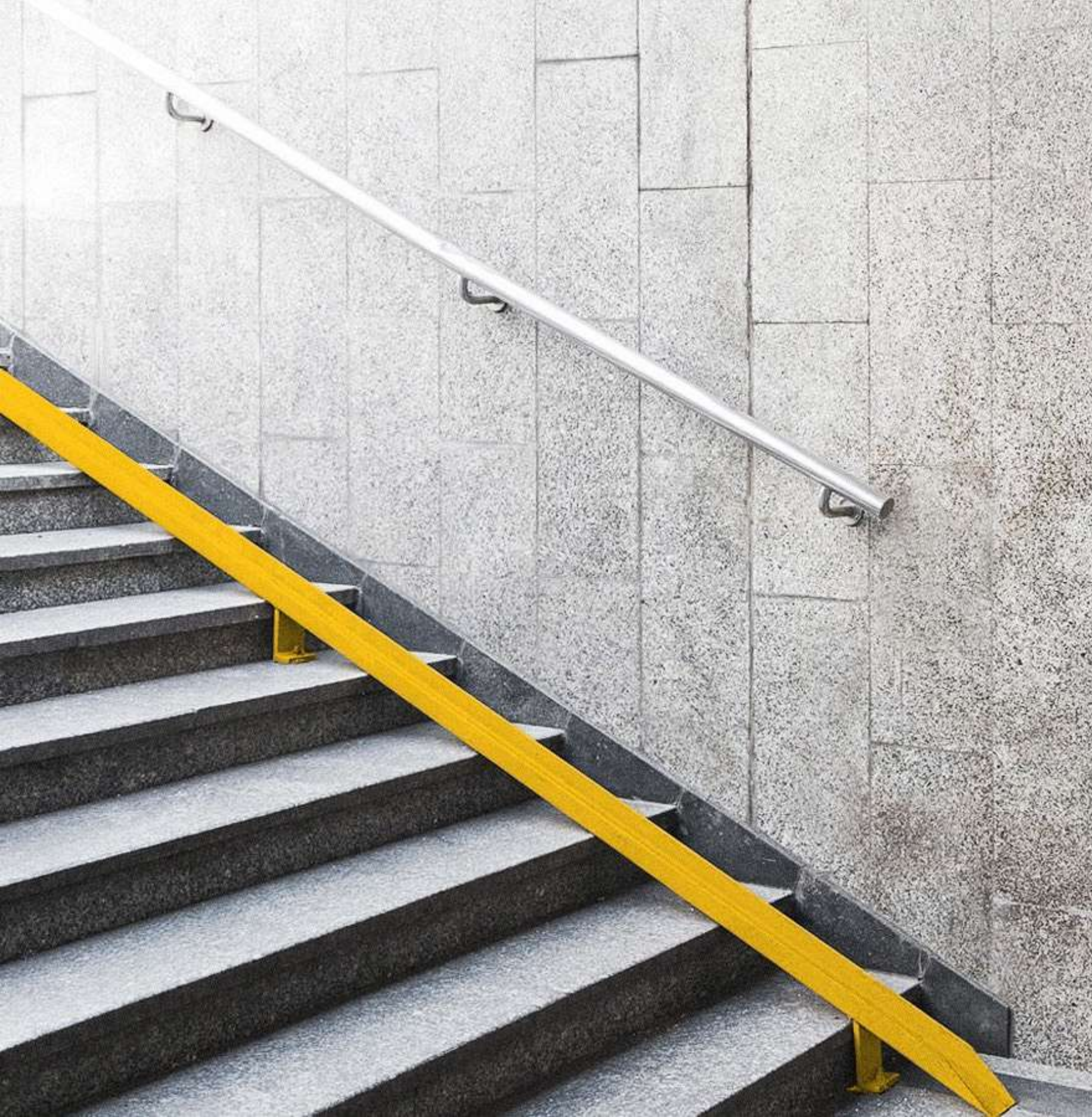


Единственный в мире жилой комплекс
с Арт-директором.

Уникальн Арт-директор вместе с экспертами по организации жизни, которые помогут вам выбрать стиль жизни, который вам подходит. Мы предлагаем вам жить в Москве, а также предоставить вам все необходимое для комфортной жизни.

ART RESIDENCE GET INSPIRED!





ART
RESIDENCE.



BEDROOM
ПРОСТРАНСТВО
ART RESIDENCE

ART RESIDENCE **GET INSPIRED!**

Квартиры Art Residence отличаются удобной транспортной доступностью. В нескольких минутах ходьбы находится станция метро «Ботанический сад» и Белорусский вокзал. Также отсюда отправляются экспресс-поезда в международный аэропорт Шереметьево и прямые поезда в большинство европейских столиц. С Москвой можно не только легко выехать, но и вернуться от проблем москвички

любая в любое время Москвы, во все столицы Европы и не только. Удобство размещения на линии метрополитена обеспечивает сразу семь крупных магистралей: ул. Тверская, Белоярская, Новая Белоярская, Бульварный Вал, Прудиный Вал, Дмитровское шоссе и Ленинградский проспект.

artresidence.ru

KITCHEN ПРОСТРАНСТВО ART RESIDENCE

artresidence.ru

ART RESIDENCE GET INSPIRED!

Квартал Art Residence отличается удобной транспортной доступностью. В пяти минутах ходьбы находится станция метро «Белорусская» и белорусский вокзал, откуда отправляются аэроэкспрессы в международный аэропорт Шереметьево и прямые поезда в большинство европейских столиц. С «Белорусской» на метро можно вне зависимости от пробок мгновенно

попасть в любую точку Москвы, во все столичные аэропорты и на вокзалы. Удобство перемещения на личном автотранспорте обеспечивают от сразу семь крупных магистралей ул. Тверская, Вогова, Новая Бакиловка, Бутырский Вал, Грузинский Вал, Дмитровское шоссе и Ленинградский проспект.





GET INSPIRED!

ART  RESIDENCE

О ПРОЕКТЕ



Смотреть
3D панорамы



Скачать
презентацию



ГАЛЕРЕЯ

ДИЗАЙНЕРСКИЕ АПАРТАМЕНТЫ В СЕРДЦЕ МОСКОВСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ

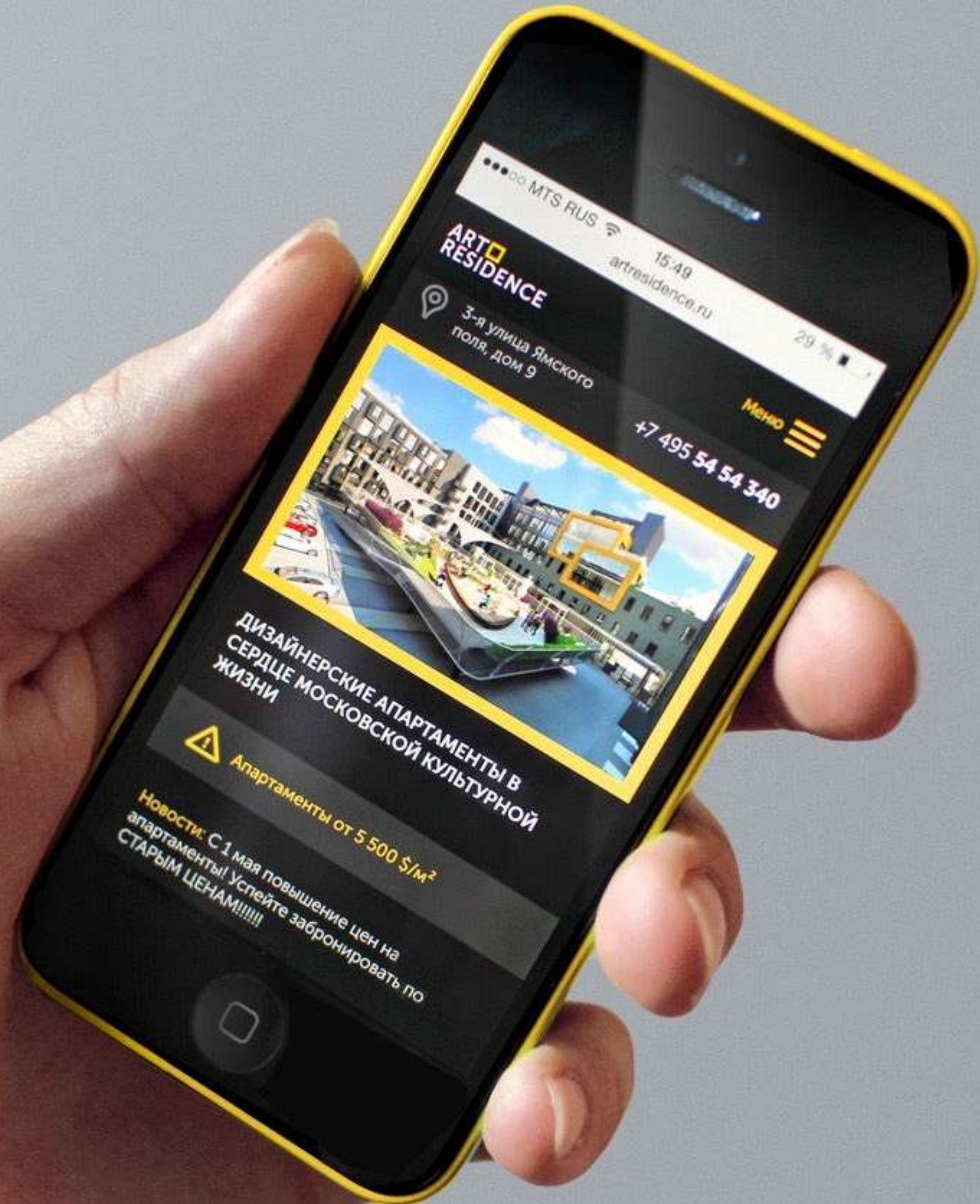
РИТЕЙЛ



Апартаменты
от 250 000 руб./м²

Новости: С 1 декабря повышение цен на апартаменты!
Успейте забронировать по старым ценам.

АПАРТАМЕНТЫ



MTS RUS 15:49 artresidence.ru 29%

ART RESIDENCE

3-я улица Ямского поля, дом 9

Меню +7 495 54 54 340



ДИЗАЙНЕРСКИЕ АПАРТАМЕНТЫ В СЕРДЦЕ МОСКОВСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ

Апартаменты от 5 500 \$/м²

Новости: С 1 мая повышение цен на апартаменты! Успейте забронировать по СТАРЫМ ЦЕНАМ!!!!!!



