

МОСКВА, декабрь 2021

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Проект застройки



Транспортная доступность

УЧАСТКА

Расстояние до метро:

- **Метро Внуково (перспективное)** Открытие станции запланировано на 2023 год.
<https://stroj.mos.ru/metro/station/85>

Расстояние до участка по дороге составляет 3,2 км.

От участка:

до Сити – менее часа (50-55 мин).

до аэропорта Внуково (на транспорте) –15 мин.

Общественный транспорт:

Ближайшие железнодорожные платформы:





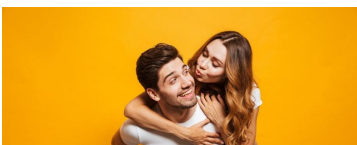

- Толстопальцево, Киевское направление, 2,5 км. по дороге. Время до Киевского вокзала 45 мин., 9 остановка.
- Аэропорт (старая платформа) Киевское направление, по дороге 2,3 км. Время до Киевского вокзала 42 мин., электрички ходят редко

Личный автотранспорт (по дорогам):

- до Боровского шоссе – 0,4 км
- До Киевского шоссе – 5 км
- до Минского шоссе – 18 км
- до МКАД – 28 км

Целевая аудитория

ПРОГНОЗ ПРИВЛЕЧЁННОЙ ЦА

	Самостоятельное проживание, включая "квартиры-пиджаки" (женщины до 50 лет + мужчины до 55 лет)	15 %
	Инвесторы	15 %
	Покупка детям	13 %
	Старшее поколение (люди пенсионного возраста)	5 %
	Пары без детей (до 50 лет)	20 %
	Семьи с детьми (семьи с одним или несколькими детьми + неполные семьи + семьи из нескольких поколений)	32 %

Цена объекта позволит привлечь часть аудитории ориентированной на приобретение жилья с более низкой по сравнению с локацией стоимостью квадратного метра, которая за более низкий бюджет сможет приобрести продукт.

- молодая аудитория (стартеры), для которой это будет первое жилье, среди них высокая доля регионалов;
- жители локации поселения Внуковское, проживающие в старом фонде
- жители дальнего Подмосковья, для которых принципиальна московская прописка и доступность метро;

Корме этого, близость аэропорта, а также высокий уровень дохода его сотрудников позволяет рассматривать данный сегмент как потенциальную потребительскую аудиторию.

Также этот комплекс будет интересен покупателям, чьи деловые интересы связаны с Москвой и регионами (т.н. «квартира для пиджака»).

Самостоятельное проживание, вкл. "квартиры для пиджака"	С / 1К / 2Е
Пары без детей	2К / 3Е
Семьи с одним ребёнком	2К / 3Е / 3К / 4Е

Семьи с 2мя и более детьми	3К / 4Е
Старшее поколение	1К / 2Е
Покупка детям	С / 1К / 2Е
Инвесторы	С / 1К / 2Е



Основания



1. **Характеристики аудитории.** В силу особенностей проекта основными потребителями будут являться молодые люди, для которых данная покупка будет первым собственным жильем. Среди них будут и одиночки, и молодые пары, и семьи, имеющие или планирующие в ближайшем будущем детей. Они нацелены на развитие и успешную карьеру, для них покупка квартиры - очень важный и серьезный шаг, кардинально влияющий на их жизнь.

Многие из них приехали из различных регионов России и являются носителями региональной культуры, для них актуальна эмоциональная связь с малой родиной.

2. **Бюджет покупки.** Относительно невысокий (по сравнению с другими проектами локации) ценник позволит приобрести жилье тем, кому не подходят финансовые условия прочих комплексов.
3. **Окружение.** Отсутствие городской застройки в локации и, соответственно, концентрация основных инфраструктурных внутри застройки, а также отсутствие транзитных потоков задают высокий уровень социального общения внутри ЖК и налаживание добрососедских отношений.
4. **Транспортная доступность.** Близость аэропорта Внуково дает возможность быстро и комфортно перемещаться по стране и миру, в том числе навещать друзей и родственников, аэропорт является связующим звеном с малой родиной. Также аэропорт дает возможность комфортно путешествовать и совершать деловые перелеты. Открытие метро Внуково в 2023 году позволяет добраться от аэропорта до Делового центра менее чем за час (расчетно – 45 мин.), а время пути до объекта в центре Москвы от ЖК составит около 1ч 15 мин.



