

# PORTLAND



DUGA® REAL  
ESTATE  
BRANDING



FORMA

## Печатники. Будущее

«Южный порт» — важная и знаковая градостроительная территория на карте Москвы площадью более 400 га. В перспективе 11 лет это преобразованное пространство станет новой точкой притяжения деловой и социальной активности столицы.

Portland — проект бизнес-класса расположенный на берегу Москвы реки в акватории Южного речного порта. Перед нами стояла задача вместе с командой Forma вывести проект на рынок, раскрыв преимущества и перспективы инвестиций в жилье в данном районе.





## О проекте

- Вид на реку из окон для максимального количества жильцов.
- Наличие террас, балконов, углового и панорамного остекления, обеспечивающих высокий уровень инсоляции.
- Удобное расположение рядом с ТТК, метро и доступность речного транспорта.
- Наличие ретейл-зон на территории с видом на набережную, при этом предоставляющих приватность в закрытом дворе.
- Наличие развивающегося сегмента водно-развлекательных активностей.
- Возможность участия во временных фестивалях, рынках, ивентах и спортивных активностях.



# Конкурентное окружение

Точка притяжения города

Точка притяжения района

Только для жильцов

ЗИЛАРТ

SHAGAL

NICE LOFT

WAVE



RIVER SKY

НОВОДАНИЛОВСКАЯ 8

FORIVER

ДОМАШНИЙ

NOW

DREAM TOWERS

FORST

MOMENTS

КАШИРКА.LIKE

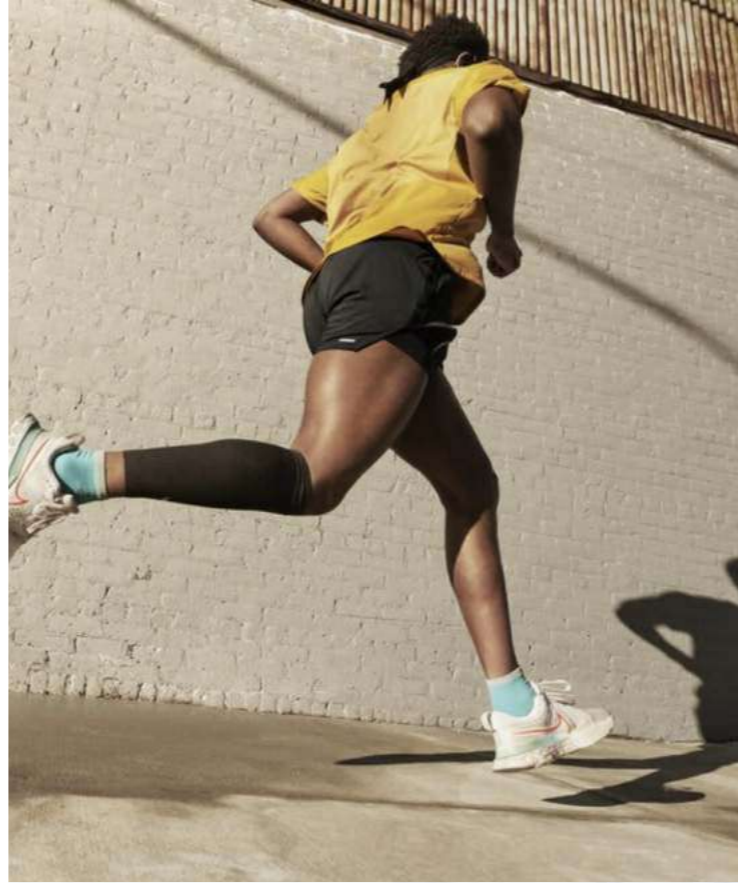
RIVER PARK

Индивидумы

Современные семьи

Традиционные семьи

# Характеристики целевой аудитории



Вдохновение  
Увлеченные  
Окрыленные  
Активные  
Душевные  
Открытые  
Первооткрыватели  
Азартные  
Ценители  
Спорт

Энтузиасты  
Находчивые  
Таланты  
Путешественники  
Добрые  
Сильные  
Свободные  
Яркие  
Движение  
Авангард



# Целевая аудитория

## Сегменты по демографии и целям покупки

### Семьи с подростками детьми

Старшеклассники, студенты.