A1.1
Идентификаторы
комплекса

A1.2
Идентификаторы
входов

A1.3
Идентификатор
входа в ритейл

A1.4
Идентификатор
ритейла

A2
Карта
комплекса

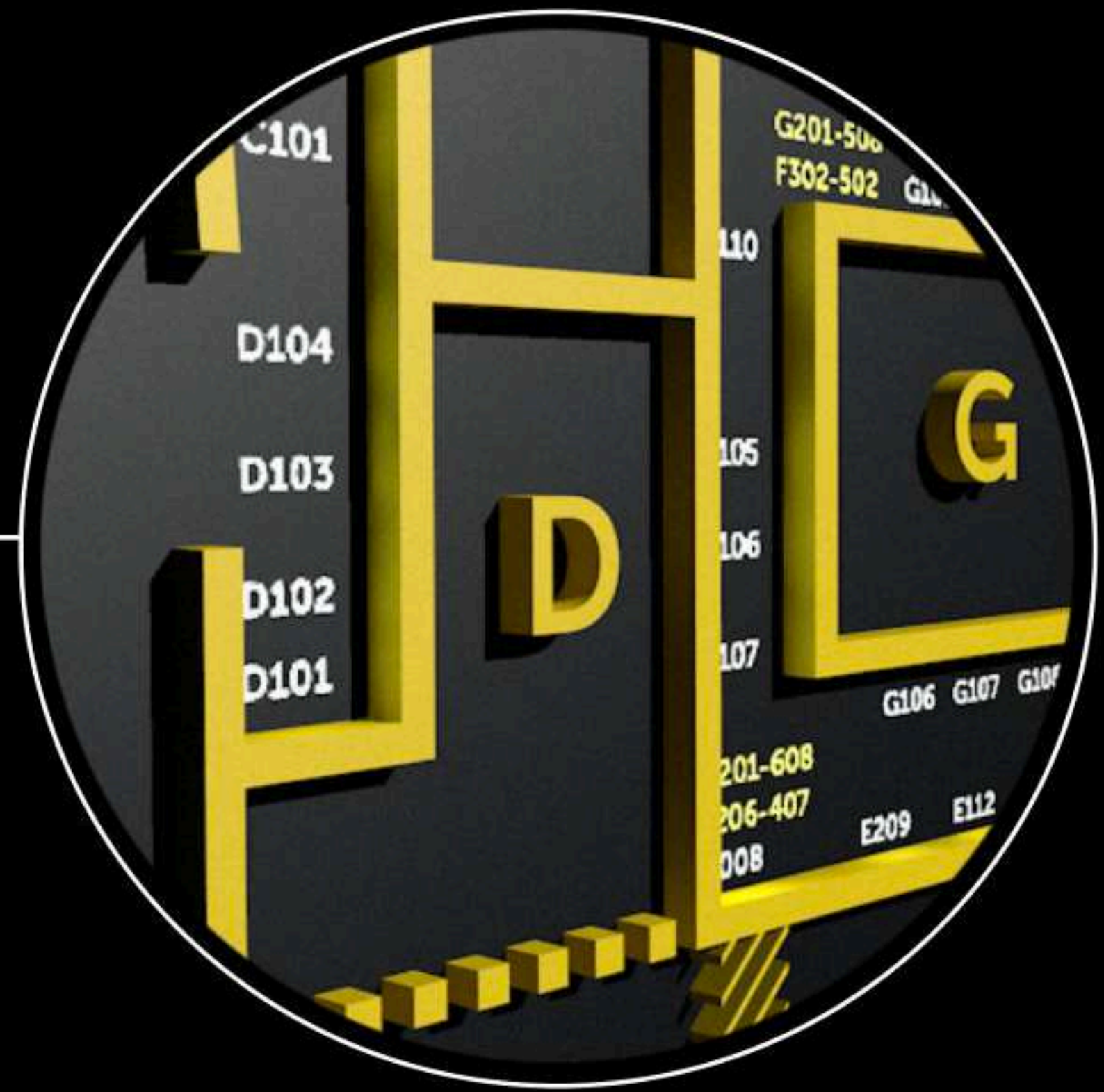
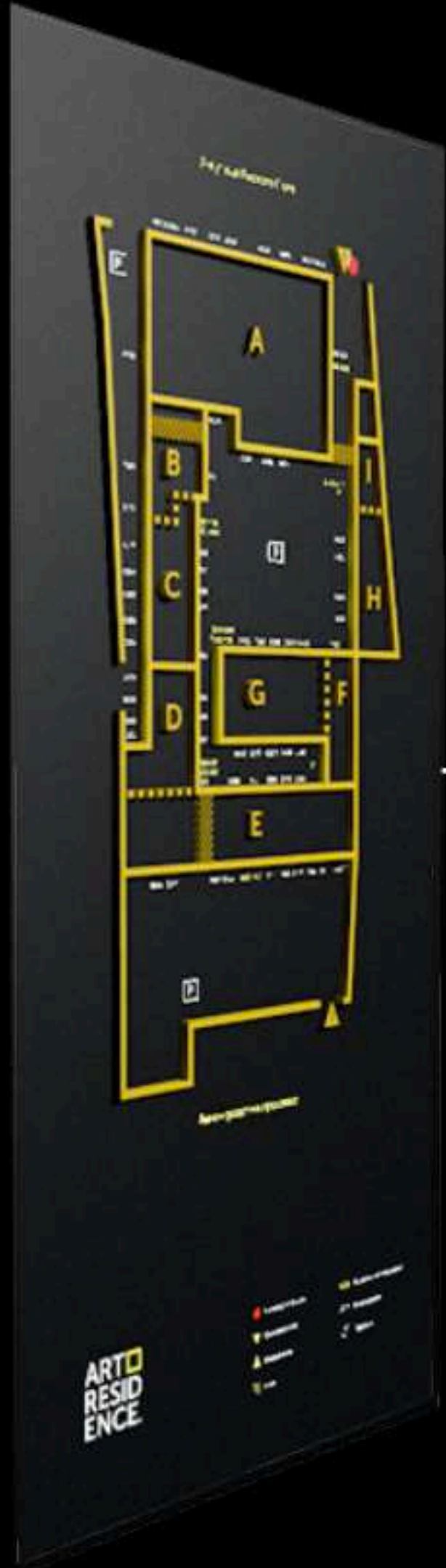
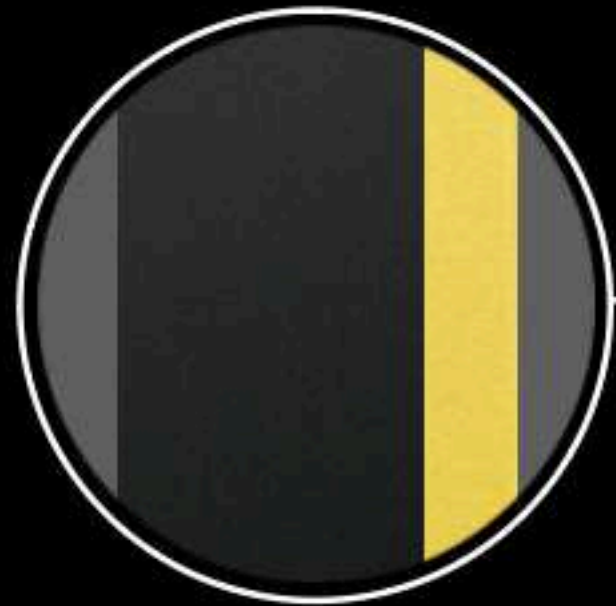
A3
Идентификаторы
строений