Основная идея

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

В качестве эмоциональной основы предлагается идея старта, взлета, хороших ожиданий от самостоятельной жизни, отправной точки дальнейших достижений и открытий, большого путешествия (здесь понятие путешествие используется в широком смысле).

Данная идея:

- Является дополнительным объединяющим эмоциональным мотиватором к покупке.
- Позволяет представить близость аэропорта (негативный фактор) в положительном ключе.
- Отвечает на общественный запрос (стремление к самостоятельности, успеху).

Смысловые акценты

- Твой взлет, начало нового пути
- Первый шаг к лучшему
- Начало большого путешествия
- Новая малая родина
- Сохранение связи с семьей и близкими



РЕАЛИЗАЦИЯ



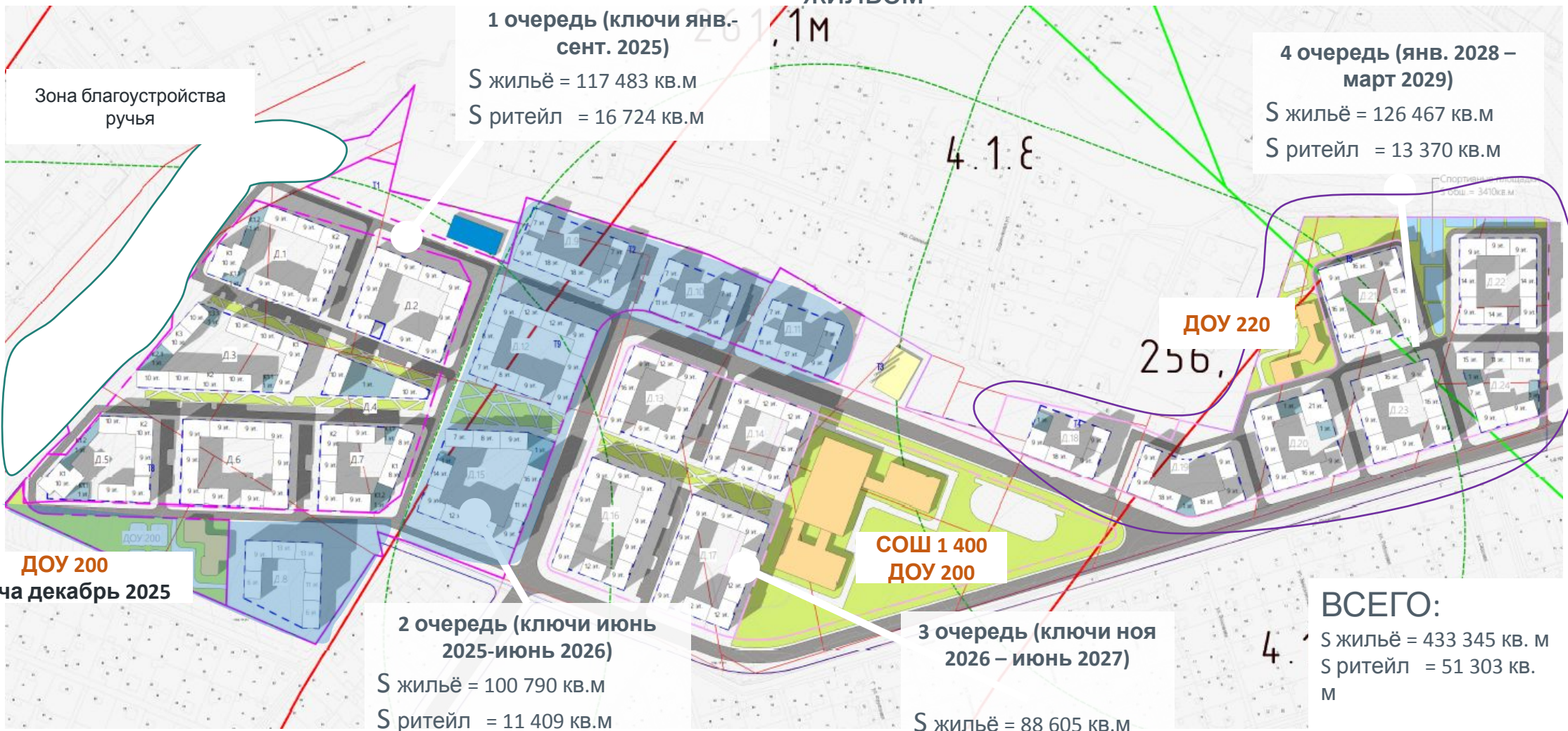
Продуктовые решения, оптимальные для ЦА, подчеркивающие эмоциональную связь с малой родиной

