годовые отчеты, буклеты и брошюры

годовые отчеты

буклеты и брошюры

студия брендинга DEZA

DEZZA

DEZZZA.RU

Мы — студия брендинга
из Петербурга.

Создаем и обновляем бренды,
вносим свежее видение,
знания и опыт в истории наших
клиентов.

В работе придерживаемся
простой формулы: сочетаем
стратегию, креатив и азарт.

с 2004
В ПРОФЕССИИ

100%
ЧУВСТВО ЭМПАТИИ

ВХОДИМ
В СОСТАВ
АБКР

© Studio DEZA, dezzza.ru

годовые отчеты

© Studio DEZA, dezzza.ru

Годовой отчет РУСАЛ
об устойчивом развитии

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
Русал

задача
Разработать печатную версию отчета об устойчивом развитии «Русала» на трех языках (русском, английском и китайском).

этапы проекта

- **креативная концепция**
  Дизайн-концепция отчета трактует устойчивое развитие как уверенное стремление вверх, постоянный рост и достижение новых высот. В визуальном решении мысль раскрывается активными вертикалями — как в фотоимиджах, так и в дополнительной графике.
- **дизайн и верстка издания**
  На многих фото устремленность созданий природы и творений человека в высоту усилена не самым обычным ракурсом съемки — снизу вверх — становясь очевидной и ощутимой.

  Разновысотные вертикали (линии и столбцы) на страницах отчета используются как элементы графиков, числовых выкладок и тому подобного, поддерживая общую концепцию движения вверх. Такой графический прием создает впечатление роста и масштабируемости.

  Природная цветовая гамма отсылает к экологической тематике — важнейшему аспекту устойчивого развития и работы «Русала».
- **переверстка на английский и китайский язык**

© Studio DEZA, dezzza.ru

Годовой отчет РУСАЛ
«В стремлении к балансу»

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
Русал

задача
В 2021 году компания «Русал» объявила о ряде знаковых инициатив: снижение нагрузки на окружающую среду, декарбонизация производства, улучшение всех экологических показателей. Экологическая ответственность — приоритет развития компании сегодня. Это было необходимо отразить в визуальной концепции годового отчета.

этапы проекта

- **концепция**
  Дизайн-концепция говорит о балансе — производства «Русала» и природы, окружающей среды. И речь не только об углеродной нейтральности и стремлении к нулевому уровню выбросов. Мы говорим об экологичности компании как о близости к природе и неразрывной связи с ней, о равновесии интересов внутреннего и внешнего, о прозрачной деятельности и «зеленой» продукции.
- **дизайн и верстка издания**
  Визуально основная мысль концепции решена понятной метафорой. Ключевые фотоимиджи — природные объекты и изделия из алюминия — соединены таким образом, что представляют собой практически единое целое.

  Выбранный нами стилистический подход позволяет отразить тему баланса деятельности компании и окружающей среды, их плотного и постоянного контакта, равнозначности профессиональной и природной жизни.

© Studio DEZA, dezzza.ru

Годовой отчет РОСНАНО
«Движение к цели»

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
РОСНАНО

задача
Разработать краткую печатную версию годового отчета «Роснано». Главные требования к оформлению этого в первую очередь имиджевого документа — презентабельность, лаконичность и строгость, отражение инновационности и технологичности в деятельности «Роснано».

этапы проекта

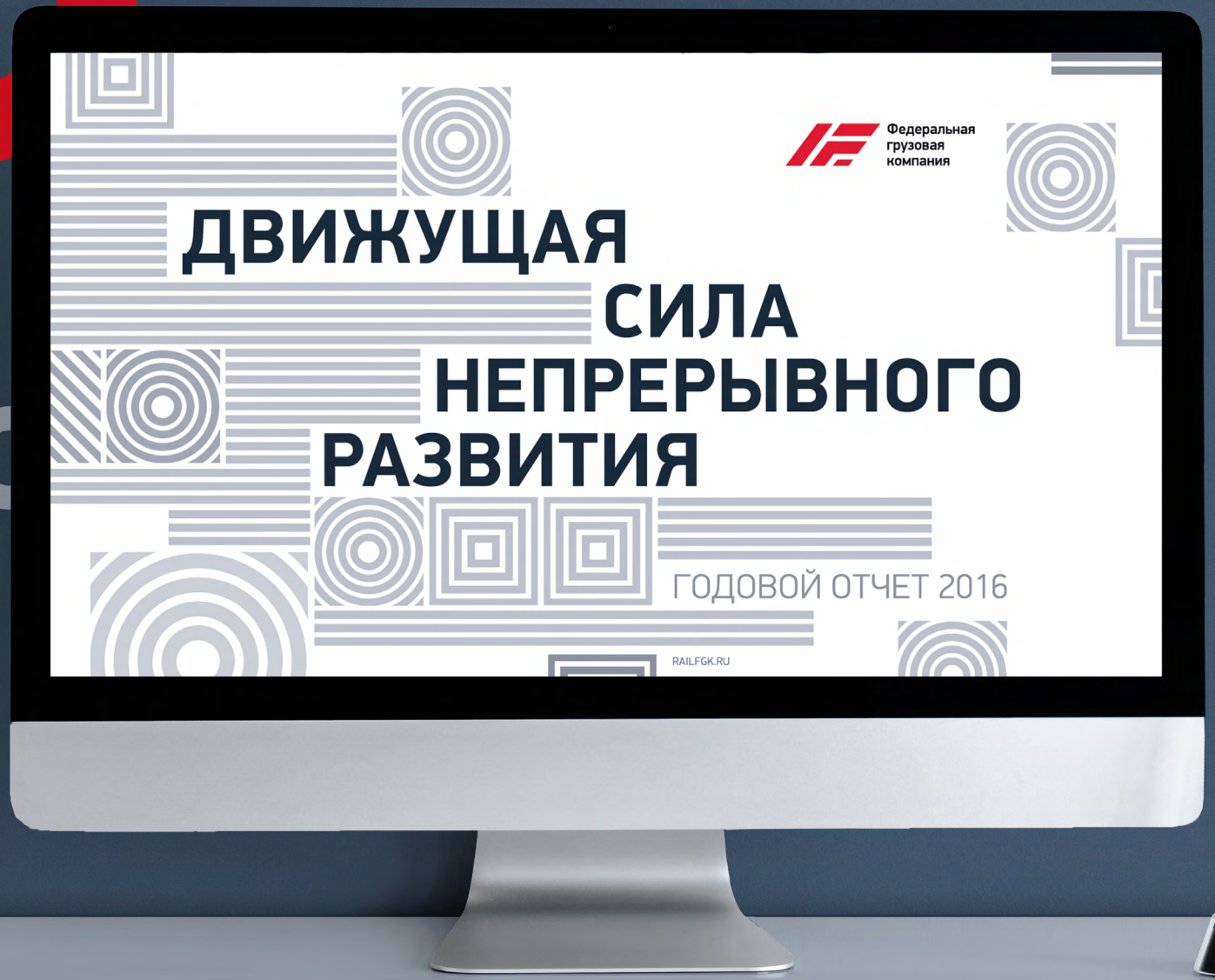
- **креативная концепция**
  Роснано осуществляет системную и последовательную работу для постоянного эффективного развития российской нанотехнологической отрасли; корпорация включена в мировые тенденции и инициативы, соответствуя им и являясь их неотъемлемой частью.
- **дизайн и верстка издания**
  Эта мысль раскрывается визуальным решением годового отчета, основной элемент которого, сплетенные динамичные линии, иллюстрирует тему системности, последовательности, развития и интегрированности «Роснано».

