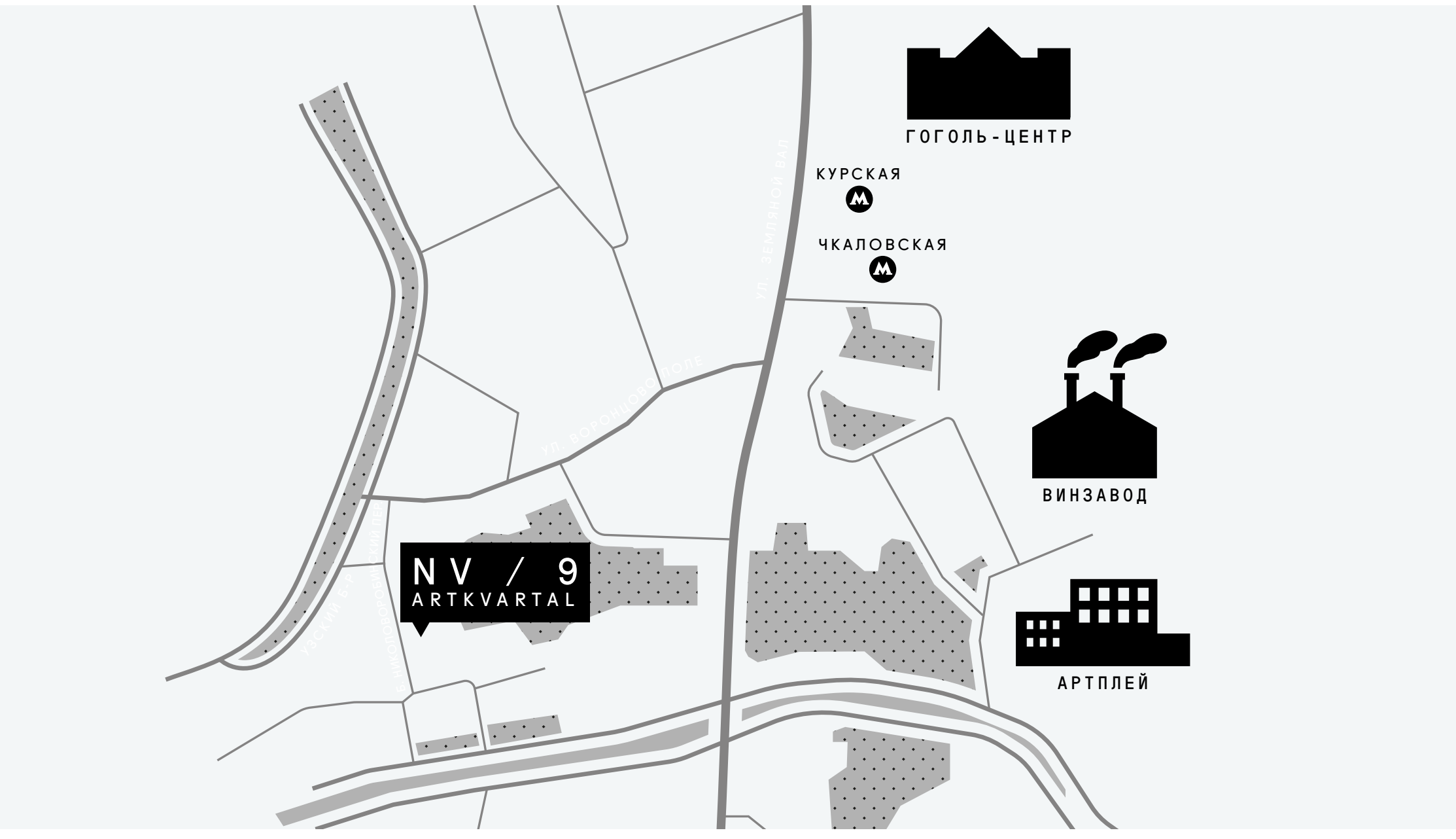




Дом трендсеттер

Основная задача, которая ставилась перед агентством – создать полноценный бренд проекта в соответствии с системой и идеологией АртКвартала, сделав его частью общей идеи. NV9 - должен был быть последователем генеральной миссии АртКвартала - изменить стандарты и качество жизни, работы и отдыха москвичей, создав новый кластер творческой и социальный активности.

Это ультрасовременный, но органично вписанный в историческую застройку района комплекс, состоящий из двух корпусов переменной этажности (7 и 9 этажей).

Изначальная идея
Изменить стандарты и качество жизни, работы и отдыха москвичей, создав новый кластер творческой и социальный активности. Сегодня часто встречается слово «Трендсеттер» — инноватор, воспринимающий новые идеи или тренды раньше других и своим примером внедряющий новшество в массовое использование. Мы же ввели понятие «Трендсеттерский дом», подразумевающее, что очень многое из того, что станет актуальным в культурной жизни Москвы, возьмет свое начало именно здесь – это может быть факт, событие, явление; или даже идея, возникшая в головах живущих здесь людей.

Какие цели
- Дать трендсеттерам и их последователям тот образ жизни, те бренды и услуги, которых им особенно остро не хватает в Москве.
- Соединить через бренд такие ценности, как интеллигентность, мода и космополитизм.

Brand Platform
Brand Design
Brand Copyright
Brand Book
Website

SH® SmartHeart®
Charismatic
Brands