Важна хорошая школа, институты, секции

Детям нужно ощутимо больше пространства. Особенно если они разнополые.

### Семьи с младшими детьми

Дошкольники, младшие школьники.

Нужны парки, кружки, детские сады, школы.

Детям пока еще не нужно много пространства.

### Без детей

Одиночки и пары до 35 лет

Живут активной социальной и культурной жизнью

## Психографическая сегментация

### Независимые

Ищут новый опыт и рискуют; индивидуалисты / не боятся выделиться из толпы; наслаждаются нетрадиционными подходами, креативны, ценители искусства; интересуются вегетарианством / природным / натуральным; оптимисты, имеют мало сомнений относительно себя; отвергают материализм и амбиции

### Искатели впечатлений

В поиске новых и ярких впечатлений, любят риск; индивидуалисты; внимательны к имиджу; действуют спонтанно и эмоционально, предприимчивы и амбициозны; нацелены на будущее.

### Мотивированные

Очень амбициозны; очень внимательны к имиджу и внешнему виду; алчные к потреблению (особенно нового и инновационного) готовы к риску; гедонисты и страдают от нехватки времени

# Портрет целевой аудитории

## Александр, 36

В моей жизни было и есть почти все — и бурная юность, и яркая молодость, взлеты, падения, собственный бизнес, работа на небольшого дядю, карьера у крупного дяди. Семья и прекрасные дети, совместные активности, новые знакомства.

Мой мир — это пространство для постоянного движения.

Главное для меня — чувствовать внутренний драйв и делать все в удовольствие.

Мне важно оставаться в центре активной жизни — знакомиться с новыми людьми, делиться знаниями и опытом, пробовать разные виды спорта. Я люблю проводить время с семьей, потому что мы на одной волне. Отвести сына на кружок по английскому, покататься с друзьями на вейках, послушать с женой лекцию по критическому мышлению, а позже поехать всей семьей на великах в парк. В таком ритме я чувствую себя счастливым, и моя энергия только приумножается.