A4
Указатели
направления
движения

A5
Идентификаторы
жилых
помещений

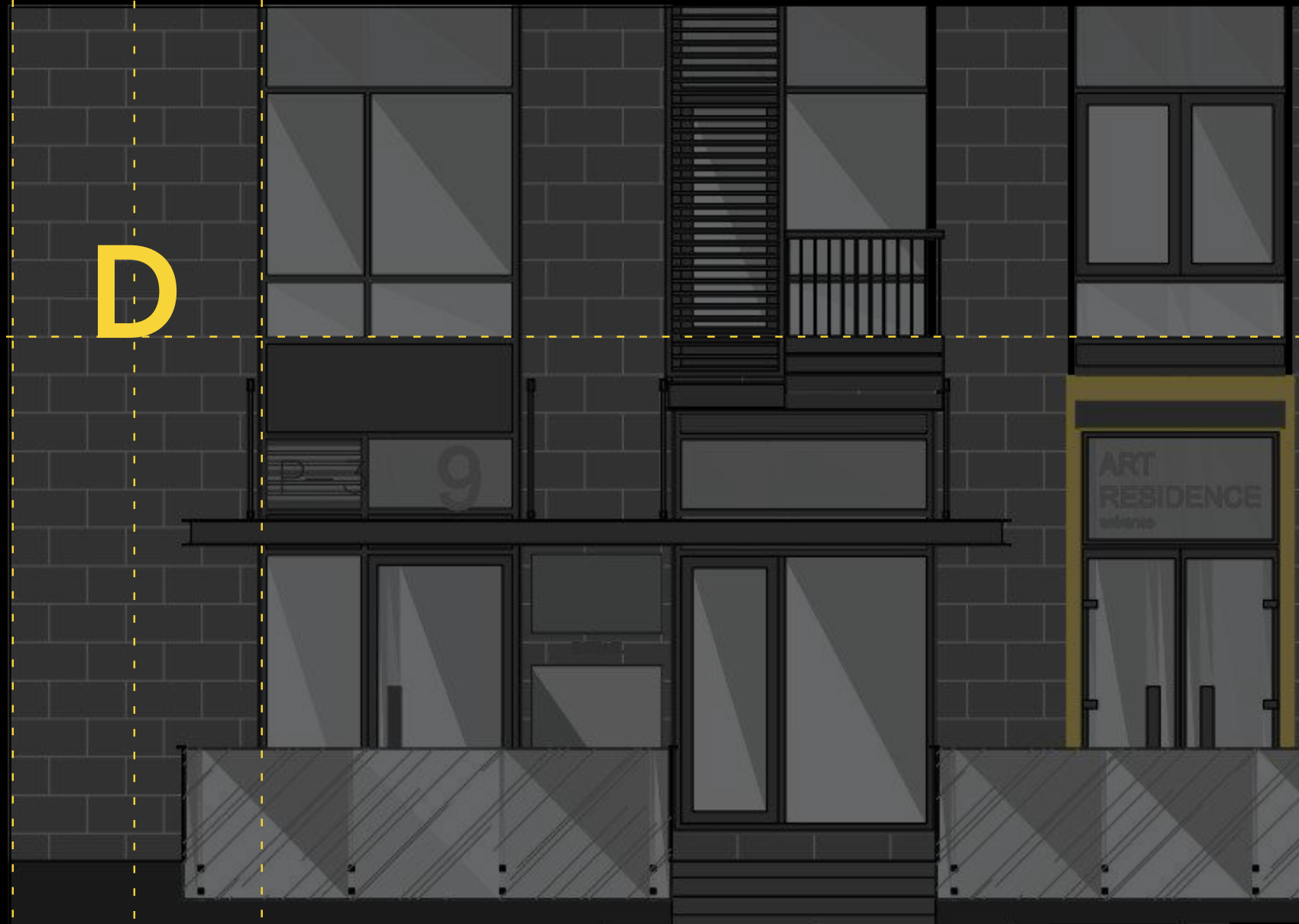
A6
Идентификаторы
на этажах

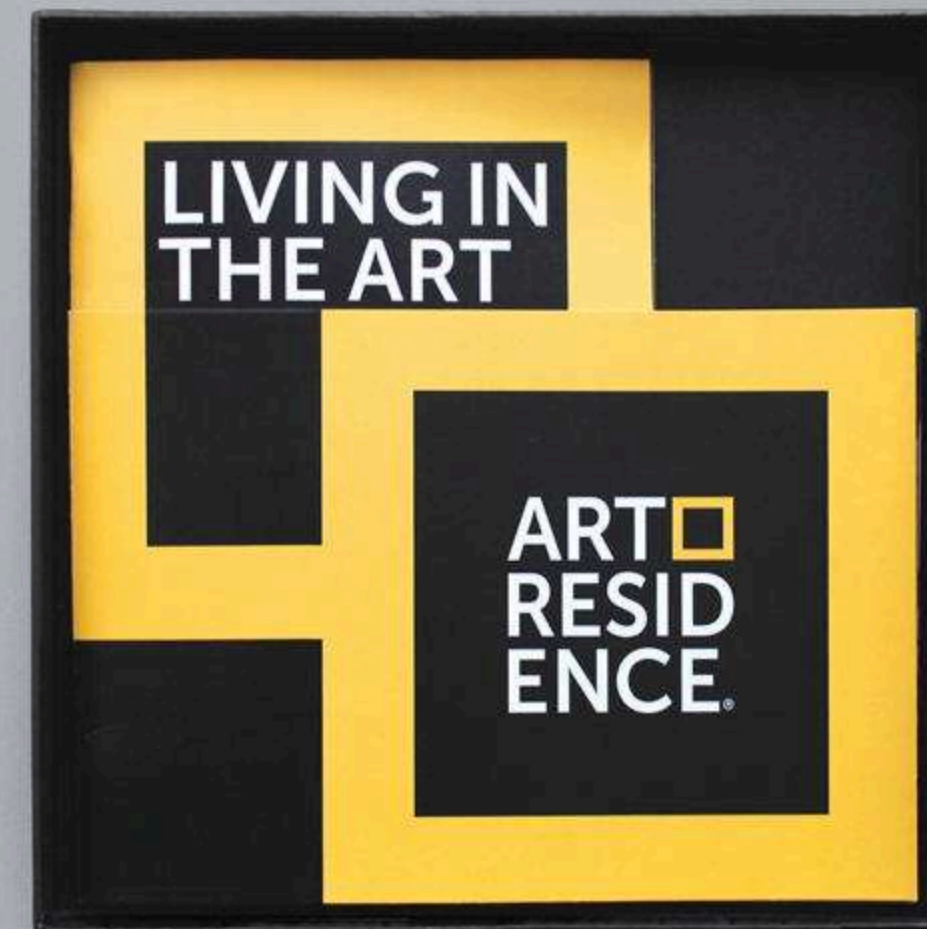
A7
Идентификаторы
апартаментов



1/2 1/2

D







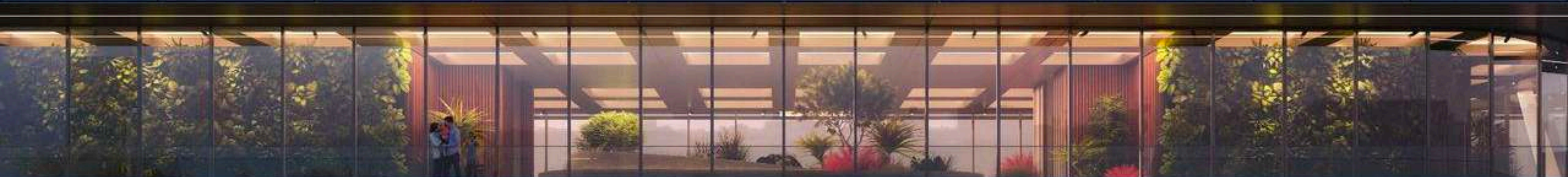


Нам приятно видеть как бренд живет и развивается. Art Residence существует уже 5 лет и продолжает быть пространством искусства, где живут люди, ценящие эстетику. Также по нашей задумке и инициативе была создана должность арт-директора внутри комплекса, готового помочь с дизайном интерьеров или проконсультировать жителей по вопросам, связанным с искусством, таким образом продолжая подтверждать свое позиционирования как арт-квартала.



Tatlin

Дом над
временем



Компания Vesta Development обратилась к нам за разработкой сильного бренда, достойного уникального объекта в Басманном районе: историческое здание телефонной станции дополнили современной функциональной архитектурой так, что оно превратилось из промышленного объекта в жилое пространство. В наши задачи входили нейминг проекта, создание бренд-платформы, коммуникационных носителей бренда, сайта и имиджевых рекламных флайтов. Мы должны были одновременно сохранить связь объекта с историей российского авангарда и подчеркнуть его инновационность.

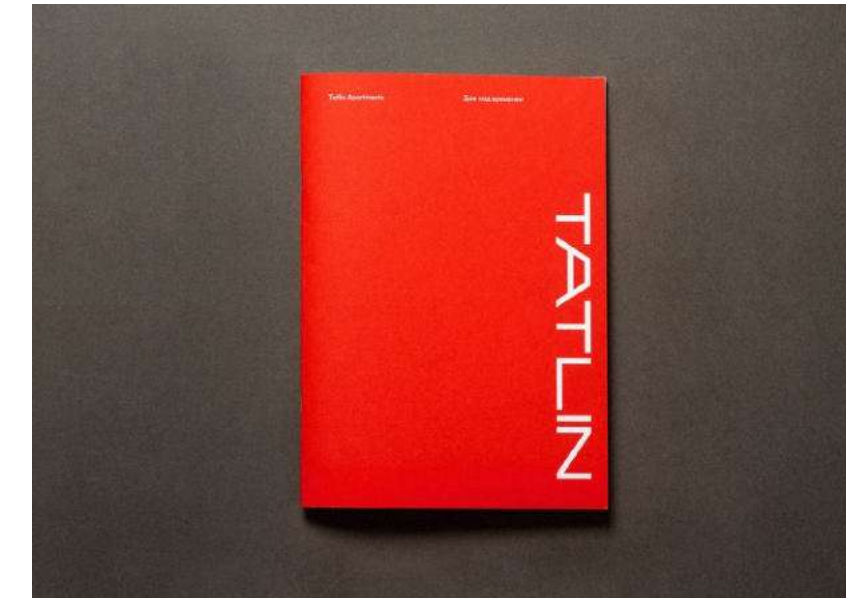
Мы провели серию исследований и решили назвать дом в честь Владимира Татлина, родоначальника конструктивизма. Tatlin — дом, отвечающий идеалам своего тезки. Это манифест новой Москвы — эффектная, смелая и совершенно новая архитектура с уважением к истории места.

Помимо ассоциаций с конструктивизмом, идея названия имени с его звучной литерой «Т» отсылает нас к Т-образной форме здания. В его архитектурной основе — целое созвездие смыслов. Это и отсылка к технологичности проекта (Т — technology), и космополитичная открытость (Т — transparency), и акцентированная связь времен (Т — time). Так появился образ «Дома над временем».

Во всех коммуникациях мы подчеркнули практические и эстетические преимущества объекта — расположение, инфраструктуру, архитектурные решения, разработанные лондонским бюро, и целый этаж здания, занятый парком. При этом в тизерной рекламе мы использовали слоганы, язык которых напрямую отсылает к дерзкой философии русского авангарда.

Tatlin

Дом над временем



Исследования

Стратегия

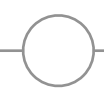
Продукт

Дизайн

Коммуникация



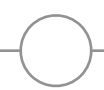
- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Анализ конкурентов
- Портрет аудитории
- Бенчмарки и тренды



- Стратегический воркшоп
- Платформа и стратегия бренда
- Нейминг и слоган

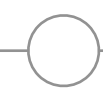


- Сервисы и продукты
- Офис продаж
- Навигация



- Айдентика
- Буклет
- Носители
- Брендбук

- Рендеры
- Сайт
- Сувениры



- Креатив
- Продакшн
- Outdoor
- Digital

1

2

3

4

5

TATLIN



АРХИТЕКТУРА ФОРМИРУЕТ КУЛЬТУРУ

В архитектурном мире здания не существуют в отрыве от городов, как и города не существуют без архитектуры. Через ритуальную технологию и уважение к истории — есть основа современной формы. Актуализирует наследие и программирует его новую жизнь, форма должна быть дополнена технологичным содержанием, чтобы отвечать на вызовы и быть включенной в современный городской контекст. Мы программируем будущее сейчас.

TATLIN



С
Х

ДОМ
НАД
ВРЕМЕНЕМ

TATLIN

НАШЕМУ
ГОРОДУ
НЕ ХВАТАЕТ
СМЕЛОЙ
АРХИТЕКТУРЫ

TATLIN

ДОМ
НАД
ВРЕМЕНЕМ

Э
ЖЭ

TATLIN

АРХИТЕКТУРА
ФОРМИРУЕТ
КУЛЬТУРУ

TATLIN

ДОМА,
КАК ЛЮДИ,
НЕ ТЕРПЯТ
ОДНООБРАЗИЯ

TATLIN

Э
ЖЭ







TATLIN



Tatlin Apartments

Дом над временем

TATLIN

Tatlin Apartments
Расположение

1



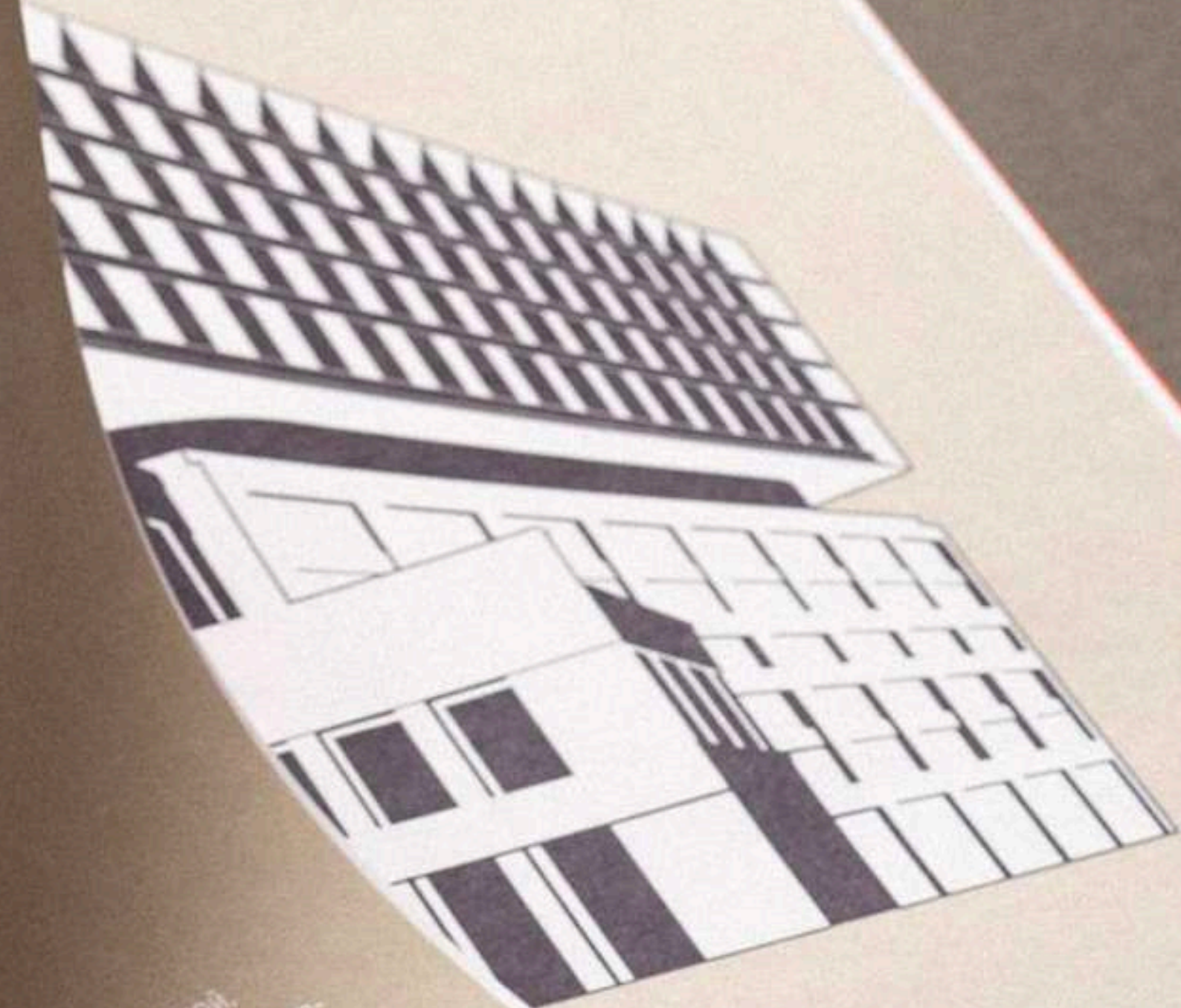
Tatlin Apartments – это современный дом, расположенный в Басманном районе Москвы.