  В оформлении отчета прослеживаются отсылки к стилю хай-тек, лаконичному, чистому и строгому, с лейтмотивом современного взгляда, высоких технологий, актуальных научных разработок.
- **печать издания**

© Studio DEZA, dezzza.ru

Подробнее о проекте

Годовой отчет ФГК «Движущая сила непрерывного развития»



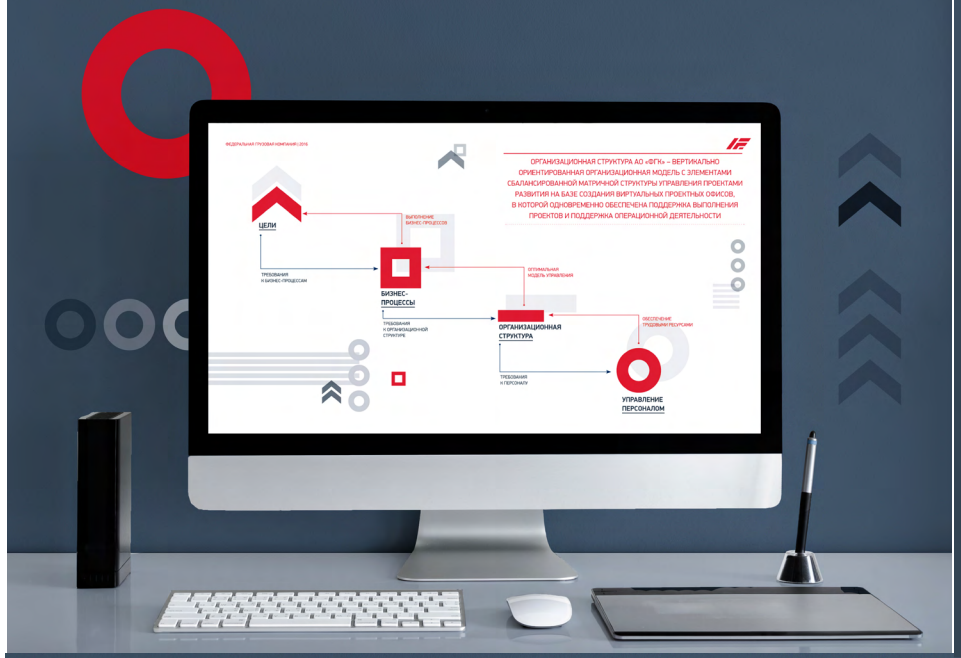
© Studio DEZA

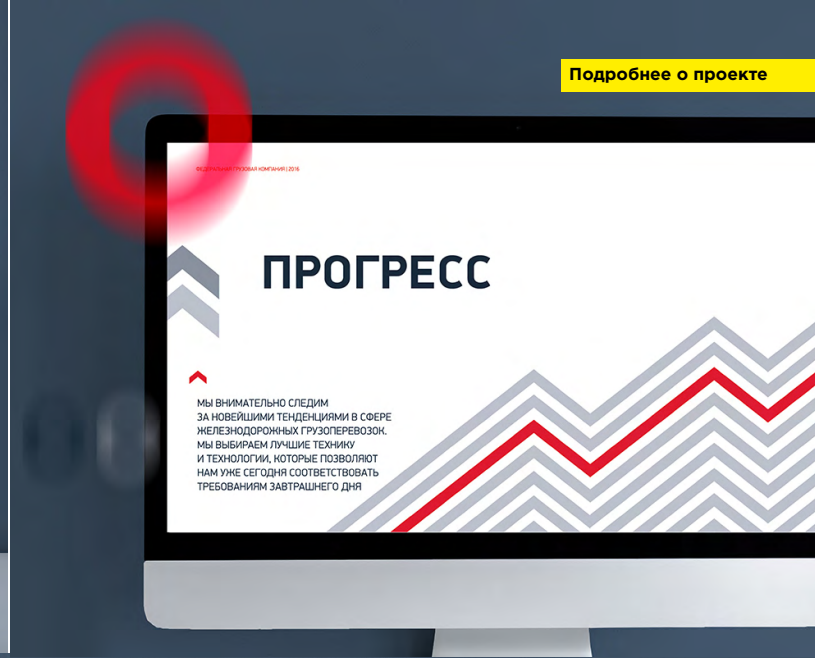
клиент
ФГК, Федеральная грузовая компания

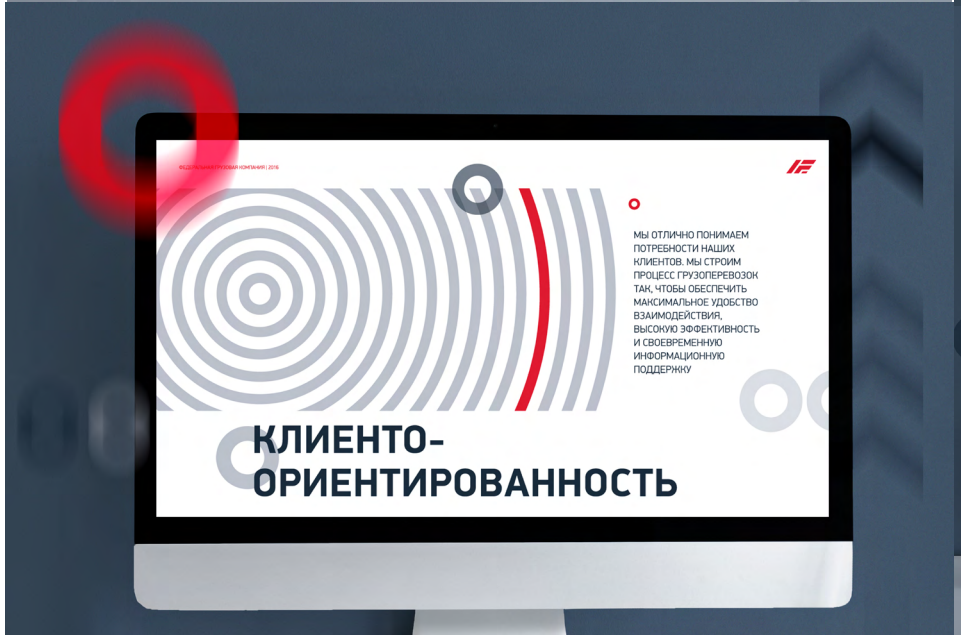
задача
Наш проект по обновлению визуальной концепции Федеральной грузовой компании находился на завершающем этапе, когда компания предложила нам оформить с использованием новой айдентики свой годовой отчет. Таким образом этот электронный годовой отчет должен был решать две задачи: традиционно сообщить об итогах трудового года ФГК и представить аудитории свежую фирменную символику компании.

этапы проекта

- **креативная концепция**
  С самого начала работы мы с ФГК пришли к мнению, что в оформлении отчета достаточно только новых разнообразных геометрических стилеобразующих элементов. Иных, дополнительных выразительных средств типа фотоимиджей не требуется — они в данном случае просто излишни.
- **дизайн и верстка издания**
  Результатом такого подхода стал документ, соединяющий в дизайне лаконичность с динамикой и подвижностью (а тема энергичного движения обозначена прежде всего в генеральном слогане ФГК).
  Фирменная айдентика иллюстрирует здесь темы разделов и поддерживает подачу графиков и диаграмм — она органично вписалась в контекст и контент годового отчета Федеральной грузовой компании.







