

БРЕНД ОБЪЕКТА

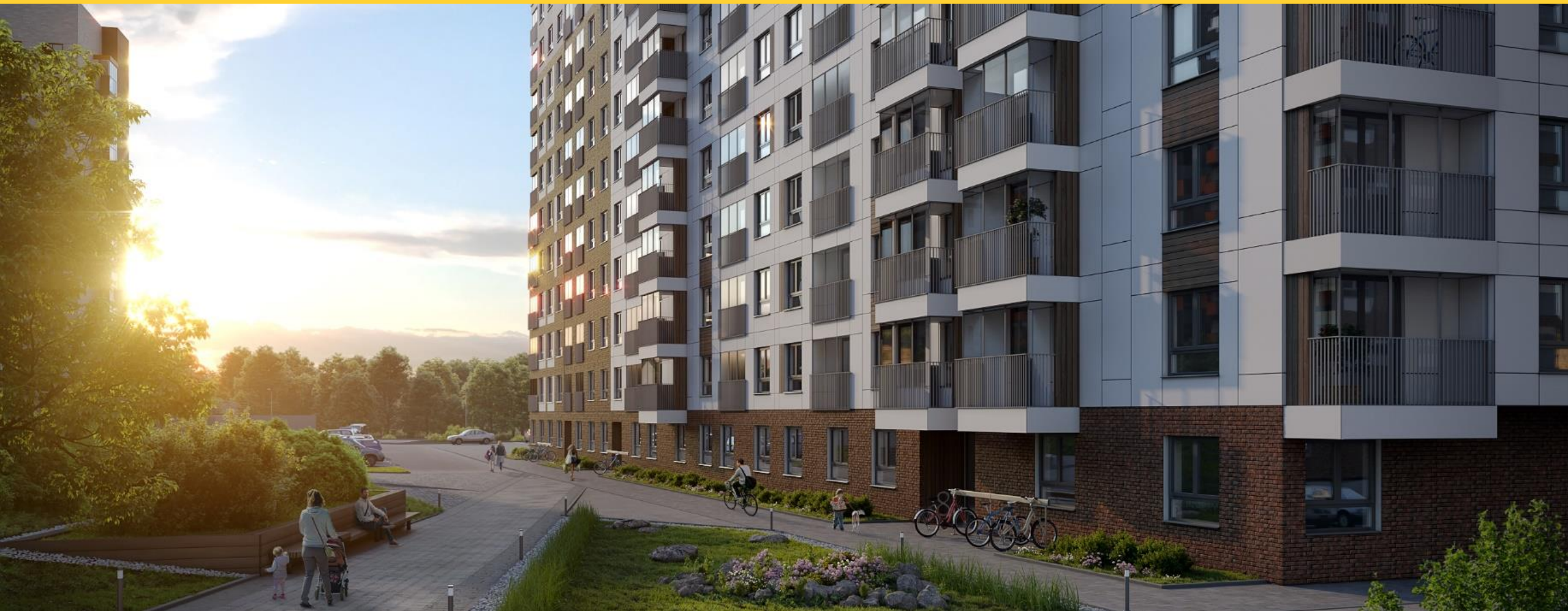


Потребительский инсайт.

От того, в каком районе я живу, во многом зависит мое отношение к городу и жизни: насколько я и мои дети могут легко здесь себя реализовать.

Я хочу, чтобы мои дети росли одновременно в экологически чистом и инфраструктурно развитом районе, комфортном для поиска и реализации себя.

ГРИНАДА
жилой квартал



Легенда бренда.

ЖК «Гринада» – это гармоничное сочетание невероятных возможностей большого города и природы. Это район, наполненный свежим, чистым воздухом, который вдохновляет на новые открытия и свершения и его хочется вдыхать полной грудью, выйдя ранним утром на балкон. Здесь, в окружении природных ландшафтов, сама местность подскажет, как начать новый день: с прогулки по парку, катания на велосипеде, похода в веревочный парк всей семьей, или просто с пикника в тени деревьев, наслаждаясь чистым воздухом и возможностями wi-fi во дворе.

 **ГРИНАДА**
жилой квартал



Обещание бренда.

В жилом квартале «Гринада» вы будете жить в полной гармонии с природой и современными благами мегаполиса, приобретая от этого сочетания лучшее для себя и своих детей.

Суть бренда.

Очень зеленый район.

 **ГРИНАДА**
жилой квартал



Платформа бренда.



Даже в большом городе можно жить в районе с хорошей экологией.

Зелёный район должен быть зелёным не на словах, а на деле.

Природа — это лучшее пространство для развития творческих и спортивных талантов моих детей.

Только в гармонии с природой можно наслаждаться жизнью в полной мере.

Природа помогает жителям района найти и проявить себя, помогает всегда оставаться в хорошей форме и хорошем настроении.

Современный человек может чувствовать себя максимально комфортно только в районе, который удовлетворяет его потребности как человека семейного, активного, спортивного и делового одновременно.

Европейский стиль архитектуры призван создавать гармоничное окружающей среде пространство, деликатно дополняя уже существующие благоприятные условия природного окружения.

Гулять по парку, покорять верёвочные маршруты, выращивать фрукты и овощи, совершать другие беспечные для обычного жителя мегаполиса поступки тогда, когда хочется, — это ещё одна возможность ощутить себя по-настоящему свободным человеком.

Логотип и название.

«грин» (от англ. green – зеленый) в корне названия – четкий посыл об экологии места, отражающий суть бренда.





Слоган

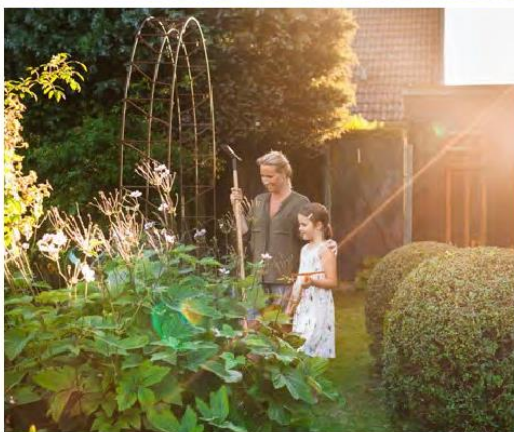
Очень зелёный район





Использование фотографии

Фотостиль: лайфстайл,
семейные активности
на природе,
преобладание
зелёного цвета.



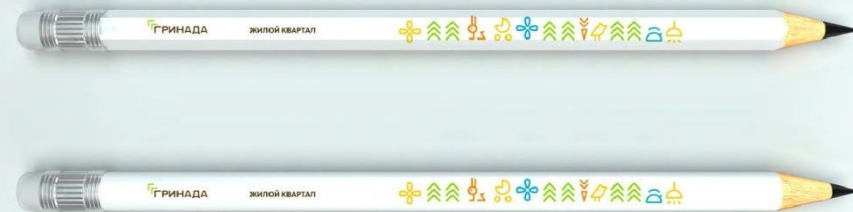


Фирменный стиль





Фирменный стиль





ОЧЕНЬ ЗЕЛЁНЫЙ РАЙОН