Басманье улицы в XIX веке называли благородным предместьем. Здесь жили представители известных семей и творческая интеллигенция.

Сегодня это один из самых живых столичных районов, с особым ритмом и развитой инфраструктурой, необходимой горожанину.



Все лоты продаются с отделкой.
Будущему владельцу на этапе покуп-
ки нужно определиться с главными
параметрами – площадью, nearby
балкона или террасы
и отделкой интерьера.



Tatlin Apartments Премьерство

Виды на город



Панорамное остекление с практически незаметными профилями создает ощущение единства с городом. Жители апартментов смогут с высоты наблюдать за жизнью Москвы.

С верхних этажей Tatlin Apartments открываются виды на Елоховский собор, Москва-сити и столичные высоты, на весь район бывшей Немецкой слободы и перспективу Бауманской улицы.

Владимир Татлин и эпоха конструктивизма

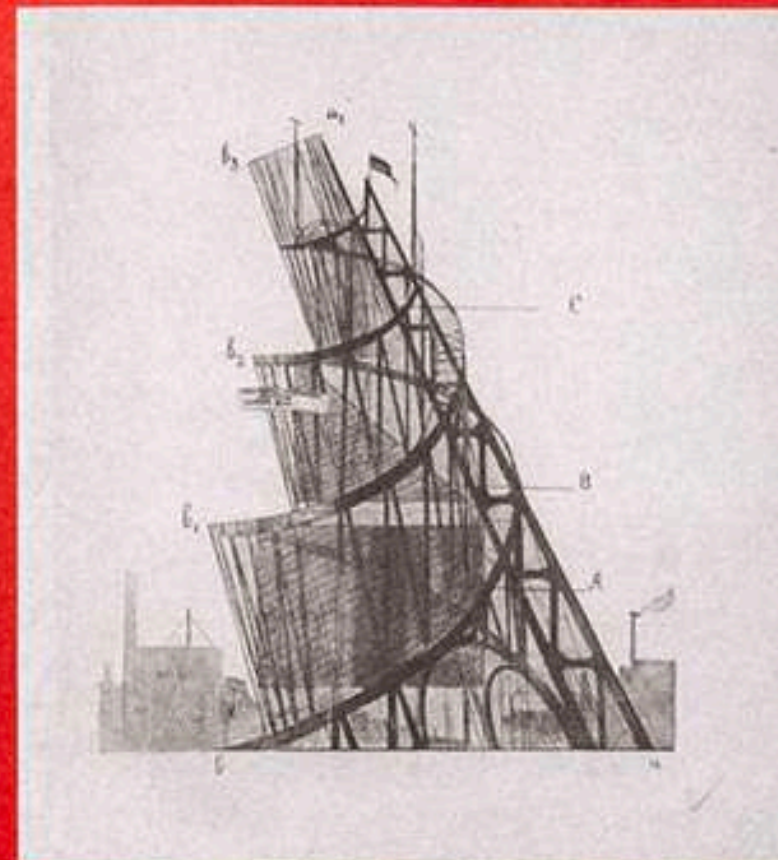
Владимир Татлин – один из лидеров русского авангарда, сторонник функционализма и основоположник конструктивизма.

Оппонент Малевича, Татлин настаивал на связи искусства с жизнью, утверждая, что необходимо «ставить глаз под контроль осознания», в то время как Малевич настаивал на значении формы и цвета. Существует исторический анекдот о том, как Татлин выбил стул из-под Малевича, предложив ему посидеть на геометрии и цвете.

Известная во всем мире Башня Татлина, первоначально названная автором «Проект монументального памятника, посвященного III Интернационалу», спроектирована в форме двойной спирали высотой до 400 метров с тремя огромными вращающимися геометрическими объемами внутри. Проект не был реализован в силу своей технической сложности. Башня превратилась в символ конструктивизма, став источником вдохновения для художников XX века и современности.



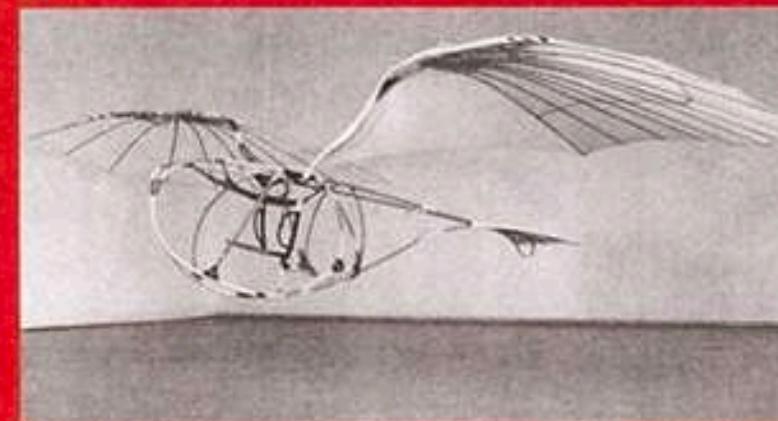
01.
Живописный рельеф, 1916



02.
Помещение III Интернационала, 1920
Чертеж

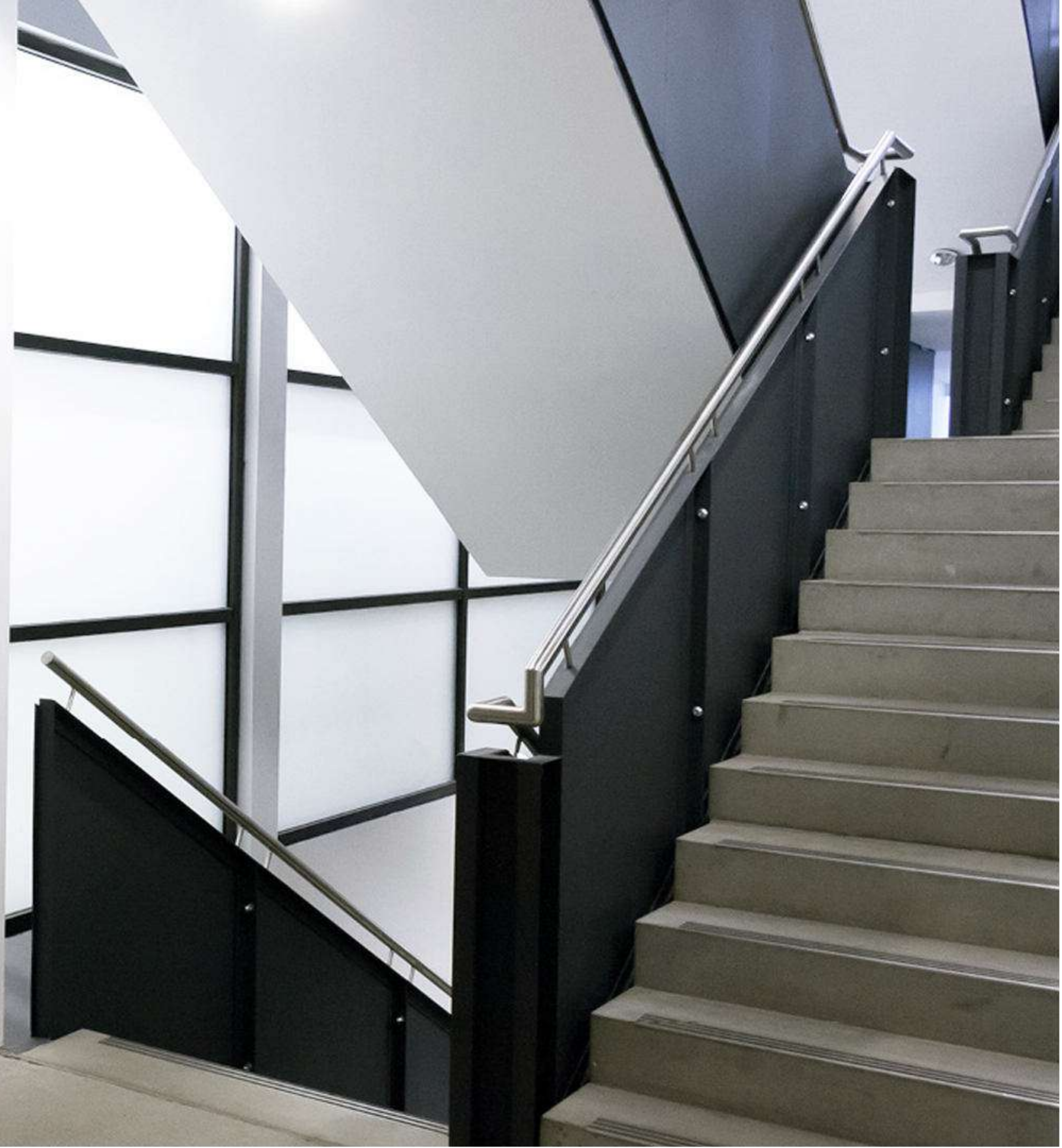


03.
«Контр-рельеф», 1916
Покрашенное красное дерево, железо, цинк



04.
«Летательный аппарат», 1929–1932
Инженерно-скульптурная конструкция

1





Soho + Noho

ЖИЗНЬ В ЦЕНТРЕ

ВОЗМОЖНОСТЕЙ



Застройщик Wainbridge пришел к нам с новым объектом, расположенным в самом центре деловой активности — неподалеку от метро «Белорусская» и Белой площади. Нам предстояло создать бренд для клубного дома. Задачу усложняла еще одна особенность локации — близость железной дороги. Чтобы вывести объект на рынок, нужна была сильная концепция и привлекательный набор сервисов.

Мы предложили комплексное решение: составить полный профиль потенциальных клиентов и проанализировать международные тренды, чтобы выстроить несколько гипотез для платформы бренда, разработать концепцию дизайна, брендбук, буклет и рекламные носители.

Ядро целевой аудитории проекта — топ-менеджеры международных компаний. Серия интервью помогла выявить их главный приоритет — эффективное распределение времени во всех сферах жизни. Они предпочитают экономить время на дорогу, чтобы потратить его на саморазвитие и общение. Кроме того, их привлекает модель жизни в западных мегаполисах. Например, в Нью-Йорке.