© Studio DEZA, dezzza.ru

Годовой отчет ФГК «Сила в составе»

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
ФГК, Федеральная грузовая компания

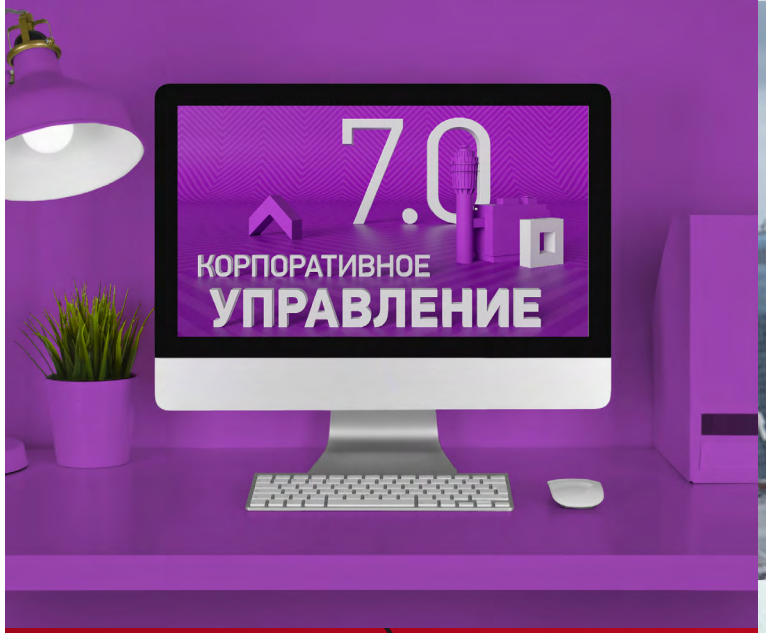
задача
В оформлении электронного годового отчета ФГК предложила нам развить концептуальную и визуальную линию предыдущего отчета, подав концепцию и фирменную айдентику в новом ракурсе.

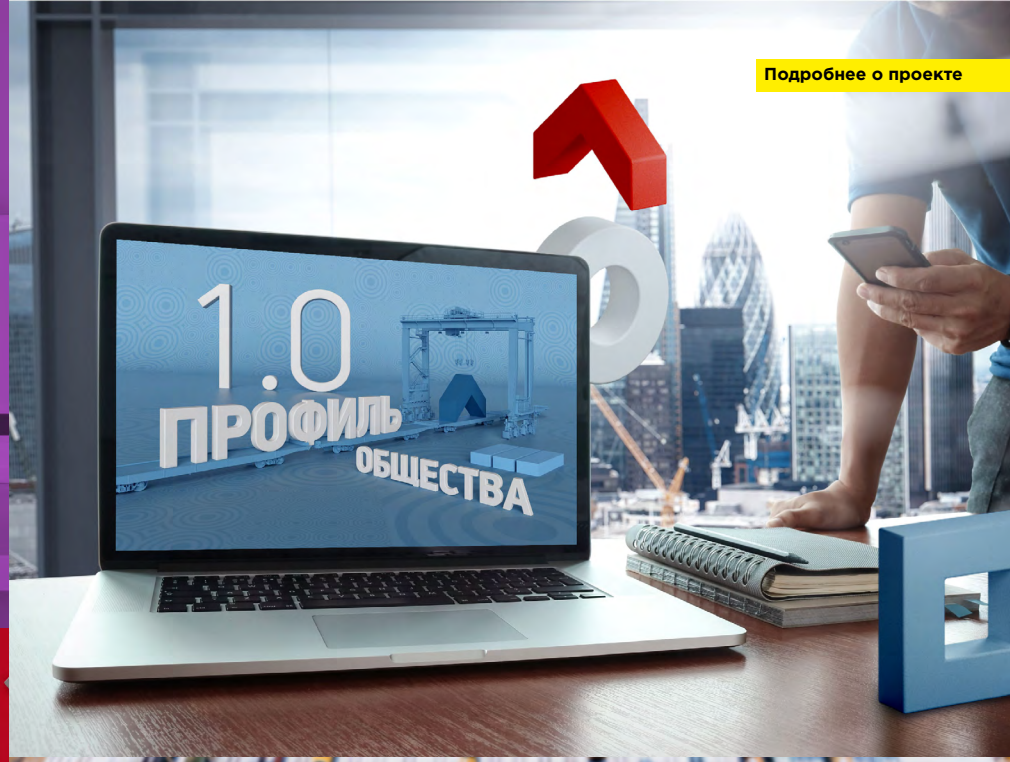
этапы проекта

- **креативная концепция**
  В названии отчета мы использовали слово «сила», одно из ключевых для ФГК, и понятие «состав», которое здесь многозначно: от традиционного железнодорожного состава — до роли ФГК в составе отрасли и вообще жизни России. Наконец, годовой отчет тоже состав — итогов, фактов, достижений.
- **дизайн и верстка издания**
  Визуальная концепция построена на 3D-графике, в ряде случаев взаимодействующей с фотоимиджами. Иллюстрации представляют айдентику ФГК, объекты инфраструктуры и средства труда, значимые цифры — в офисном интерьере, как бы глазами читателей годового отчета.

  Таким образом мы отразили объемность и осязаемость всего состава показателей — от процессов на железных дорогах России до результатов на экранах и мониторах аудитории ФГК.

© Studio DEZA, dezzza.ru





Годовой отчет
«АЛРОСА»

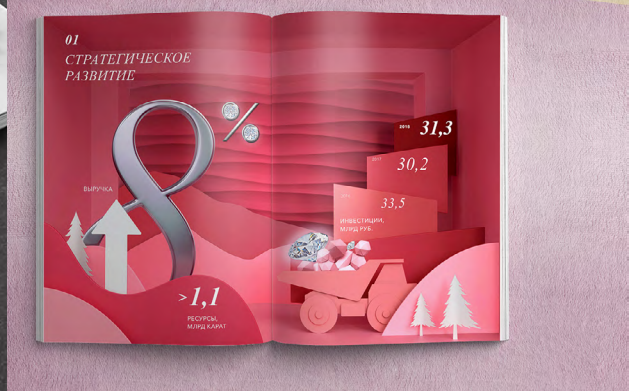
© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
АЛРОСА, лидер алмазодобывающей отрасли России и мира

задача
Разработать концепцию печатной и электронной версии годового отчета компании АЛРОСА

этапы проекта

- **креативная концепция**
  В основу дизайна отчета легла концепция витрины ювелирного магазина
- **дизайн и верстка издания**
  Каждый новый раздел отчета предваряется шмуцтитулом, который отражает схему одного из процессов компании: добычу, огранку, сбыт. За основу многослойных иллюстраций для шмуцтитулов взяты важнейшие графики из соответствующих разделов. С помощью трехмерных элементов важные показатели графиков становятся стилеобразующими объектами витрины, на которых разложены ювелирные украшения. Главная задача каждого раздела показать, что за графиком в отчете стоит конкретный потребитель, а не только эксперт или партнер.
  Важные отчетные данные в каждом разделе представлены с помощью знаков инфографики, оформленных в единой стилистике с элементами шмуцтитулов.
- **печать издания**



© Studio DEZA, dezzza.ru

задача

Продолжать концепцию витрины ювелирного магазина, которая использовалась в оформлении основного годового отчета и разработать социально-экологический отчет.

решение

- Акцент социального годового отчета сфокусирован на активном участии компании в социальных проектах и заботе об окружающей среде. Каждый новый раздел предваряется шмуцтитулом, который отражает показатели достижений компании в социальной сфере. С помощью трехмерных элементов важные показатели деятельности становятся объектами витрины, на которых разложены алмазы и бриллианты.
- Ключевые данные в каждом разделе представлены с помощью знаков инфографики, оформленных в натуральных природных цветах. Динамику и живость текстовым блокам придают фотографии сотрудников компании и живописные пейзажи мест добычи алмазов.
- Результатом работы стал имиджевый документ, демонстрирующий, что главная ценность компании «Алроса» — ее сотрудники, а главная задача — забота о них и об окружающей среде.

