

# мангазея

■ на речном



## КАМПАНИЯ СТАРТА ПРОДАЖ «МАНГАЗЕЯ НА РЕЧНОМ»

Wow Awards 2024

Номинация:

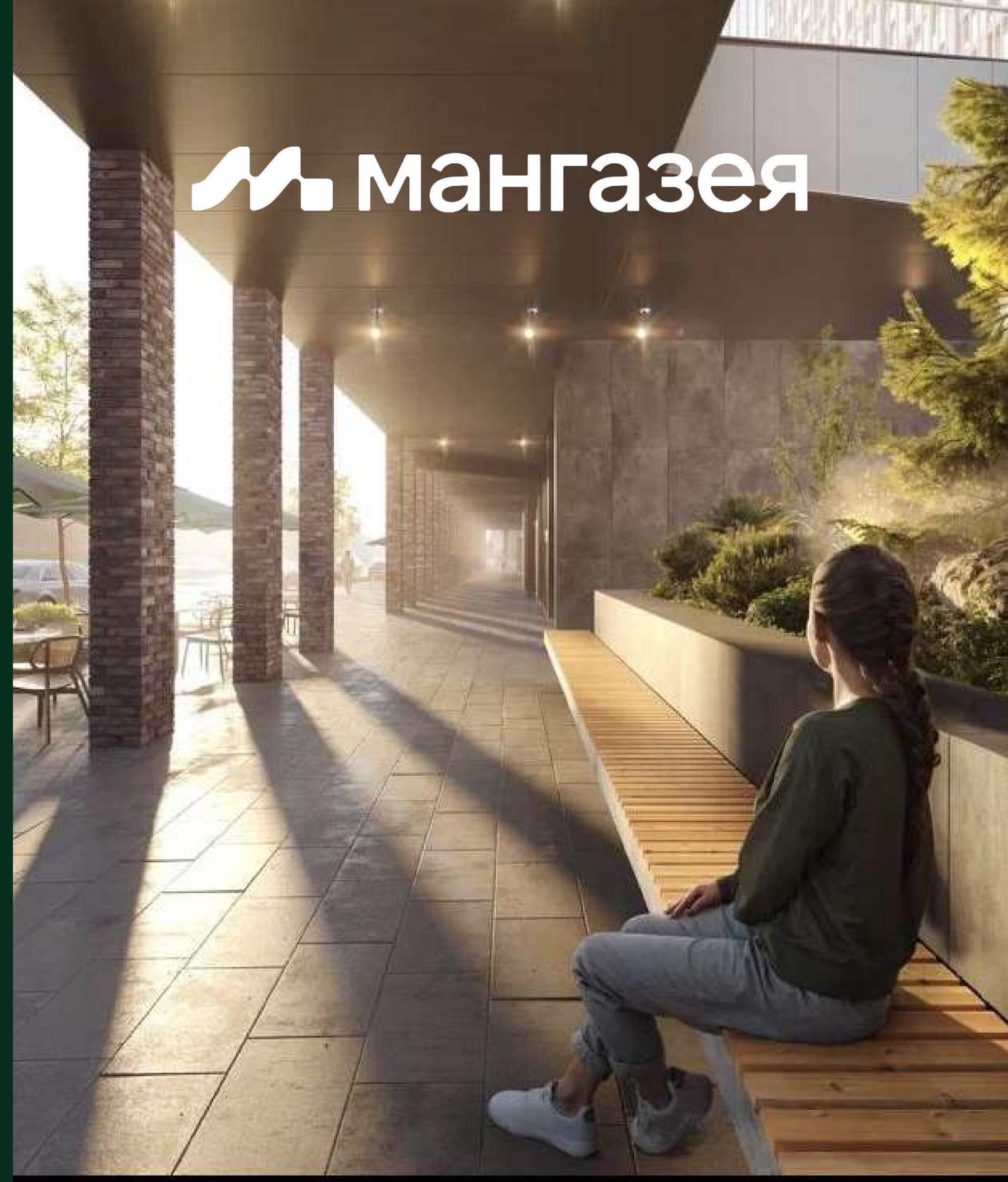
Наружная реклама: Digital



# Задачи

В 2024 году девелопер «Мангазея» провел масштабный ребрендинг компании и выбрал преемственный принцип зонтичных брендов для всех новых проектов. Для рекламных кампаний трех жилых комплексов, которые открывали продажи практически одновременно, необходимо было решить несколько задач:

1. Создать общую креативную рамку для каждого проекта и при этом рассказать об его уникальности.
2. Заявить о новом бренде. Использовать новый зеленый цвет девелопера как основной.
3. Добиться эффекта целостности и узнаваемости бренда компании и новых проектов.
4. Вызвать интерес и любопытство аудитории: «что это и где это?», рассказав о проектах ассоциативно, без рендеров или портретов людей. Преодолеть «баннерную слепоту» у аудитории в городе.