Первоначальное название комплекса «Твой Лесной» не отражало эти ценности. Разрабатывая альтернативу, мы вдохновились архитектурой комплекса из двух башен и предложили подчеркнуть их синергию отсылкой к двум культовым районам Манхэттена. NoHo — эпицентр делового мира, а SoHo — место жизни успешной нью-йоркской богемы. Район Белой площади с его развивающейся инфраструктурой и огромным потенциалом имеет все шансы стать и тем и другим.

Игра слов в названии SoHo + NoHo оказалась привлекательной для клиентов. Комплекс стал маленьким Манхэттеном в центре Москвы — местом, куда приятно возвращаться, где все свои и ты свой. Его динамика и философия как нельзя лучше отразились в слогане «Жизнь в центре возможностей».

Soho + Noho

Жизнь в центре возможностей

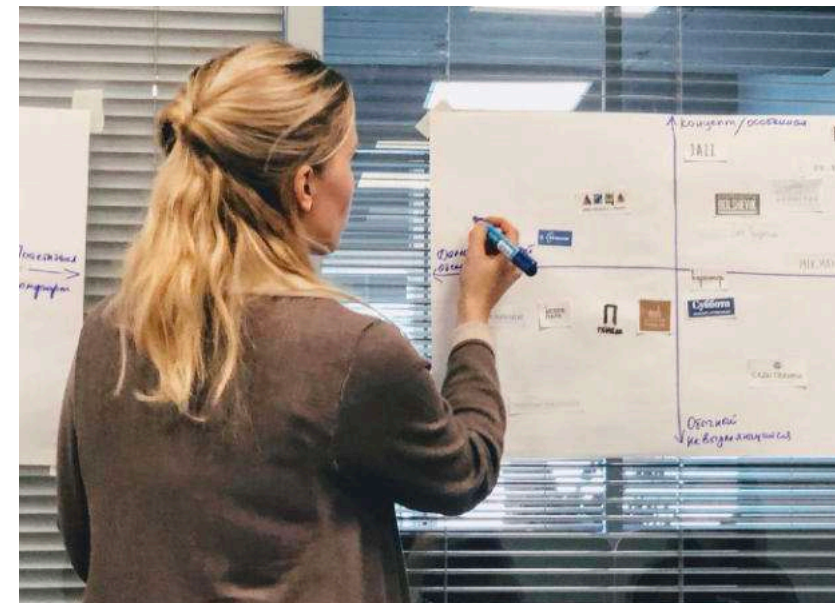


Исследования



- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Бенчмарки и тренды

1



Стратегия



- Стратегический воркшоп
- Платформа и стратегия бренда
- Нейминг и слоган

2



Продукт



- Брендинг офиса продаж

3



Дизайн



- Айдентика
- Буклет
- Носители
- Брендбук
- Сайт
- Хординг
- Сувениры

4



Коммуникация



- Креатив
- Продакшн
- Outdoor
- Digital

5

SOHO
NOHO #



SOHIO
NIOH





НОВЫЙ ФОРМАТ ЖИЗНИ НА БЕЛОРУССКОЙ

Характеризуется строгостью, геометризмом, лаконичностью форм и монолитностью внешнего облика. В архитектуре принципы конструктивизма были сформулированы в теоретических выступлениях М. Я. Гинзбурга, практически они впервые воплотились в созданном братьями А. А., В. А. и Л. А.

SOHO+
NOHO

+7 495 312 61 13
www.oneplusone.ru



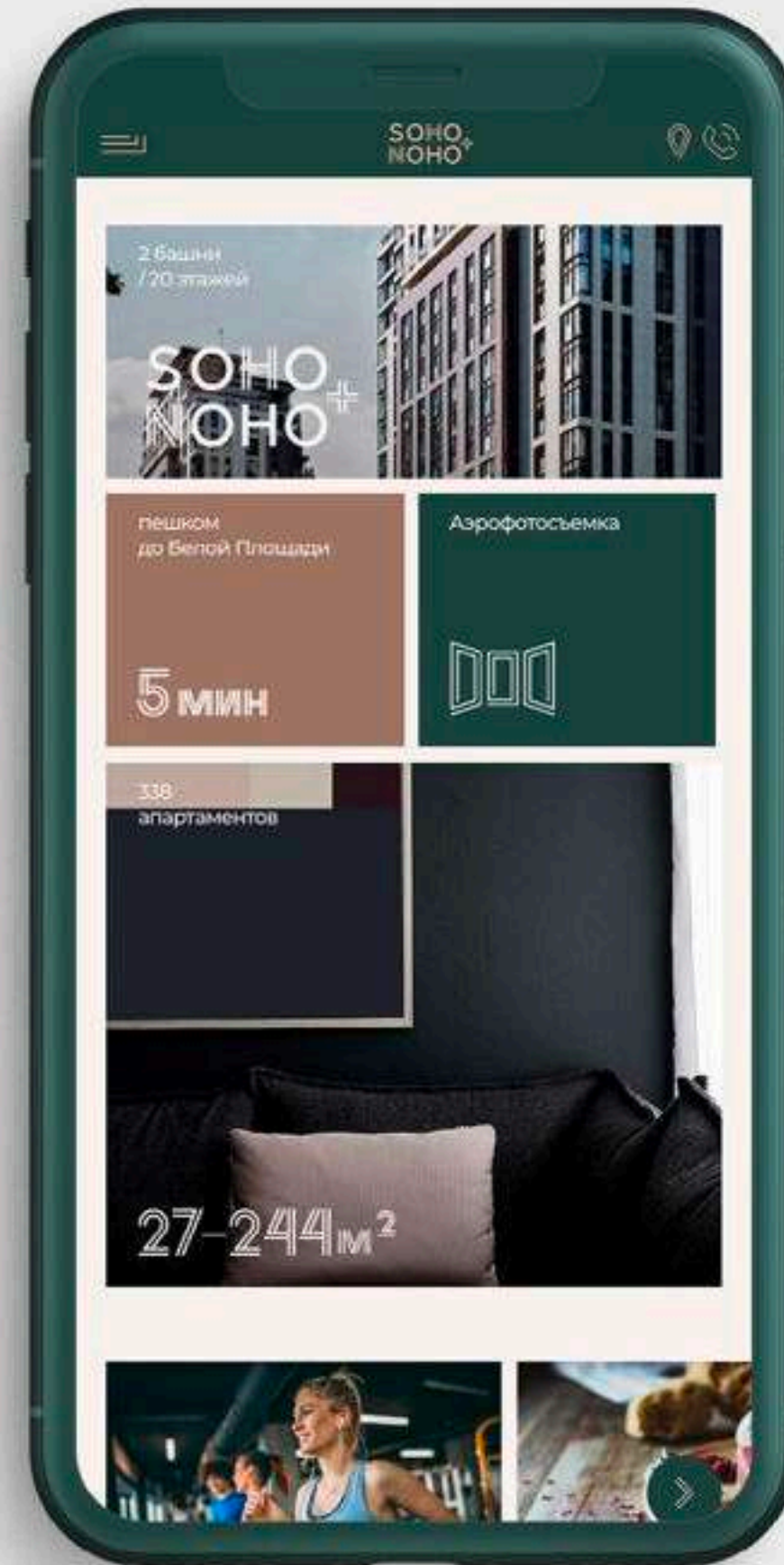


НОВЫЙ ФОРМАТ ЖИЗНИ НА БЕЛОРУССКОЙ

Характеризуется строгостью, геометричностью, лаконичностью форм и монолитностью внешнего облика. В архитектуре преобладали конструктивизма были сформулированы в теоретических выступлениях М. Я. Гинзбург, практически они впервые воплотились в созданном братьями А. А., В. А. и Л. А.

+7 495 312 61 13
www.oneplusone.ru







SOHO
NOHO

- О ПРОЕКТЕ
- MULTI-LEVEL
- АПАРТАМЕНТЫ
- КОНТАКТЫ



ПЛАНИРОВКА ONLINE-КАМЕРА +7 495 241 47 64

Новый формат жизни
на Белорусской

Книга о проекте →

MacBook



SOHO
NOHO

Company Name
Бульварный пр., 2/2 стр.1
Москва, 125040

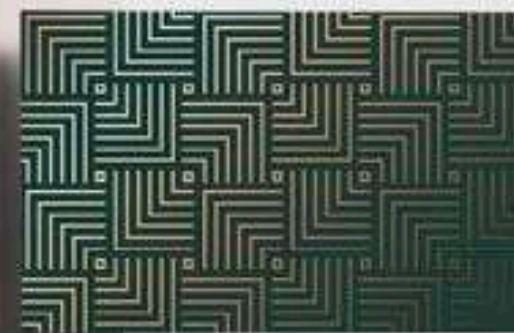
+7 917 323 45 87
hello@sohonoho.ru
www.sohonoho.ru

Здравствуй, Александр!

Характеризуется строгостью, геометризмом, лаконичностью форм и монолитностью внешнего облика. В архитектуре принципы конструктивизма были сформулированы в теоретических выступлениях А. А. Веснина и М. Я. Гинзбурга, практически они впервые воплотились в созданном братьями А. А., В. А. и Л. А. Веснинными проекте Дворца труда для Москвы (1923) с его четким, рациональным планом и выявленной во внешнем облике конструктивной основой здания (железобетонный каркас). В 1926 году была создана официальная творческая организация конструктивистов — Объединение современных архитекторов (ОСА). Характеризуется строгостью, геометризмом, лаконичностью форм и монолитностью внешнего облика. В архитектуре принципы конструктивизма были сформулированы в теоретических выступлениях А. А. Веснина и М. Я. Гинзбурга, практически они впервые воплотились в созданном братьями А. А., В. А. и Л. А. Веснинными проектом Дворца труда для Москвы (1923) с его четким, рациональным планом и выявленной во внешнем облике конструктивной основой здания (железобетонный каркас). В 1926 году была создана официальная творческая организация конструктивистов — Объединение современных архитекторов (ОСА).

Данная организация являлась разработчиком принципиального метода проектирования, основанного на учете особенностей функционирования зданий, сооружений, комплексов. Характерные памятники конструктивизма: Дворцы труда, рабочие клубы, дома-коммуны.

В 1923 году опубликовал доклад «Ритм в архитектуре», «Стиль и эпоха». В ней Гинзбург прогнозирует развитие архитектуры, ее связи с техническим прогрессом. Эти работы во многом способствовали созданию конструктивизма, который вскоре оформился как архитектурное направление. В 1925 году Гинзбург участвовал в создании Объединения современных архитекторов (ОСА), ведущего конструктивистов. В 1930 году после смерти МОВАНЮ стал членом правления новой организации. Одновременно с теоретической работой в период 1920-х годов Гинзбург создал проекты Дворца труда, Дома таможни, Дома Органметалла, Дома Русгерторга (все в Москве), Дома в Махачкале, Дома правительства в Алма-Ате.



SOHO
NOHO

SOHO
NOHO

Бульварный пр. 2/2 стр. 1
Москва, 125040
www.sohonoho.ru



ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Основным цветом бренда является зеленый изюмный. Он используется в качестве фона и цвета дополнительных элементов.

Второй основной цвет — белый пароник. Используется как светлый цвет акцентов, а также для шрифта текстовых сообщений.