Подробнее о проекте

© Studio DEZA, dezzza.ru

Центростремительный годовой отчет «РОСНО»

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
РОСНО

задача
Разработать годовой отчет, отражающий ценности компании.

этапы проекта

- **креативная концепция**
  Забота о клиенте лежит в основе деятельности РОСНО. Именно принцип клиентоориентированности лег в основу концепции корпоративного буклета компании и нашел образное и буквальное отражение на его страницах.
- **дизайн и верстка издания**
  Подобно планетарной системе, которая держится на силе притяжения центра, клиент — центр системы РОСНО, и все вращается вокруг него. Конструкция буклета такова, что клиент всегда находится в центре внимания — в центре внимания зрителя и в центре внимания компании.

  Дизайнерское решение подкупает своей простотой и наглядностью: только основная информация, которая может быть интересна клиентам и партнерам РОСНО, и четкие иллюстрации ценностного предложения компании.
- **печать и производство издания**

© Studio DEZA, dezzza.ru

буклеты и брошюры

© Studio DEZA, dezzza.ru

Имиджевый буклет об арктических проектах

© Studio DEZA, dezzza.ru

«Забота об окружающей среде и ее изучение — неотъемлемая часть проекта «Приразломное», который компания реализует в юго-восточной части Баренцева моря. Мы взяли на себя обязательство на постоянной основе вести производственный экомониторинг в районе разработки Приразломного месторождения и уже почти десять лет выполняем бессрочную программу сохранения биологического разнообразия. Компания также является постоянным участником заседаний экспертно-консультативного совета по изучению и сохранению атлантического моржа.

Наша многолетняя совместная работа с научно-исследовательскими центрами позволяет собрать уникальные материалы, доступ к которым открыт и которыми мы активно делимся с учеными и экспертами».

Ралиф Гильфанов
Операционный директор «Газпром нефть шельф»

«...почти десять лет выполняем бессрочную программу сохранения биологического разнообразия»

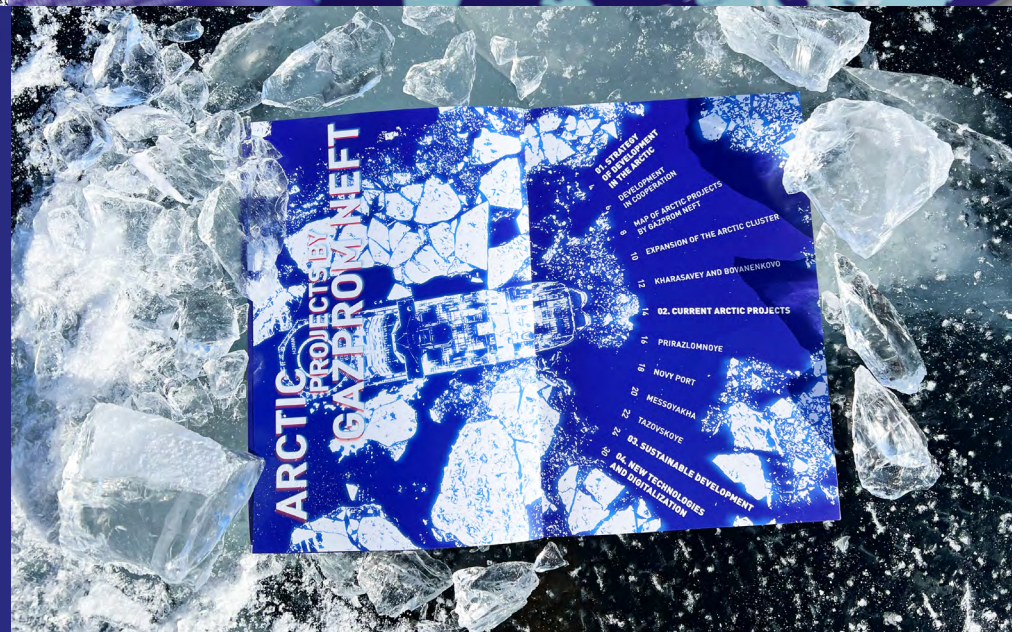
Юрий Лапсуй
Ведущий специалист «Мессояхнефтегаза» по работе с коренным населением

«Это только кажется, что тундра бескрайняя и ее необозримого пространства хватит на всех. На самом деле место здесь есть только для тех, кто пришел в этот дом с любовью и уважением. Рядом с Восточно-Мессояхским нефтепромыслом каждую зиму стоит почти два десятка чумов. Это 20 ненецких семей, более 60 человек и много тысяч оленей. Тундровики охотно ставят чумы рядом с нефтепромыслом.

Во-первых, здесь много ягеля — главной пищи оленей. А олень для ненца — смысл существования, оленеводство — не отрасль хозяйства, а образ жизни, основа национального уклада. Нефтяники очень бережно относятся к природе Арктики, поэтому на Восточной Мессояхе ягельных полян много.

Вторая причина популярности Мессояхских месторождений у оленеводов — добрососедские отношения, которые сложились между нефтяниками и коренными жителями этих мест. Хозяева тундры понимают: рядом с ними живут и работают надежные люди, которые в случае необходимости окажут любую помощь, помогут решить проблемы с продовольствием и доставкой в ближайший населенный пункт. Нефтяники проявляют уважение к представителям местного населения, не рыбачат, не охотятся, строят переходы для оленей, проводят субботники и рекультивируют земли, не посягают на священные для ненцев места.

«Хозяева тундры понимают: рядом с ними живут и работают надежные люди, которые в случае необходимости окажут любую помощь»



клиент
Газпром Нефть Шельф

задача
Разработать дизайн-концепцию имиджевого буклета об арктических проектах в 2021 году, а также создать его интерактивную версию. Цель — информирование аудитории о деятельности компании, повышение узнаваемости и формирование технологичного образа компании и отрасли.

этапы проекта

- **В направлении нового**
  В смысловом ряду дизайн-концепции прежде всего выражена тема стремления к развитию, обновлению, динамичному движению, активному действию. Мы отразили мысль о взаимосвязи людей с природой и друг с другом, перекличке слов и дел, многообразии и многоплановости процессов и проектов.
- **дизайн и верстка издания**
  Основной концептуальный прием — стилизация стереоэффекта как в типографике, так и в оформлении фотоимиджей. В первую очередь это проявляется в многослойности и эффекте оптической иллюзии. Такой подход поддерживает и усиливает общую многоплановую концепцию буклета.
- **интерактивная версия**
  Концепция интерактивной версии соответствует стилю печатного буклета: при скроллинге отдельные картинки соединяются в композиции, а при наведении курсора появляется информационная часть и цифровые показатели.