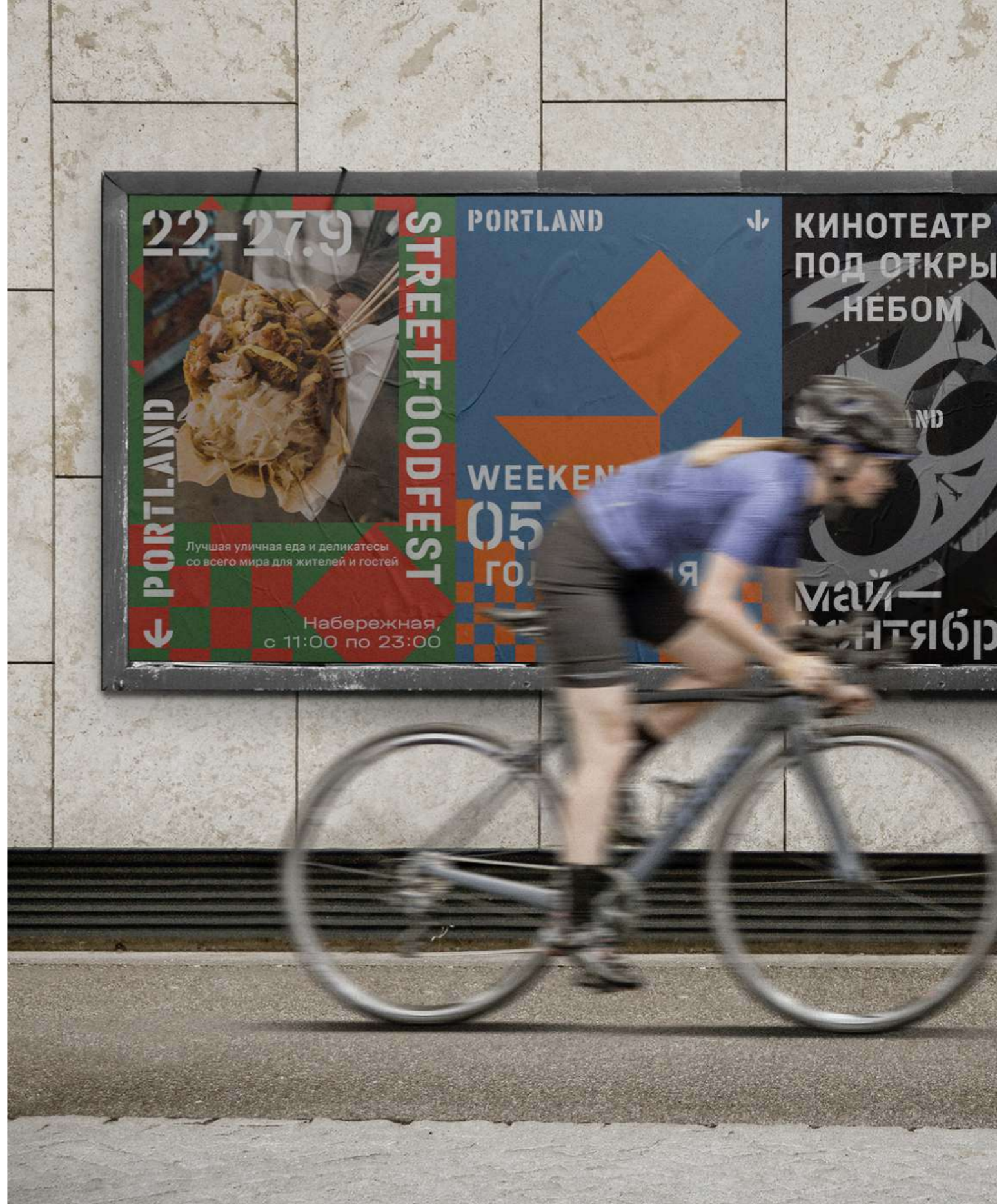


# Инсайт

Современный город заставляет двигаться в его ритме и жить по его законам. Кажется, что здесь все уже придумано и нет пространства для маневра...

..а мне важно иметь возможность жить по своим правилам. Меня вдохновляет чувствовать себя первооткрывателем и нырять с головой в неизведанное.

Мне нужно вдохновляющее пространство, которое станет отправной точкой моих приключений.



# Обоснование

Проект наполнен эмоциями от новых впечатлений — начать утро с пробежки в парке или попробовать что-то из водных активностей. Пригласить друзей на ланч у бассейна или быстро добраться до модной вечеринки в центре. Отправиться на велопрогулку по набережной с семьей или зарядиться энергией от новых знакомств.

Здесь день можно провести так, как хочется, и просто ловить волну удовольствия с видом на акваторию Москвы-реки.



# Ценности бренда

## Новые горизонты

Нам важно создавать среду, а не подстраиваться под существующую. Мы видим тренды там, где другие еще не успели.

## Внимание к деталям

Мы глубоко продумываем наши решения, уделяя внимание каждой детали. Нам важно, чтобы качество прослеживалось даже в мелочах. Чтобы любое соприкосновение с нашим продуктом преумножало положительные эмоции.

## Видение

Мы строим первый объект бизнес-класса возле Южного речного порта, стремясь вдохнуть в район новую жизнь. Стать точкой притяжения и бенчмарком всего города.

## Жизненная энергия

Мы всегда активны и энергичны. Мы мотивируем на постоянное движение и преумножаем жизненные силы. Нам важно всегда оставаться на пике формы, и мы создаем для этого все условия.

## Свобода

Для нас важно не быть скованными рамками ограничений. Мы создаем пространство, которое предоставит нашей аудитории максимальную свободу. Свободу быть собой и делать то, что хочется.

## Люди

Мы верим, что все лучшее — в людях, которые нас окружают. Поэтому наш проект спроектирован так, чтобы в нем было комфортно проводить время с семьей, встречаться с друзьями и находить новых знакомых. Все свои решения и действия мы в первую очередь оцениваем глазами наших будущих жильцов.