Дополнительные цвета — оттенки зеленого и нейтральной бумаги. Первый применяется для дополнительных элементов, таких как узоры и акценты на упаковке. Второй — как светлый фон деловой документации.

Как дополнительный элемент для полиграфии свой продукции используется тисненая фольга "Goldson - Standard 40". В сувенирной продукции применяются тисненые узоры тисненого и светлого крафтера.

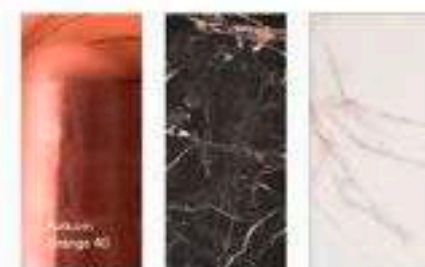
Важно правильно использовать фирменные цвета. В логотипе прописаны коды палитры цветов Pantone.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

<p>Изюмный изюм</p> <p>Pantone 3782 U CMYK 85/15/185/10 RGB 51/100/181</p>	<p>Светлый пароник</p> <p>Pantone 485 U CMYK 81/91/57/10 RGB 231/182/150</p>	<p>Пароник белый</p> <p>Pantone Black 5 U CMYK 82/71/166/79 RGB 30/22/12</p>	<p>Нейтральная бумага</p> <p>Pantone 4755 U (2014) CMYK 31/71/81/0 RGB 240/224/227</p>
---	---	---	---

Используется в качестве основного цвета фона. Цвет акцентов и элементов упаковки. Цвет для тиснения на светлом фоне. Используется в качестве фона в корпоративной документации.

ОТДЕЛОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



Тиснение в металлизированной фольге. Тиснение, стемпель и тиснение на крафт-бумаге используются в сувенирной продукции.

ОСНОВНЫЕ ШРИФТЫ

Фирменная типографика — важный составляющая визуальной узнаваемости бренда. Ее систематическое и верное использование помогает усилить целостность восприятия бренда.

Для всех видов коммуникаций используется шрифт Caslonia в стандартных вариантах (для набора основного текста) и Bold (для выделенных элементов).

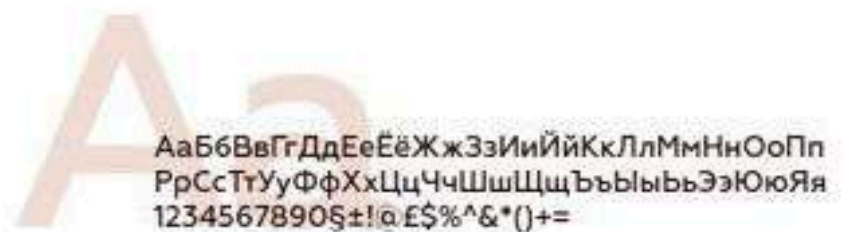
Основной набор

Используется в основном в текстовых сообщениях



Основной набор

Используется в заголовках и подзаголовках



ФОТОСТИЛЬ

Тематика, сюжет и цветовая гамма фотосюжетов должны соответствовать характеру бренда.

Цветовая гамма фотосюжетов должна быть контрастной, но не допускать излишней контрастности. В рендерах следует избегать выцветания на заднем плане. Визуал должен сохранять естественный цветовой оттенок. В интерьерных фотосюжетах следует придерживаться фирменного цвета бренда — «Изюмный изюм» и «Пароник белый». Также можно использовать акцентный и нейтральный цвета.

При использовании фотографий с людьми стоит избегать изображений людей с неграмотными знаками и в неестественных позах.

Предлагается использование фотографий с четким фокусом без размытого фона. Чтение должно быть удобным. Главное внимание должно быть сосредоточено на объекте. Допускается использование фото с акцентом на объект.

Ракурс в фотосюжетах нужно выбирать нейтральный — 3/4 вид сверху, фронтальный.



55°47'10.1"N 37°35'09.9"E 55.78612



KODAK Gray Scale
KODAK ColorChecker
KODAK

SOHO
NOHO



Jazz

Место, в котором
ты задаешь ритм



Two men standing on the sidewalk, one in a grey hoodie and the other in a brown jacket.

A man in a dark suit walking on the sidewalk.

A man in a dark jacket walking on the sidewalk.

A couple walking on the sidewalk, the woman in a black jacket and the man in a red shirt.

A woman in a grey jacket walking on the sidewalk.

MODERN

fashion

Pizza

Chinese

FOR CLOTHES

RESTAURANT

FASHION NEWS
Royal Fashion

Компания Smineх обратилась к нам с проектом квартала в зеленом районе у станции метро «Марьино роща». Нашей задачей было создать бренд, способный объединить премиальный класс, архитектурное решение и стиль, общий образ и характер проекта. Создать общее «звучание», как в джазовом ансамбле, во всех семи зданиях комплекса.

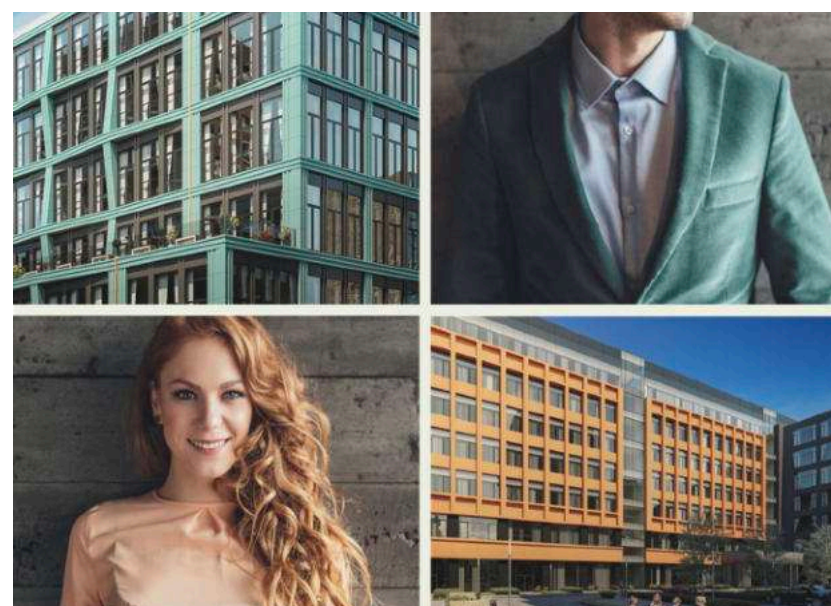
Мы разработали платформу бренда, ориентированную на аудиторию, которая готова импровизировать, живет динамично и ценит творческую атмосферу. Разнообразие вариаций жилых и офисных пространств — все это легло в основу квартала JAZZ.

В коммуникации мы подчеркнули все выгодные стороны проекта: уникальные планировочные решения, созданные архитектурным бюро SPEECH, пентхаусы с доступом на крышу, панорамные окна и современные технологии, которые обеспечивают комфорт и спокойствие жителей. И, конечно, аутентичную атмосферу квартала, благоустройством которого занималось бюро Wowhaus.

У каждого из семи зданий-участников ансамбля появился свой неповторимый стиль, нашедший отражение в логотипе. JAZZ предстал легким, ярким, открытым, живым местом для людей, которые чувствуют его ритм.

Jazz

Место, в котором ты задаешь ритм



Исследования

- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Бенчмарки и тренды

1



Стратегия

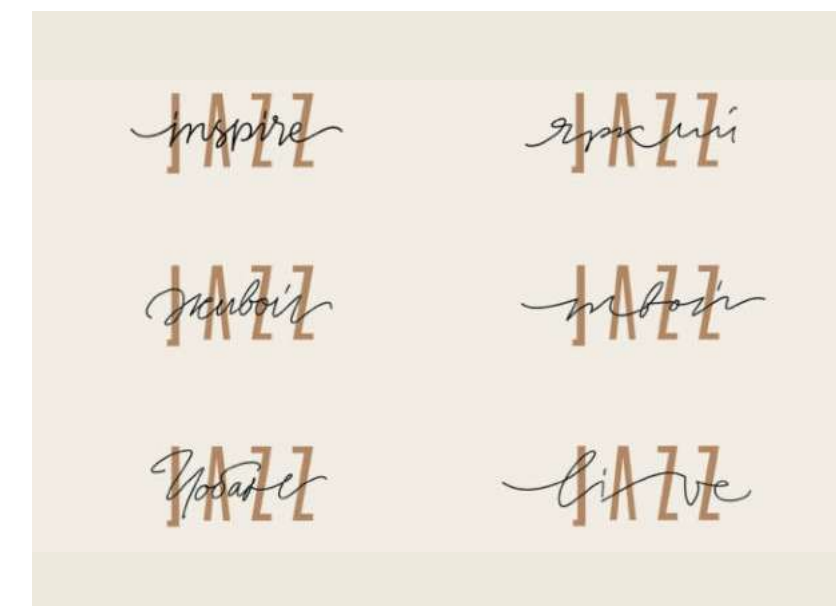
- Платформа и стратегия бренда
- Слоган бренда

2



Продукт

3



Дизайн

- Айдентика
- Буклет
- Презентация
- Носители
- Брендбук

4



Коммуникация

- Креатив

5

JANZ
inspire

Квартал
JAZZ

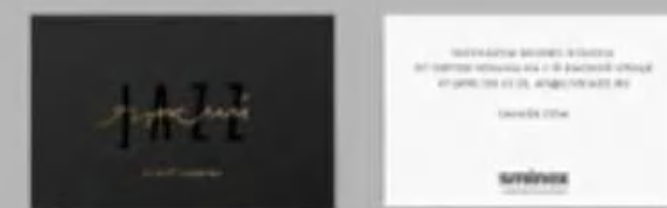
нарк
JAZZ

Love
JAZZ

Inspire
JAZZ

Мобил
JAZZ

Уобат
JAZZ



МЕСТО В КОТОРОМ
ТЫ ЗАДАЕШЬ
РИТМ

В

THE PLACE
WHERE YOU
inspire
SET
THE PACE

hazz



PELLI CLARKE PELLI
ARCHITECTS

PELLI CLARKE PELLI
ARCHITECTS

Квартал

PELLI CLARKE PELLI ARCHITECTS

A new residential building in the heart of the city, designed by Pelli Clarke Pelli Architects. The building features a mix of brick and concrete, with a modern glass facade on the upper floors. The design is a blend of traditional and contemporary architectural styles.

The building is a prime example of modern residential architecture, combining traditional materials with contemporary design. The facade is a mix of brick and concrete, with a modern glass facade on the upper floors. The design is a blend of traditional and contemporary architectural styles.



PELLI CLARKE PELLI ARCHITECTS

PELLI CLARKE PELLI ARCHITECTS

PELLI CLARKE PELLI ARCHITECTS



PELLI CLARKE PELLI ARCHITECTS

The building is a prime example of modern residential architecture, combining traditional materials with contemporary design. The facade is a mix of brick and concrete, with a modern glass facade on the upper floors. The design is a blend of traditional and contemporary architectural styles.

PELLI CLARKE PELLI ARCHITECTS



The building is a prime example of modern residential architecture, combining traditional materials with contemporary design. The facade is a mix of brick and concrete, with a modern glass facade on the upper floors. The design is a blend of traditional and contemporary architectural styles.

The building is a prime example of modern residential architecture, combining traditional materials with contemporary design. The facade is a mix of brick and concrete, with a modern glass facade on the upper floors. The design is a blend of traditional and contemporary architectural styles.