Подробнее о проекте

© Studio DEZA, dezzza.ru

Серия брошюр
компании «Евраз»

© Studio DEZA, dezzza.ru

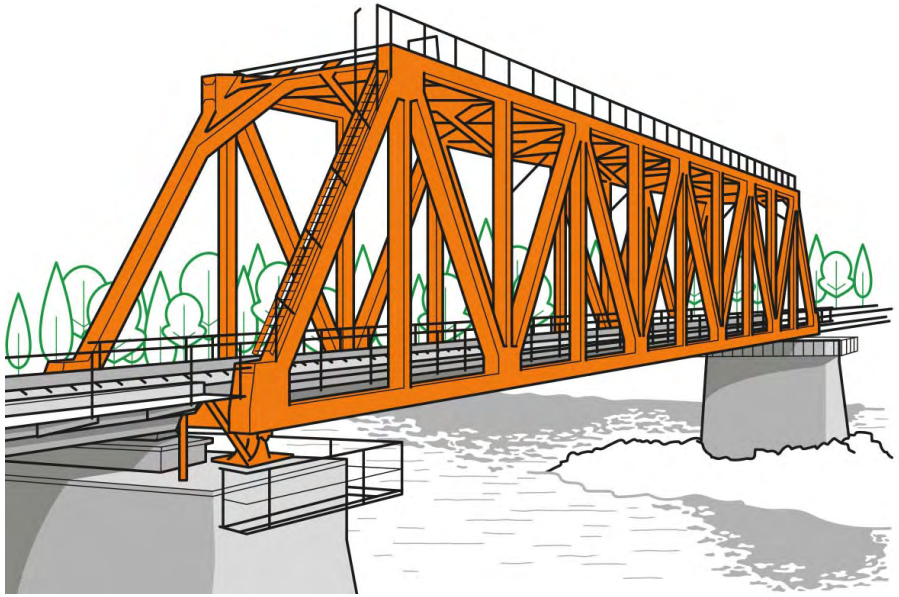
клиент
«Евраз» — международная металлургическая и горнодобывающая компания, лидер на рынках стального проката для инфраструктурных проектов.

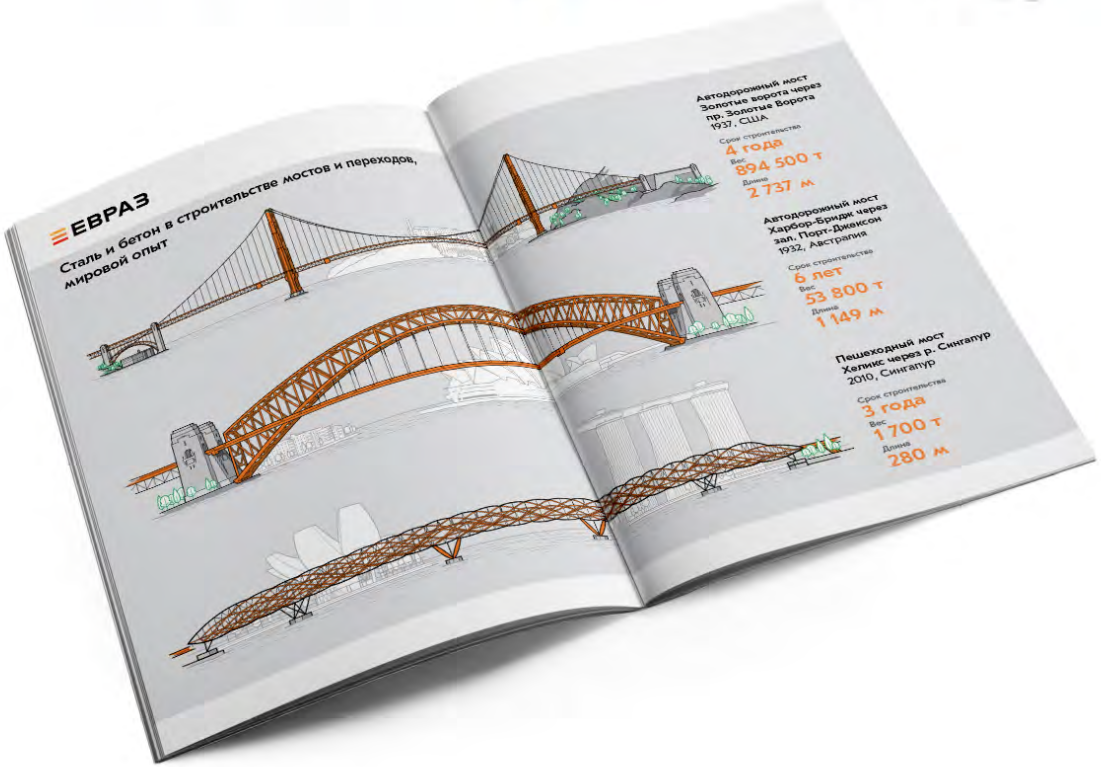
задача
Разработать серию каталогов «Развивая стальное строительство», продуктовые каталоги: «Нерудная продукция предприятий «Евраза», «Новые виды арматурного проката» и лифлет о стратегии «Евраза»

Наше сотрудничество с «Евразом» началось в 2014 году, а с 2020 года мы осуществляем дизайн-сопровождение, включающее отрисовку иллюстраций, 3D-моделирование объектов, дизайн и верстку различной полиграфической продукции: лифлетов, каталогов, брошюр и тому подобного. Все это скорее техническая, чем креативная работа, требует прежде всего грамотного и аккуратного обращения с элементами фирменного стиля «Евраза».

© Studio DEZA, dezzza.ru

Подробнее о проекте





© Studio DEZA, dezzza.ru

Серия буклетов
о компании «ТВЭЛ»