# Характер бренда

## Вдохновляющий

Мы воодушевляем и раскрываем потенциал к развитию. Используем живой и богатый язык и вдохновляем на приключения.

## Динамичный

Мы развиваемся вместе со своей аудиторией и постоянно находимся в поисках новой совершенной формы. Мы оперативно реагируем на меняющуюся реальность и проявляем гибкость в поисках наилучшего решения.

## Жизнерадостный

Мы с оптимизмом смотрим в завтрашний день потому, что уверены в нем. Мы не боимся обращаться к чувствам и ощущениям нашей аудитории.

## Открытый

Мы выстраиваем доверительные и честные отношения с аудиторией. Наша коммуникация всегда легкая, прямая и понятная. Мы избегаем двусмысленных формулировок, точно доносим смыслы и передаем эмоции.

## Смелый

Мы не боимся неизвестного и открыты экспериментам. Мы мыслим вне шаблонов и с готовностью используем нестандартные решения в коммуникации.

## Разносторонний

В коммуникации мы берем на себя роль эрудированного собеседника, который притягивает к себе внимание каждого слушателя.

# Легенда бренда

Что особенного в портовых городах? Они всегда открыты новым лицам и впечатлениям. Они впитывают новые культуры и наполняются ощущением свободы передвижения. В них никогда не застаивается энергия и не бывает скучно. Они, как живые эрудированные собеседники, рассказывают истории и подбивают на приключения.

PORTLAND вдохновлен азартом к неизведанному. Он притягивает настоящих первооткрывателей, которым слишком тесно в рамках заурядной повседневности. Которые видят новые горизонты и смело плывут к ним.

PORTLAND — это настоящий океан возможностей, раскрывающихся тем, кто выбирает быть с ним на одной волне.