Дыхание

Дом, который

вдохновляет

Компания «Лидер» поставила перед нами непростую задачу — придумать креативную идею и рекламную кампанию для жилого комплекса «Дыхание». Две черные башни, дизайн Филиппа Старка, название «Дыхание». Как же это объединить?

Имя бренда явно предполагает, что коммуникация должна быть легкой и динамичной. Ведь дыхание — это процесс. Поэтому серия всех ключевых изображений создавалась с использованием технологии синемаграфики — уникального приема, оживляющего статичные фотографии.

Предложенный образ благородной молодой женщины с развевающимися волосами, в дорогом наряде из белого шелка, будто окутывающего все пространство дизайнерских интерьеров, по-новому раскрыл название «Дыхание» и как нельзя лучше отразил уровень проекта с уникальными интерьерами и дизайн-объектами от Филиппа Старка. Разработанные образы стали основой дизайна сайта и коммуникаций.

Дыхание

Дом, который вдохновляет

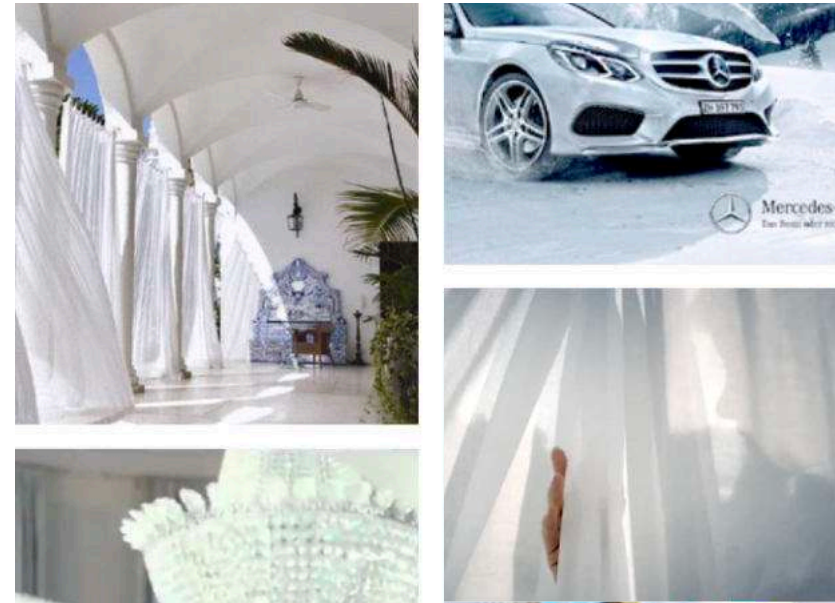


Исследования



- Анализ проекта
- Портрет аудитории
- Интервью с командой
- Бенчмарки и тренды

1



Стратегия



- Коммуникационная стратегия

2



Продукт



3



Дизайн



4



Коммуникация



- Креатив
- Outdoor
- Фото-съемка
- Digital
- Видео-съемка
- SMM

5













Magnum

Творение эпохи



Нам предстояло создать харизматичный бренд для клубного дома в Хамовниках с нуля. Мы должны были акцентировать внимание потенциальных покупателей на преимуществах дома, в том числе на необычном для мегаполиса формате жилья, разработать бренд-платформу, нейминг, концепцию дизайна, брендбук и носители бренда.

Анализ конкурентной среды помог нам очертить целевую аудиторию и сформулировать четкую стратегию коммуникации и развития бренда. Основой платформы бренда стал образ концептуального и эксклюзивного объекта архитектуры, свободного от условностей.

Эта же идея отразилась в названии Magnum, отсылающем к латинскому выражению *magnum opus* — «шедевр, дело всей жизни».

В разработке визуального воплощения концепции мы отталкивались от архитектуры дома: темный камень, необычная фактура, металл и стекло — брутальное и строгое здание обладает особой харизмой. Благодаря проделанной работе дом на улице Усачева обрел неповторимые черты, которые выделяют его на фоне конкурентов.

Magnum

Творение эпохи

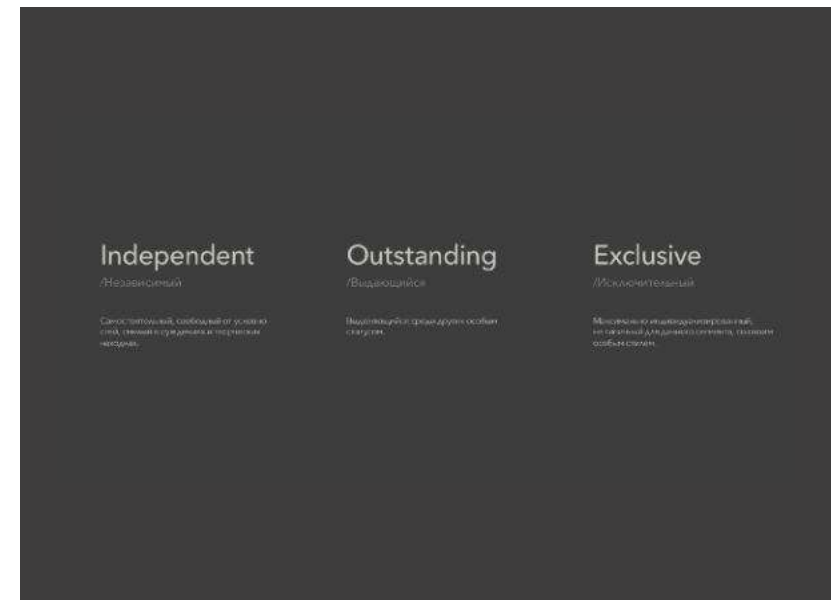


Исследования



- Анализ проекта
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Интервью с командой

1



Стратегия



- Платформа и стратегия бренда
- Нейминг

2



Продукт



3

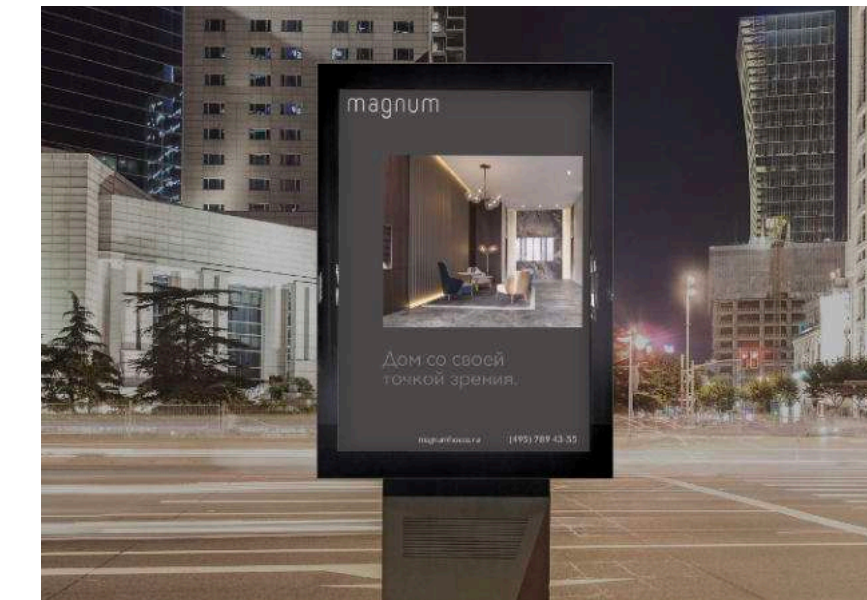


Дизайн



- Айдентика
- Буклет
- Носители
- Брендбук
- Сайт
- Сувениры

4



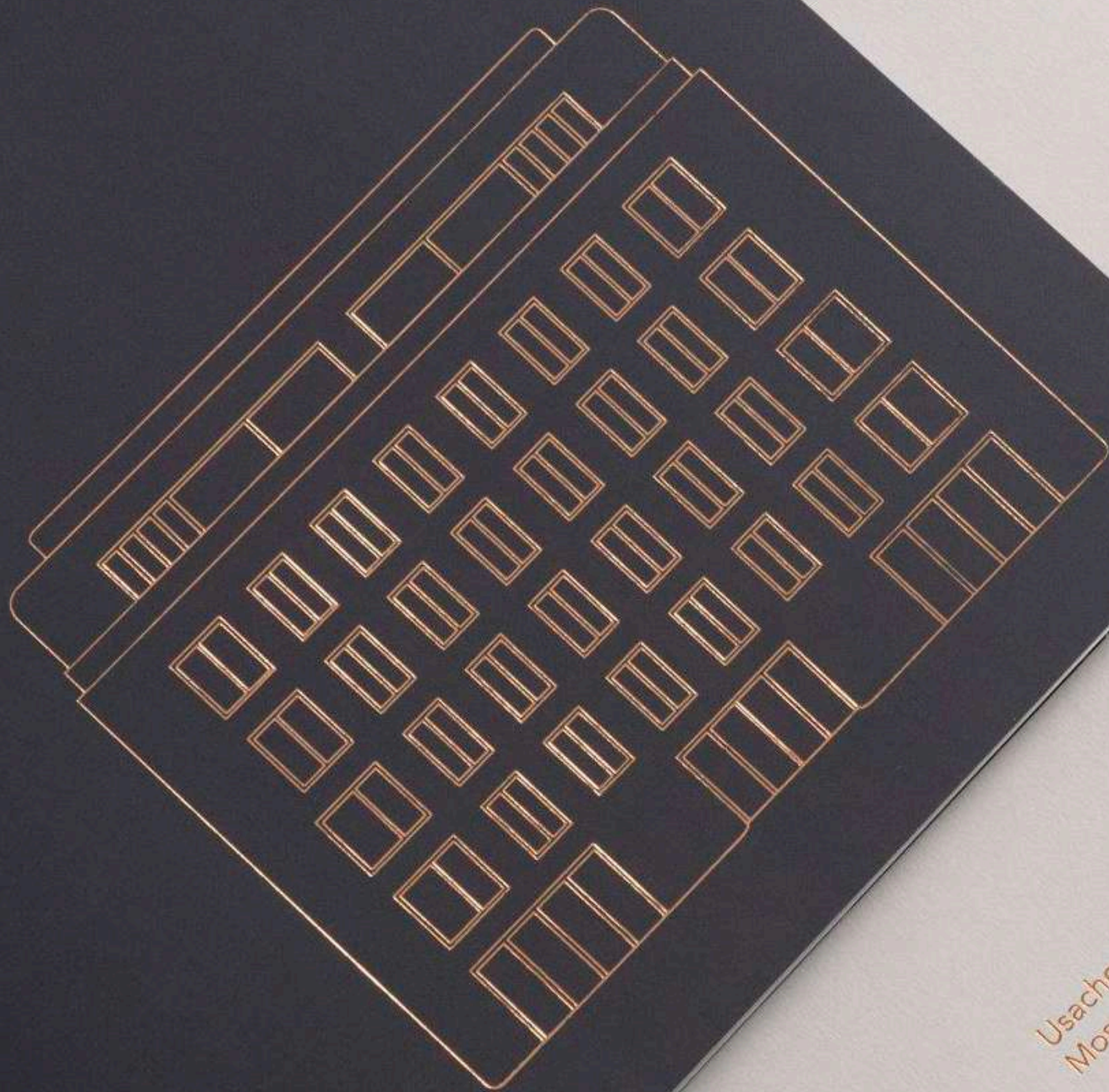
Коммуникация



- Креатив
- Indoor
- Outdoor
- Digital

5





Usacheva, 9
Moscow, Russia

+7 (495) 150-99-09
magnum-house.ru

magnum

magnum

magnum-house.ru
magnum@ricci.ru

+7 (495) 150-99-09
Москва, ул. Усачева, 9

magnum

magnum

magnum-house.ru
magnum@ricci.ru

+7 (495) 150-99-09
Москва, ул. Усачева, 9

Usacheva, 9
Moscow, Russia



magnum

magnum

Magnum

magnum



Дом со своей
точкой зрения.

magnumhouse.ru

(495) 789 43-55





tidien

magnum



Башня Федерации

Можешь себе

ПОЗВОЛИТЬ



Застройщик AEON Development обратился к нам за помощью в реализации оставшихся 40% апартаментов на последних этажах башни «Федерация-Восток». Мы увидели в этом стратегическую задачу: предстояло не просто подготовить баннеры и наружную рекламу, а построить сильный бренд. А для этого нужно было выработать яркое и четкое предложение, интересное аудитории и отстоящее от конкурентов.