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент

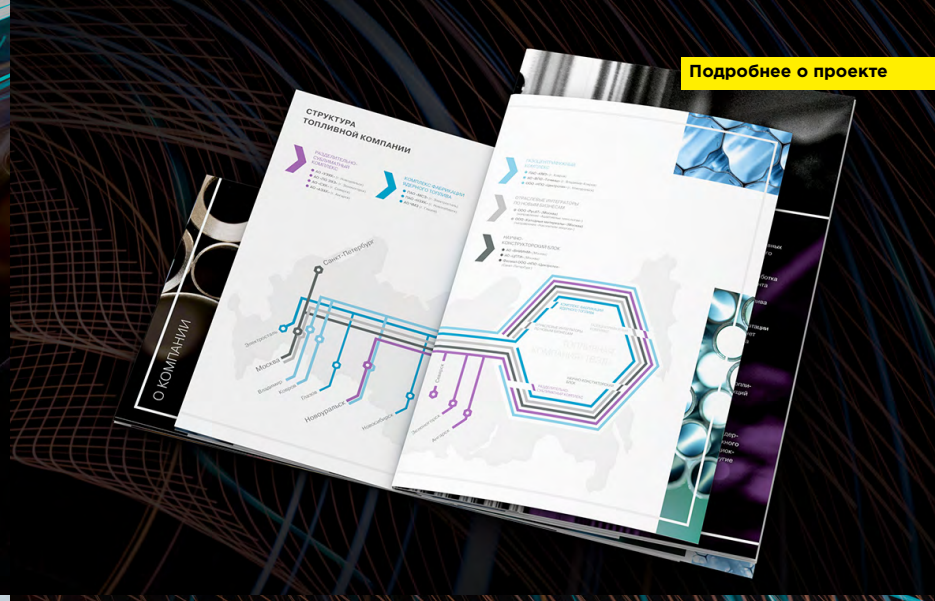
ТВЭЛ, поставщик ядерного топлива

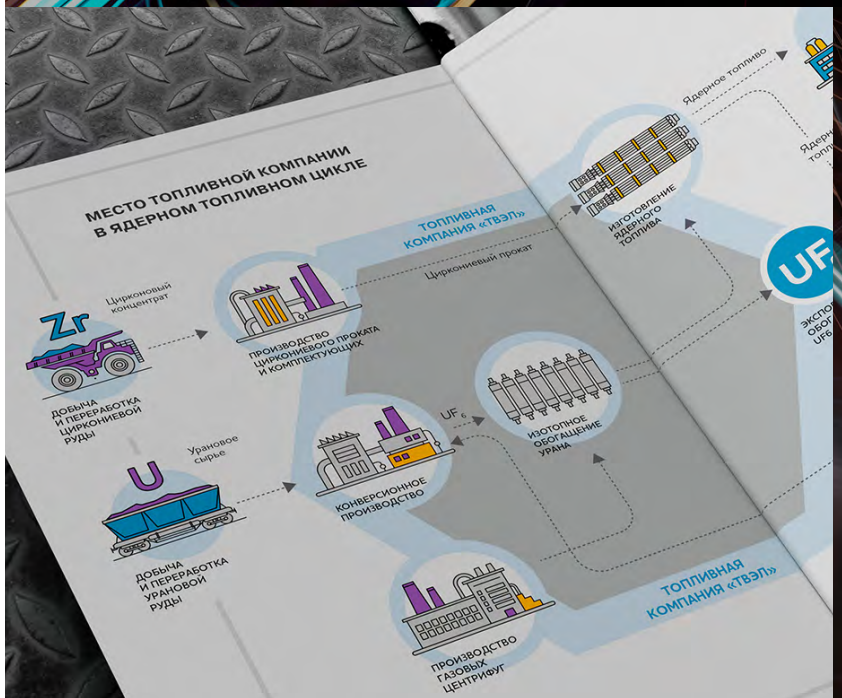
задача

Разработать дизайн серии брошюр. Цель — информирование широкой аудитории о деятельности компании, повышение узнаваемости и формирование положительного образа.

решение

- Особенность брошюр — нестандартная конструкция. Обложка и первые листы брошюры с основными фактами о компании решены в формате от меньшего к большему: каждый следующий лист имеет площадь больше, чем предыдущий. Таким образом наглядно раскрывается тема развития, постоянного повышения уровня. Кроме того, такое решение дает брошюре индивидуальный и узнаваемый вид.
- Верстка страниц характерна модульностью, позволяющей структурировать информацию, выделить ее основные блоки, сформировать определенный строгий и логический тон коммуникации с читателем. Статистические данные и процесс производства представлены с помощью знаков инфографики, выполненных в фирменных цветах компании.
- В качестве визуальной поддержки используются фотографии сотрудников компании и процессов производства, что усиливает имиджевый эффект, добавляет динамику и подчеркивает смысл представленной информации.





© Studio DEZA, dezzza.ru

Книга-путеводитель
по Петербургу

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
ФК «Зенит»

задача
Книга-путеводитель петербургского краеведа, писателя Льва Лурье, написанная вместе с дочерью Софьей, выпускалась футбольным клубом «Зенит». Мы оформляли историю, которая посвящена трем символам Петербурга: многоликому скульптурному льву, его прямому потомку, маскоту «Зенита», и самому «Зениту», входящему в число главных брендов нашего города.

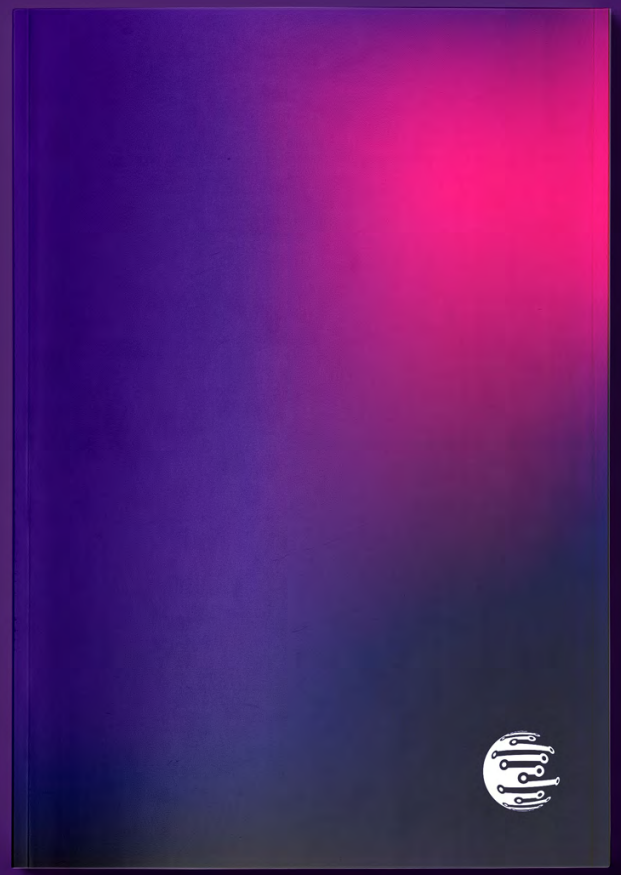
эжтапы проекта

- **креативная концепция**
  Книга предназначена в первую очередь фанатам «Зенита», призвана помочь интересно провести время в одном из самых красивых и атмосферных городов мира. Для этого в нашем случае выбран «львиный путь».
- **дизайн и верстка издания**
  Главные герои книги — 36 легендарных львов Петербурга и ближайших окрестностей. У каждого льва был собственный герб-портрет. Мы нарисовали легкие линейные иллюстрации. Они дают представление, где живет тот или другой зверь, что его окружает.

  Гуляя по городу и за городом, членов петербургского прайда можно увидеть одного за другим — книга рекомендует маршрут, с адресами и временем пути. Подходя к следующему льву, вы открываете книгу и знакомитесь с его историей.
- **печать издания**

© Studio DEZA, dezzza.ru

Имиджевый буклет о компании



02 Технологическая платформа

ТЕХНОЛОГИИ ОТРАСЛЕВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

02
Панель «Сотрудник»

Интерактивная аналитическая платформа динамической информации о рынке труда, сегментах и отдельных профилях работников, о ролях и профессиях, трендах и причинах текучести персонала, об изменениях заработной платы и ожиданиях сотрудников — в сравнении со смежными индустриями и компаниями.

ВЫЗОВЫ:

- Традиционное интервью мало эффективно
- Субъективные методы сбора данных дают пространства для манипуляций
- Трудность с оценкой экономических эффектов от HR-инициатив
- Карьерное сопровождение не целесообразно
- Сложные карьерные лестницы порождают бюрократию и тормозят развитие бизнеса
- Нужно управлять смешенными поколениями, люди становятся более мобильными

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ:

- **Оптимизация процесса набора (скорость, качество, затраты)**
- **Снижение ФОТ**
- **Мониторинг отклонений и причин роста текучести и снижения лояльности**
- **Влияние на географическую и индустриальную миграцию сотрудников**
- **Отслеживание целевого рынка сотрудников**
- **Приоритезация работы с кадровым резервом и развитием персонала**
- **Адаптация при изменении ситуации на рынке и в отрасли**

- Кто твой клиент?
- Откуда он пришел?
- Куда уходит?
- Где его привлечь?