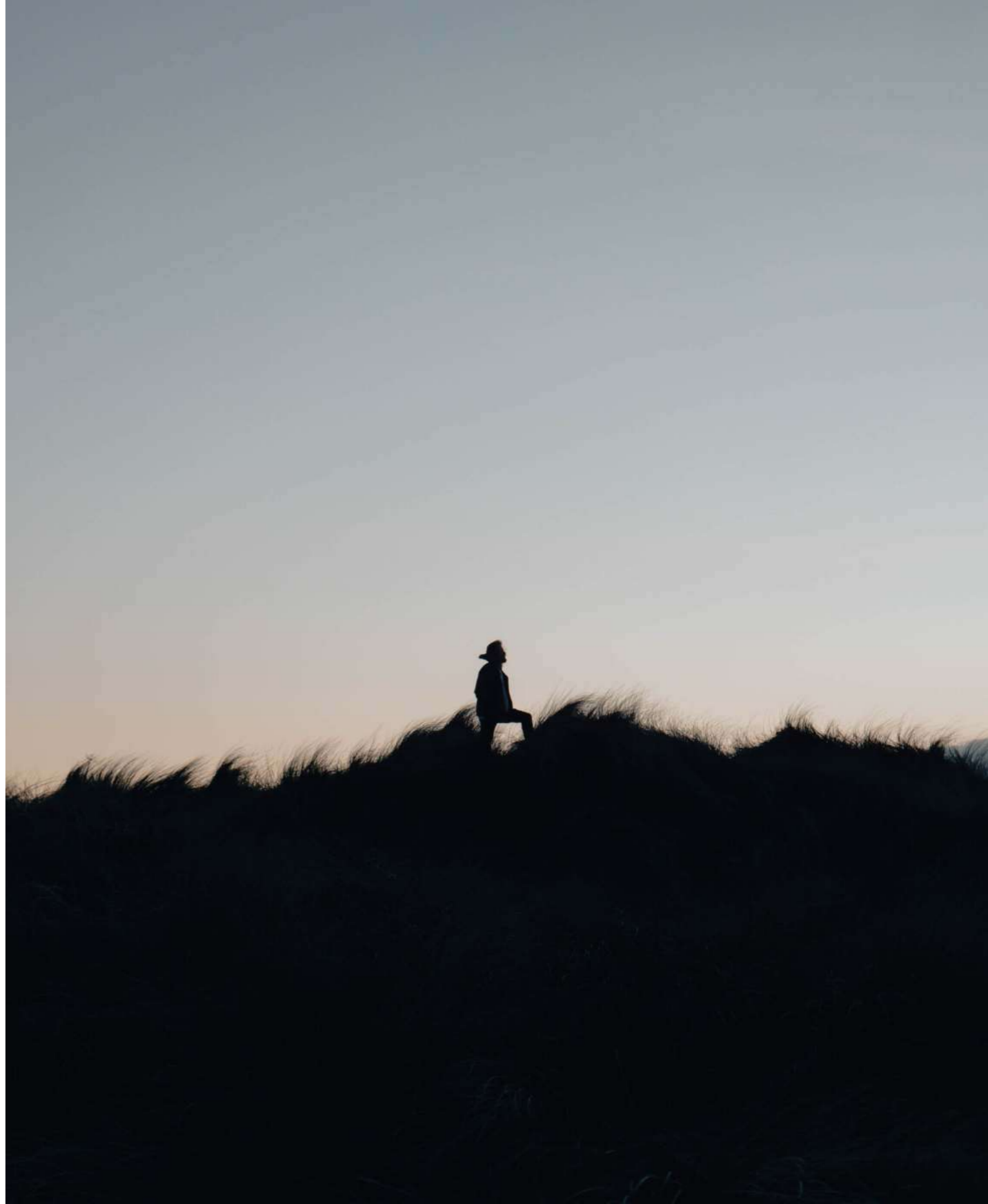
**Роль бренда**

**Дом, который  
вдохновляет  
на движение  
и открытие  
НОВЫХ  
ГОРИЗОНТОВ**



**Организирующая идея**

**На волне  
открытий**



## Нейминг и слоган

**PORTLAND — это новый горизонт,  
точка притяжения  
для смелых первооткрывателей.  
Место пересечения новых идей  
и ярких личностей.  
Место, где зарождается новая  
самообытная жизнь.**



# Визуальный образ

## ЦВЕТА



## ЛОГОТИП И ЗНАК



## ТИПОГРАФИКА

Halvar Breitschrift  
Halvar Mittelschrift  
Halvar Engschrift

## ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ



Логотип, цветовая гамма, типографика, использование изображений и взаимосвязь между этими элементами вместе определяют визуальный образ бренда PORTLAND.

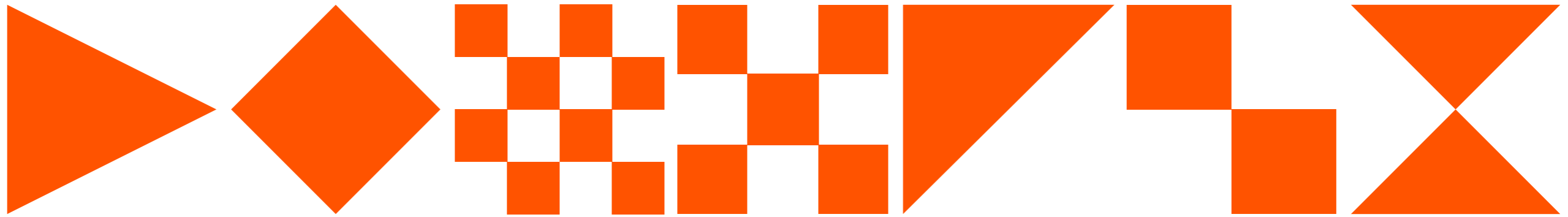
## Логотип

PORTLAND

Шрифтовая часть логотипа PORTLAND — это кастомизированная надпись шрифтом Halvar Stencil Engschrift. Шрифт отсылает к индустриальным и портовым образам.