Мы провели кабинетный анализ коммуникаций «Федерации», релевантных исследований и конкурентной среды. Результаты анализа и серия глубинных интервью с руководством проекта и целевой аудиторией позволили нам выстроить рабочую гипотезу: апартаменты в башне «Федерация» нельзя позиционировать как основное жилье и рациональную инвестицию, они — статусный аксессуар для топ-менеджеров и бизнесменов, эмоциональная покупка.

Привилегия лидера — возможность играть по-взрослому, не боясь остаться не понятым. Эту идею мы передали в key visual, представляющем предметы роскоши, которые можно разместить в огромном апартаменте на 93-м этаже самой высокой башни в Восточной Европе. Кампанию органично дополнил слоган «Можешь себе позволить».

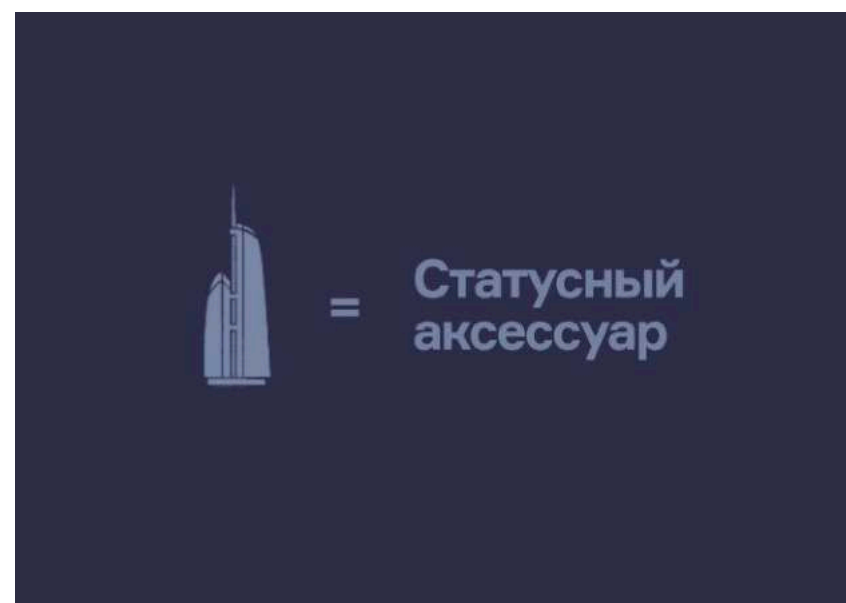
Башня Федерации

Можешь себе позволить



Исследования

- Анализ проекта
- Интервью с командой
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов



Стратегия

- Стратегический воркшоп
- Платформа и стратегия бренда
- Коммуникационная стратегия



Продукт



Дизайн

- Буклеты
- Рендеры



Коммуникация

- Креатив
- Продакшн

1

2

3

4

5

Можешь себе
позволить.


БАШНЯ ФЕДЕРАЦИЯ
АПАРТАМЕНТЫ



РЕСТОРАН АВТОРСКОЙ КУХНИ SIXTY

ЕДА НА ВЫСОТЕ
И РАЗГОВОРЫ
О ВЫСОКОМ



НАД 62 ЭТАЖЕ БАШНИ «ЗАПАД» НАХОДИТСЯ РЕСТОРАН SIXTY с французской и итальянской кухней, внимательным обслуживанием и панорамным видом на Москву. В хорошую погоду в ресторане открываются окна, чтобы гости могли любоваться городом с головокружительной высоты и вдохнуть по-настоящему чистый воздух, сравнимый с альпийским.



Полянка 44

Людям мира

от людей мира



ПОЛЯНКА/44

Главной задачей для нас стало повышение класса жилого комплекса. Решение было найдено в удачном слиянии старой и новой Москвы, где современные здания соседствуют с особняками XX века. Генеральной идеей стало понятие «мир без границ», так как комплекс создан профессионалами из разных стран для таких же граждан мира — свободных, успешных, независимых. Слоган «Людям мира от людей мира» стал основой рекламной кампании.

Архитектор Полянки 44 — Эйден Портер — лично снялся в рекламных роликах. Оказывается, Эйден и сам очень хотел бы жить на «Полянке» и его образ смотрелся очень гармонично.

Полянка 44

Людям мира от людей мира



Исследования

- Анализ проекта
- Портрет аудитории
- Анализ конкурентов
- Интервью с командой

1



Стратегия

- Коммуникационная стратегия

2



Продукт



3



Дизайн



4



Коммуникация

- Креатив
- Key Visual
- Продакшн
- Outdoor
- Digital
- SMM

5





нта расс... аван...
бования... Чер...
снимаются. О...
а. Ко мне част...
е и составлявш...
все, но нет...
М.

... девушка. Об...
... семьи, была...
... благополуч...
... например, гот...
... красивая и...
... средней интел...
... о чем по...
... интересуют...
... «маленькая», к...
... можно соверш...

... все шаны!

... первый с...
... кафе и...
... Это спок...
... 25 лет. Д...
... Напр...
... клубе бесс...
... и отдалк...

... возможно...
... не мо...
... России...
... чем ж...
... очень быстра...
... Женщ...
... больше врем...
... время ис...



Людям мира / от людей мира

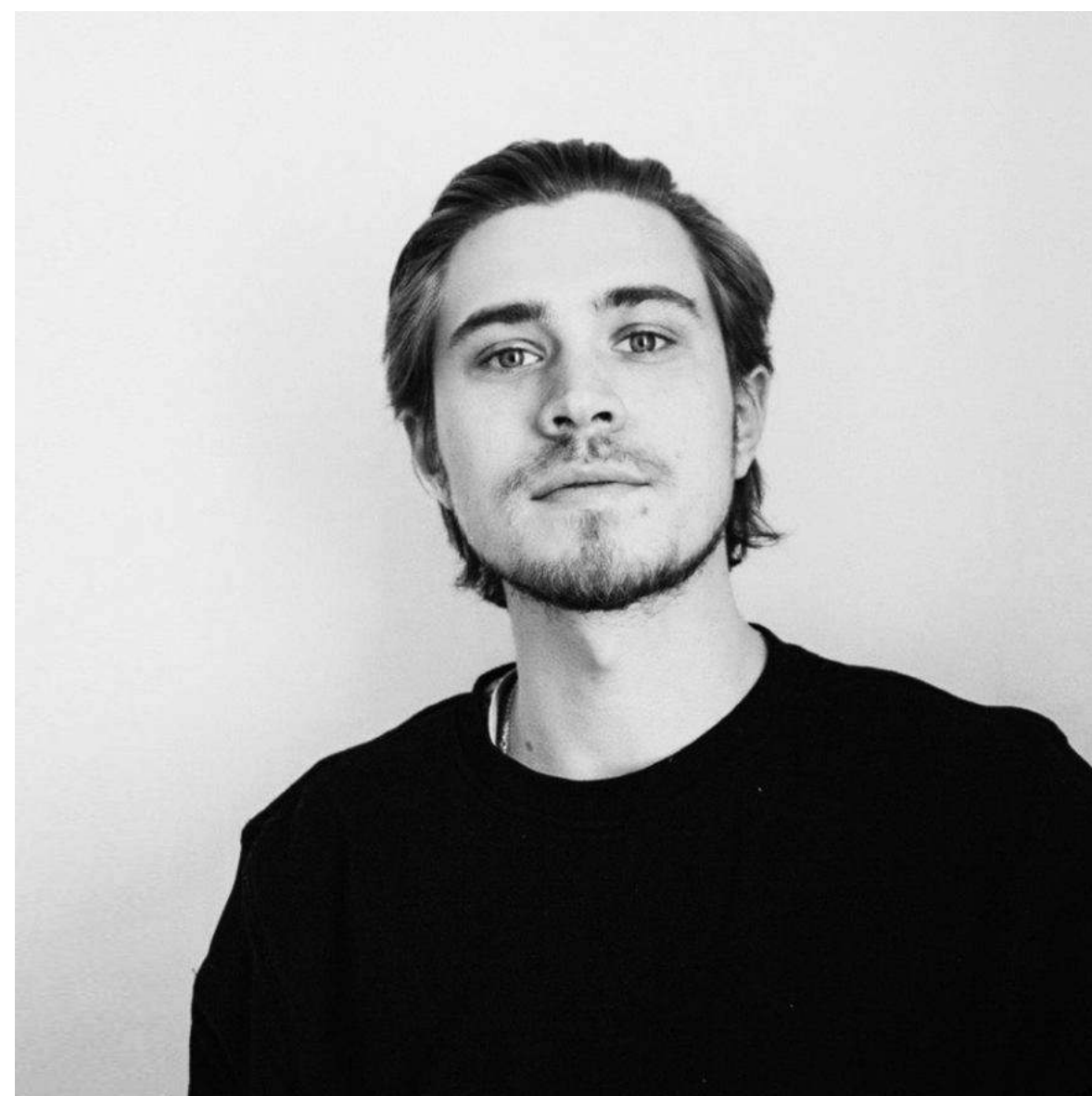
Мы создаем архитектуру,
которая меняет жизнь
к лучшему

Команда

Наша команда собралась из специалистов в области брендинга и маркетинга недвижимости. Дизайн, стратегия, креатив, продакшн, медиа — мы объединили множество экспертиз, чтобы в коллаборации с девелоперами и архитекторами создавать актуальные проекты, формирующие окружающую среду.



Юрий Нарвин
Креативный директор



Иван Кожин
Продюсер



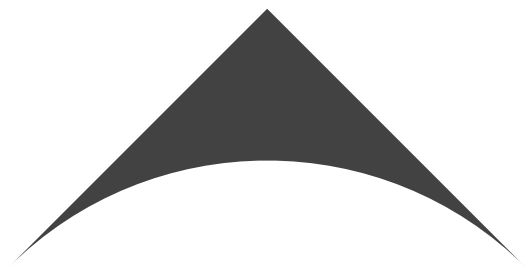
Юля Плотник
Арт-директор



Евгений Брынь
Стратег

Let's talk

+7 905 737 59 48
info@duga.agency
duga.agency



Designing landmarks