Продукт включает в себя следующие сервисы:

- Управление и подбор персонала Human Resource Management
- Факторная аналитика на основе big data Data Scientist
- Разработка и внедрение систем управления Management Technolog

18 | 19

Рейтинги

Структура рынка

Доля ПМ

Структура рынка

20 | 21

Продолжение статьи на стр. 31

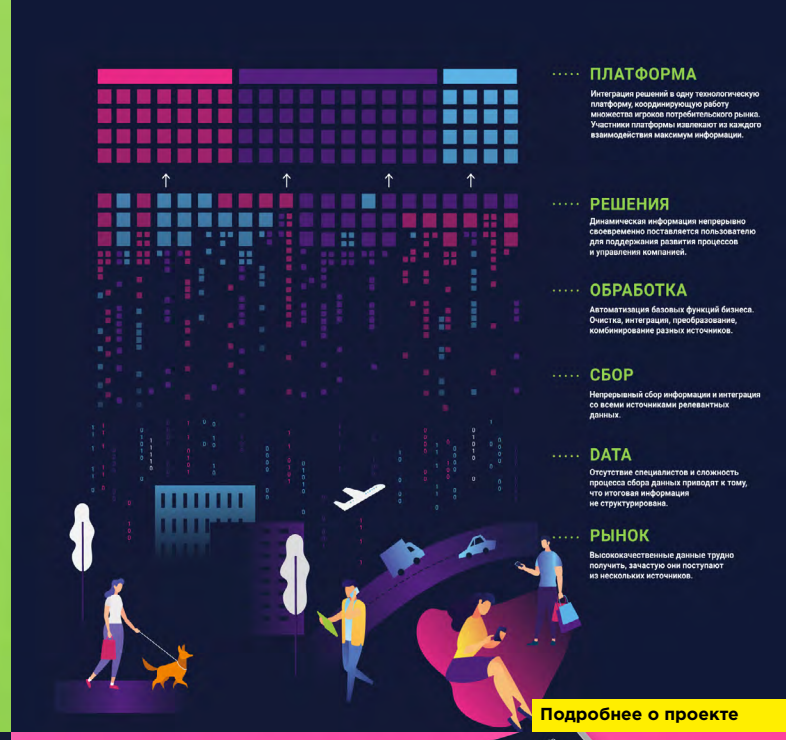
© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
ТОТ, информационно-технологическая компания

задача
Разработка имиджевого буклета, отражающего характер деятельности компании.

решение

- Стилистика буклета отсылает к «цифровым» трендам оформления сайтов. Общий стиль буклета задается уже на обложке и передается через сдержанный фирменный градиент: переход от черного через фиолетовый к розовому. Вместе эти насыщенные цвета создают ощущение движения, динамики и развития.
- Шмуцтитулы оформлены в единой контрастной относительно внутренних страниц цветовой гамме. Минимализм оформления шмуцтитулов позволяет выделить их, четко обозначать разделы, дать баланс и разрядку информационной наполненности буклета.
- Процесс работы компании отражен с помощью графиков и диаграмм, оформленных в фирменной цветовой гамме, и современной минималистичной иллюстрации. Информация внутри разделов представлена с помощью инфографических и иллюстративных вставок, демонстрирующих непрерывный поток информации, которым компания управляет.



Подробнее о проекте

© Studio DEZA, dezzza.ru

Буклет и видеопрезентация
о компании

Организация
лесоучета России

РОС
ЛЕС
ИНФ
ОРГ

© Studio DEZA, dezza.ru

клиент
Рослесинфорг, ведущая организация лесоучета России

задача
Разработать материалы к выставке, включая буклет о компании и видеопрезентацию.

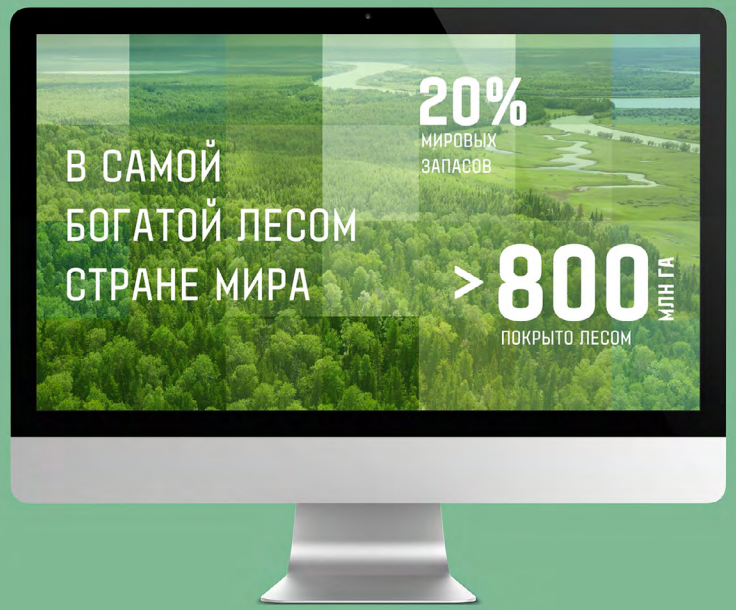
этапы проекта

- **дизайн-концепция**
  В основу дизайн-концепции легла новая айдентика «Рослесинфорга», разработанная нами в рамках общего ребрендинга компании. В итоге получилось современное издание с динамичным оформлением и удобным считыванием информации.

  Взаимосвязь цифровой информации и природы показана через основной графический элемент — квадрат, он же пиксель информации, он же фокус, анализируемая область леса на карте.
- **видеопрезентация**
  Параллельно велась работа над видеопрезентацией о компании, которая по стилистике должна была продолжать и поддерживать как сопроводительный буклет, так и весь обновленный образ «Рослесинфорга».
- **печать буклета**

© Studio DEZA, dezzza.ru

Подробнее о проекте



Серия брошюр-
справочников
МИФИ

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент

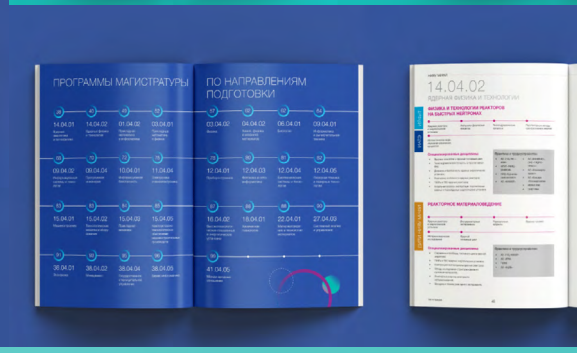
МИФИ, национальном исследовательский ядерный университет

задача

Разработать серию брошюр-справочников о Национальном исследовательском ядерном университете МИФИ. В брошюрах, предназначенных в первую очередь поступающим, необходимо отразить ключевые показатели деятельности университета, рассказать о направлениях институтов, передать образ современного и передового вуза.

решение

- В основе дизайна — концепция пространства образования и науки, ассоциативно связанная с темой серьезного, вдумчивого, углубленного подхода, масштаба и фундаментальности. Визуальное решение — насыщенная цветовая гамма с контрастными графическими элементами. МИФИ здесь представлен как бесконечная вселенная экспериментов и знаний с собственной силой исследовательского притяжения и погружения.
- Брошюры разделены с помощью палитры: она яркая и энергичная в брошюрах о бакалавриате и специалитете, более сдержанная, глубокая и «взрослая» — о магистратуре.
- Каждая брошюра серии включает в себя общую информацию о МИФИ, его истории, преимуществах образования и рейтингах, а далее — перечень всех институтов в составе университета с подробной информацией о направлениях обучения.