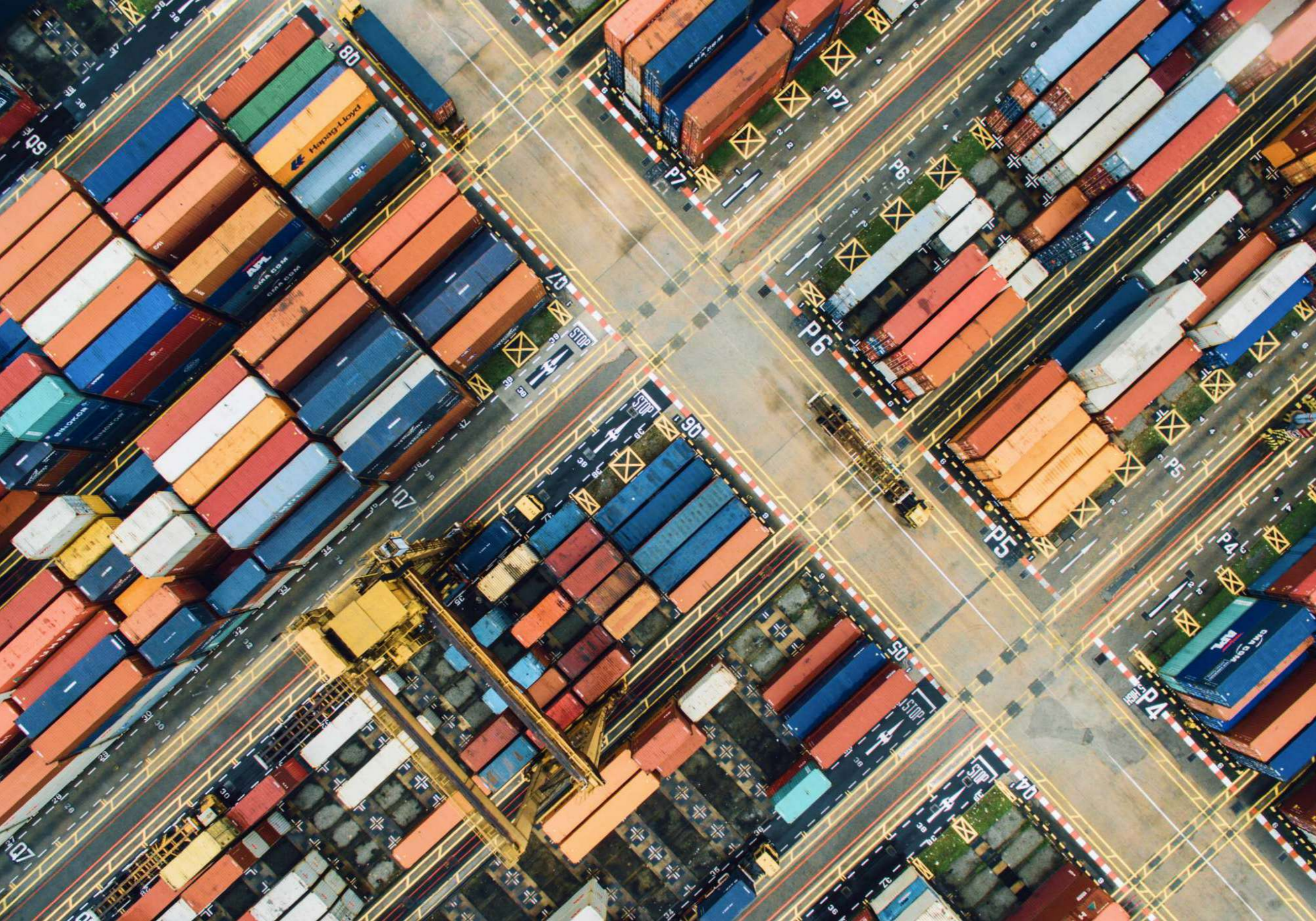
Это основной фирменный элемент, используется во всех стандартных ситуациях. В брендировании носителей первоочередно разместить надпись.

# Графические элементы



Графические элементы бренда вдохновлены морскими сигнальными флагами. Лаконичная и узнаваемая графика легко комбинируется в паттерны любого масштаба и поддерживает визуальный образ бренда.