# Коллаж как креативная рамка девелопера и главный эстетический прием



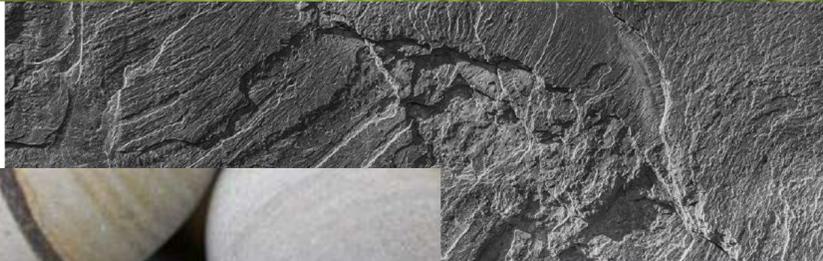
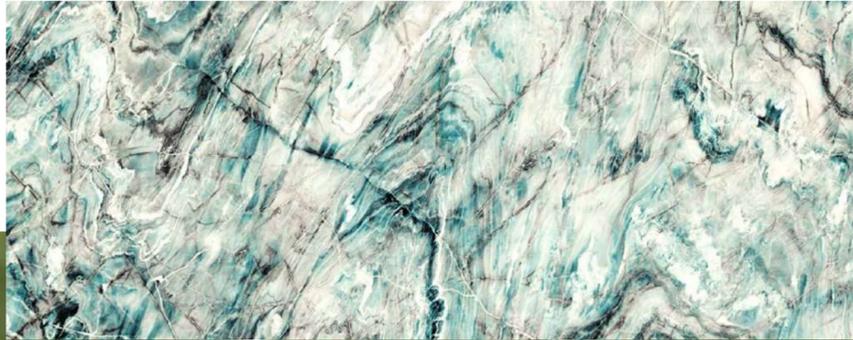
Для создания креативной рамки и узнаваемости, а также для рассказа о многогранности проектов был придуман стилистический прием коллажирования и многослойности, ассоциативности и акцента на фактурах, природных мотивов как паттернов. Для каждого жилого комплекса была выбрана птица, которая обитает в ближайших парках и водоемах Москвы.

# ГОРОД-КУРОРТ



«Мангазея на Речном» – город-курорт с бульваром и набережной, перетекающей в променад легендарного Северного вокзала. Два флайта рекламной кампании «скоро» и «старт продаж» ассоциативно раскрывают идею круглогодичного курорта у большой воды, в окружении парков.

# Moodboard



## Эстетика русского Севера

Для проекта «Мангазея на Речном», расположенного у Химкинского водохранилища, рядом с Северным речным вокзалом была выбрана атмосферная эстетика русского Севера. Этот образ объединяет интерьеры и ландшафт жилого комплекса, а также все креативные и рекламные материалы.

В качестве мудборда проекта использованы природные паттерны с холодной пейзажной палитрой.

# Moodboard



**КРАСИВЫЕ ФАКТУРЫ РУССКОГО СЕВЕРА (КАРЕЛЬСКИЙ МРАМОР, ПРИЧУДЛИВЫЕ КАМНИ, ИЗУМРУДНЫЙ МОХ, ЛИСТЬЯ И ХВОЯ, ОТРАЖЕНИЯ ВОДНОЙ ГЛАДИ, ТУМАННАЯ ДЫМКА, ЯГОДЫ И ПЕРВОЦВЕТЫ) ПРИДАЮТ ЕМУ СВЕЖУЮ ПРИРОДНУЮ НОТУ. КРОМЕ ТОГО, ОНИ ОТЛИЧНО ГАРМОНИРУЮТ С ФИРМЕННЫМИ ЦВЕТАМИ БРЕНДА.**



## Идея и реализация

В коллаже «Мангазея на Речном» использован метафорический поток воздуха и волны на большой воде в виде струящейся и обволакивающей ткани. В анимации создается ощущение дыхания у всей поверхности.

В качестве узнаваемых элементов коллажа в композиции сочетаются парусники, крупные камни, кустарники, бутоны цветов, ели, карельский мрамор, краснокнижный дятел, который обитает в соседних парках. И главный акцент сделан на знаковом фасаде и шпиле Северного речного вокзала. Все элементы коллажа приходят в плавное естественное движение.

Коллаж составлен таким образом, чтобы легко трансформироваться под разные форматы наружной рекламы.

Стоп-кадр из анимационного ролика



## Стоп-кадры из анимационного ролика



Анимационный ролик был создан в двух вариантах хронометража: 5 и 15 секунд.  
Завершает 15-секундный ролик слоган проекта «Мангазея на Речном»: Для жизни без компромиссов.