© Studio DEZA, dezzza.ru

Брошюра
о компании

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент

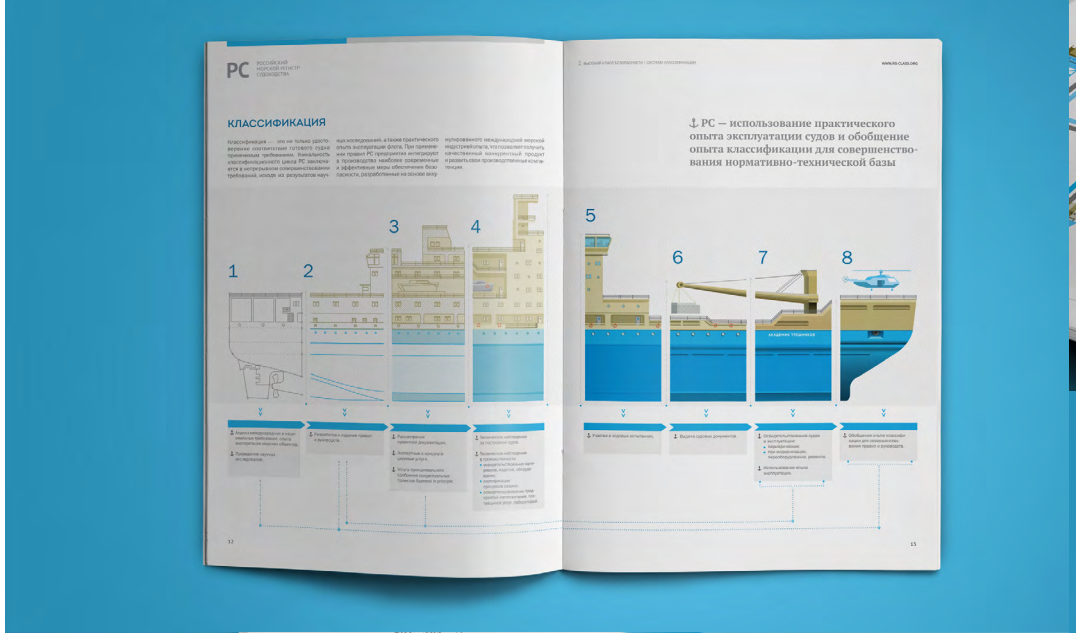
РС, Российский морской регистр судоходства

задача

Разработать дизайн корпоративной брошюры, выполняющей роль годового отчета, Российского морского регистра судоходства — для партнеров. Представить его работу структурированно, ясно и легко для восприятия.

этапы проекта

- **дизайн-концепция**
  В основу оформления легли чистота линий, ясность и четкость иллюстраций и инфографики. Мы использовали изображения реальных объектов, связанных с деятельностью РС — судов, морских месторождений и т. д., чтобы наглядно передать все аспекты деятельности организации.
- **инфографика и верстка**
  Инфографика была представлена в виде поэтапного создания корабля — от чертежа до реального объекта, от задачи к ее реализации. С помощью инфографики и верстки был создан легкий для восприятия материал, который может быть интересен не только работникам сферы судоходства, но и любому заинтересованному человеку.
- **печать издания**



© Studio DEZA, dezzza.ru

Презентационный
буклет Orange

© Studio DEZA, dezzza.ru

клиент
ORANGE, телекоммуникационная компания

задача
Оформить периодическую презентационную брошюру компании Orange Business Services на 2016–2017 год, используя в оформлении стилеобразующие элементы запущенной в 2016 году обновленной коммуникационной платформы бренда.

этапы проекта

- **креативная концепция**
  Разнообразие палитры и элементов фирменного стиля Orange позволило сделать брошюру, посвященную основным направлениям деятельности компании и ее услугам для бизнеса, яркой, живой, с динамичной подачей и легко воспринимаемой информацией.
- **дизайн и верстка издания**
  Каждый раздел брошюры предваряется шмуцтитулом. На одной его полосе — тематическая иллюстрация или фотография, на другой — своеобразный эпиграф, лаконично, с долей иронии и отсылкой к общеизвестным выражениям, фразам, строчкам художественных произведений отражающий суть раздела.
- **печать издания**

© Studio DEZA, dezzza.ru

Арт-гид,
книга-сборник
с материалами
художников

© Studio DEZA, dezzza.ru

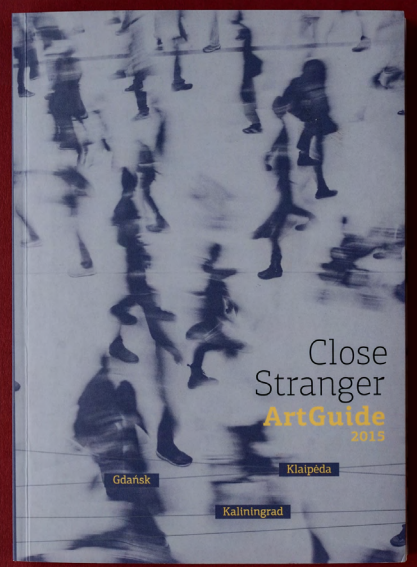
клиент
ГЦСИ, Государственный центр современного искусства

задача
Разработать интересную и удобную в использовании книгу-сборник, Арт-гид, куда должны войти материалы художников, искусствоведов, писателей и журналистов трех стран, созданные в процессе двухнедельной экспедиции по Балтийскому региону с целью изучения художественных особенностей и популяризация региона.

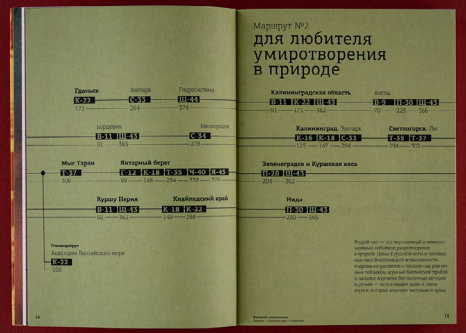
этапы проекта

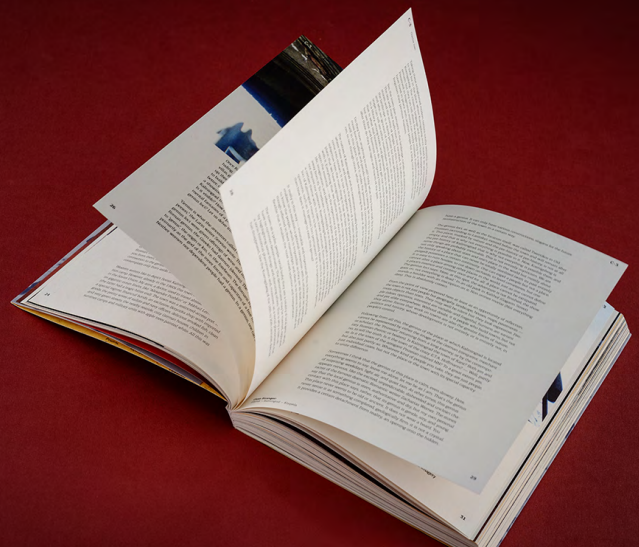
- **креативная концепция**
  Создатели книги решили рассказать о юго-восточном регионе Балтики пятью разными способами. За основу взять 5 типов путешественников и предложить каждому из них свой оригинальный путеводитель: «Путешественник во времени», «Любитель умиротворения в природе», «Адепт советской старины», «Ценитель современного искусства», «Искатель личностей».
- **дизайн и верстка издания**
  Мы предложили навигацию артгида, которая смогла бы не только объединять темы, но и дифференцировать их. Превращение горы текстовых, иллюстративных и фотоматериалов в двухтомное издание оказалось гораздо интереснее, чем представлялось в начале.
  В результате четырехмесячной работы мы создали книжный арт-объект из 700 страниц, наполненных художественно-субъективной информацией о регионе Гданьск — Калининград — Клайпеда.

© Studio DEZA, dezzza.ru



Подробнее о проекте





Наши клиенты

© Studio DEZA, dezzza.ru

DEZA branding studio

dezzza.ru

dezaSPB@dezzza.ru
+7 (812) 6-7777-10
t.me/dezastudio
Санкт-Петербург
ул. Марата, д. 61

Если вашей компании необходима помощь
в решении брендинговых задач, воспользуйтесь

ФОРМОЙ ЗАПРОСА

© Studio DEZA, dezzza.ru