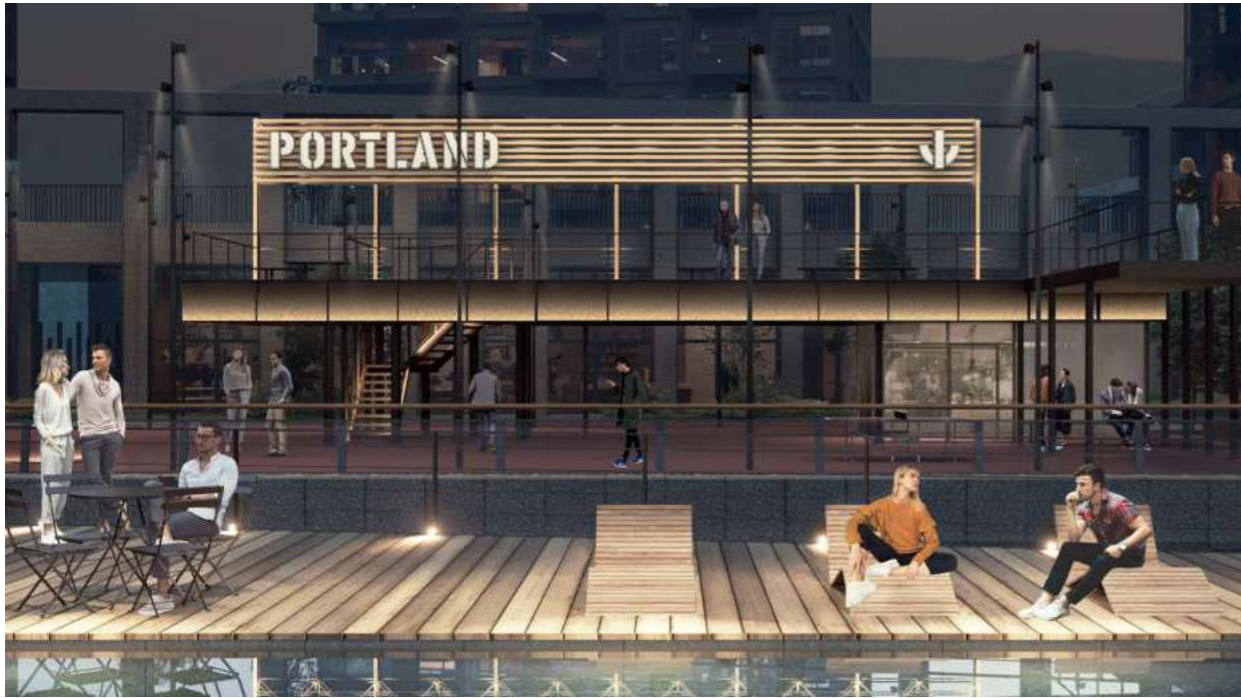






PORTLAND

FORUM



**PORTLAND**

**START → ПРОДАЖ**

\*Portland - партнер, форма - форма  
Дистрибуция ООО ИС «РИВЕРСайд»  
Рекламная кампания на сайте www.dsm.ru

[portland.forma.ru](http://portland.forma.ru) **FORMA**

PORTLAND



МОЙ  
ПЕРВЫЙ  
→ ВЕЛОСИПЕД  
ДО РАБОТЫ

Новый  
архитектурный  
проект на реке

[portland.forma.ru](http://portland.forma.ru)

\*Portland — портленд, форма — форма.

FORMA



# PORTLAND



ДОМ С ОТКРЫТЫМ  
БАССЕЙНОМ

\* Portland — Портленд. Forma — Форма.  
Застройщик ООО «СЗ «РИВЕРСАЙД».  
Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

FORMA



# PORTLAND

A close-up photograph of a person wearing a light pink jacket and a blue visor. The person's face is partially obscured by the visor and they are looking downwards. The background is a soft, out-of-focus sky.

Спешите  
спешиться

86

Из пригорода  
в деловой центр

42

**ЖИЗНЬ КАК  
ПРИКЛЮЧЕНИЕ**

12

**PORTLAND**

**PORTLAND**

**PORTLAND**

**PORTLAND**



**PORTLAND**