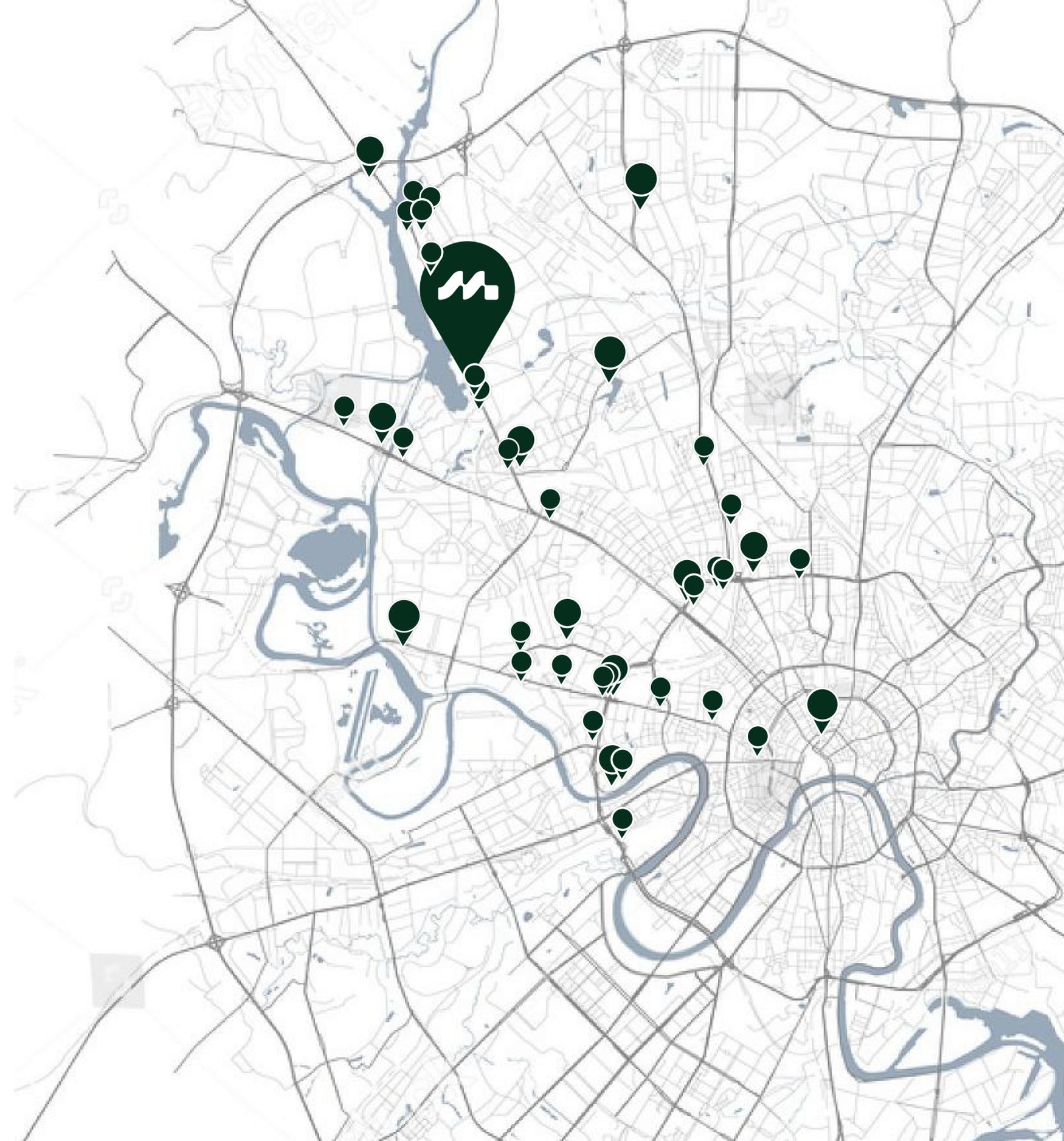
[ПОСМОТРЕТЬ РОЛИК 5 сек](#)

[ПОСМОТРЕТЬ РОЛИК 15 сек](#)

# Карта покрытия и форматы

Для диджитальной рекламы была выбрана широкая адресная программа по всему северо-западу и центру Москвы, более 30 поверхностей самых разных форматов, включая вертикальные и горизонтальные медиафасады.

**ПЕРИОД РАЗМЕЩЕНИЯ:  
МАЙ – ИЮНЬ 2024**





Суцевский вал, 4



Новый Арбат, 8 (Дом Книги)



Магазин Catcher, 4-х сторонний медиафасад



Красная Пресня, 9

# Сайт кампании «Старт продаж»



Десктопная версия



Планшетная версия



Мобильная

Первый экран сайта проекта повторяет макет наружной рекламы для эффекта узнаваемости пользователем. Он разработан в интерактивном формате: все элементы коллажа левитируют и оживают от движения мышкой.

**СМОТРЕТЬ САЙТ**

# Об эффективности

**10%** объема квартир было забронировано за первые две недели кампании

**в 10 раз** вырос показатель посещаемости сайта проекта за первый месяц кампании

**в 5 раз** выросло число брендовых запросов в Яндексе по словосочетанию «Мангазея на Речном» за первый месяц кампании

**Эффект масштабной  
рекламной кампании  
в городе**



 **мангазея**

 **ANOЕ**  
CREATIVE AGENCY