<p>(регионами России)</p> <p>1. Архитектура, планировочные решения и внешний облик</p>	<p>Соразмерная человеку этажность (в основном 9-12 этажей), современная архитектура, разнообразие доступных по бюджету вариантов квартир (около 60% квартир площадью до 50 м²). Различные варианты отделок.</p> <p>Цветовое решение фасадов реализовать согласно климатическим зонам России (например - европейские мотивы (северная и центральная часть), южные мотивы (Краснодар, Крым), северные - Урал, Сибирь, дальневосточные (Магадан, Камчатка, Сахалин).</p>
<p>2. БИО</p>	<p>В благоустройстве использовать цвета, мощения и МАФЫ в соответствии с цветами той или иной климатической зоны, предусмотреть данный фактор в озеленении, освещении, навигации.</p> <p>Предусмотреть спортивные площадки подходящие для игр, характерных для разных народов России, в том числе необходимый инвентарь и описание правил (вариант: организация "мастер-классов" по различным играм).</p> <p>В общественных местах предусмотреть возможность проведения мероприятий (выставок, ярмарок, народных праздников), размещений изображений (например, труднодоступные достопримечательности России, по аналогии с фотовыставками на московских бульварах галерейного формата).</p> <p>Средствами БИО обыграть исток/приток ручья как символ начала, старта.</p>
<p>3. Дизайн МОП</p>	<p>Использование народных узоров, орнаментов, силуэтов и других приемов в оформлении входных МОП и типовых этажей.</p> <p>Использование панорамных изображений достопримечательных мест/природных зон.</p> <p>Использование природных материалов/имитаций характерных для определенных регионов.</p>
<p>4. Коммерческие и общественные помещения</p>	<p>Коворкинг, соседский центр, рассмотреть возможность организации общественных прачечных – т. е. функций, востребованных молодежью.</p> <p>Объем инфраструктуры позволяет реализовать все необходимые запросы, предусмотрены помещения под супермаркеты, спортивные объекты, рестораны и кафе (в том числе представляющие национальные кухни), детские образовательные центры, медицинские объекты, аптеки, бытовые услуги и пр. Возможность работать рядом с домом.</p>

Генеральный план

ПО ЭТАПАМ ЗАСТРОЙКИ

Насыщенная социальная инфраструктура создается в один год с первым жильем



1 очередь (ключи янв.-сент. 2025)
 S жильё = 117 483 кв.м
 S ритейл = 16 724 кв.м

4 очередь (янв. 2028 – март 2029)
 S жильё = 126 467 кв.м
 S ритейл = 13 370 кв.м

ДОУ 200
 сдача декабрь 2025

2 очередь (ключи июнь 2025-июнь 2026)
 S жильё = 100 790 кв.м
 S ритейл = 11 409 кв.м

3 очередь (ключи ноя 2026 – июнь 2027)
 S жильё = 88 605 кв.м
 S ритейл = 9 800 кв.м

ВСЕГО:
 S жильё = 433 345 кв. м
 S ритейл = 51 303 кв. м



РЕФЕРЕНСЫ



1. Использование панорамного изображения и элементов природного стиля, характерных для европейской части России в оформлении МОП



3. Уличное кафе в южном стиле



2. Игры финно-угорских народов



4. Озеленение соответствующее степной зоне России



МОСКВА, декабрь 2021

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!