



ОТКРЫТЫЙ КОНКУРС НА ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО СОЗДАНИЮ КОНЦЕПЦИИ АЙДЕНТИКИ ПРИРОДНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПАРКА «КУСКОВО»

О содержании конкурсного задания

Природно-исторический парк «Кусково» имеет название, но не имеет бренда, его создание только начинается.

Потребность в разработке пакета айдентики обусловлена необходимостью качественно улучшить все виды коммуникации с различными аудиториями – посетителями/потенциальными посетителями лесопарка, начиная от жителей района и до потенциальных арендаторов торговых объектов на его территории.

Появление бренда территории рассматривается как самоидентификация и первый шаг к смене языка общения с целевыми аудиториями. Также, существует проблема обособления территории лесопарка от несвязанной с ним административно усадьбы Кусково, которая, с одной стороны, является сильным «магнитом», привлекающим посетителей, с другой, скрывает уникальный природный ландшафт.

В рамках конкурса предполагается получить логотип, который станет основой языка бренда и несколько примеров его практического использования - шаблон презентации, эскиз главной Интернет-страницы сайта лесопарка, элемент навигации и информационный стенд.

Необходимы также рекомендации по шрифтам и цветовым решениям.

Целевая аудитория

Целевой аудиторией лесопарка являются москвичи, проживающие в пределах пешей доступности.

Тем не менее, существует необходимость сделать акцент на активных людях возрастом до 40 лет. Особенно ценным представляется привлечение сообществ, способных реализовать себя в парке, привнести туда новые активности и ценности. Это могут быть художники, спортсмены, эко-активисты.

В данном случае проживание в зоне пешей доступности от территории лесопарка не является важным критерием.

Бренд парка нужно, в том числе, рассматривать как оболочку для таких активностей. В то же время необходимо помнить, что постоянной и важной целевой группой являются пожилые люди, в настоящее время регулярно посещающие парк.

Основная деятельность

В рамках своей деятельности лесопарк преследует две противоречащие друг другу цели.

С одной стороны, обеспечивает сохранность природного богатства территории, принадлежащей городу, а с другой, ее максимально эффективное использование горожанами. Предлагает им различные виды отдыха и, самое главное, возможность практически мгновенно переместиться из урбанизированной среды в природную, располагающую к эмоциональному и физическому отдыху в черте мегаполиса.

Уникальность проекта

Уникальность бренда природно-исторического парка «Кусково» определяется имеющим место сочетанием исторического и культурного наследия с привлекательным природным ландшафтом. Более того, лесопарк является искусственным природным ландшафтом. Исторически в этих границах не существовало лесного массива. Территория лесопарка

«Кусково» изначально связана с театром и искусством иллюзии, творческими профессиями. И сегодня она является творческим, креативным центром для окружающих его спальных районов.

Эмоциональное содержание айдентики

При визуальном контакте с элементами айдентики у горожанина должно появляться ощущение успокоения, расслабления, отсутствия неприятных неожиданностей. Она должна нести обещание дружелюбия и контраста с чувствами, переживаемыми в пространстве городских улиц, говорить о возможности остаться наедине с близкими людьми или даже самим собой, обдумать что-то важное.

Конкуренты

Прямыми конкурентами природно-исторического парка «Кусково» являются Парк культуры и Отдыха «Кузьминки» и Парк «Радуга».

Преимуществами лесопарка «Кусково» в сравнении с конкурентами являются

- Удобная доступность для части целевой аудитории
- Уникальный пейзаж, создаваемый элементами ландшафта и главным зданием усадьбы
- Соседство с музеем, обладающим сохранным архитектурным наследием и богатым контентом
- Сочетание природного и регулярного парка

Видение будущего природно-исторического парка «Кусково»

Парк может стать контрастным дополнением мощного транспортного узла, ТПУ «Рязанская», который в обозримом будущем появится на пересечении Кожуховской линии метро, МЦК и второй кольцевой линии.

Следует ожидать качественного изменения транспортной ситуации в прилегающей зоне, в том числе, вдоль линии железной дороги, идущей к нему по границам лесопарка и появления больших объемов деловой и иной недвижимости, а как следствие, платежеспособного спроса.

Также ожидается строительство станции метро «Стахановская» и массивная жилищная застройка на территории бывшей промзоны вдоль Рязанского проспекта, в пределах пешеходной доступности от лесопарка.

Реализующаяся стратегия развития Юго-Востока Москвы диктует новую иерархию входов, связанных с зонами парка, имеющим свою специфику и логику обустройства дорожно-тропиночной сети. Это не противоречит идее сохранения имеющегося природного ландшафта. Изменятся и станут более удобным и востребованными, за счет перепланировки, территории, которые уже подверглась сильному антропогенному воздействию.

Дороги, пересекающие парк, должны превратиться в свободные от автомобилей аллеи с отдельными полосами для гуляющих, занимающихся спортом и велосипедистов, роллеров и проч.

Есть перспектива придания лесопарку «Кусково» нового качества за счет возрождения английского пейзажного парка, который может стать одной из его достопримечательностей. Парк должен стать местом встреч для различных городских сообществ.

Качественно изменится состав арендаторов, оказывающих услуги на территории лесопарка. Произойдет расширение пакета этих услуг, приближение их к потребностям людей, посещающих лесопарк с целью отдыха и творчества.

Дизайн малых форм и архитектура павильонов будут существенно улучшены.

Критерии оценки логотипа

В отношении дизайна логотипа должны быть применимы следующие критерии: узнаваемость, современность, оригинальность, функциональность, универсальность лаконичность, понятность.

Наши ценности

Глубинной потребностью аудитории, которую разделяют «собственники» бренда является необходимость иметь «место покоя» и природную среду рядом с домом.

Также ощущается необходимость идентифицировать себя и определять свое место жительства в городе через располагающуюся рядом природную территорию.

Миссия природно-исторического парка, как учреждения состоит в том, чтобы работать с людьми, имеющими разный жизненный опыт, культурный уровень, потребности, предлагая программу активностей, которые помогают сохранить природное богатство и сам лесопарк «Кусково».

Критериями успешности этой работы являются сохранность существующей природной среды, количество посетителей, их удовлетворенность.

А также количество людей, которые при определении своего места жизни в Москве используют название лесопарка в качестве идентификатора.

Для того, чтобы добиться желаемого результата мы проявляем такие черты характера как: оптимизм, практичность и любовь к живой природе во всех ее проявлениях.