

годовые отчеты,
брюшюры, каталоги



DE Z A

DEZZA.RU



ЧЛЕН
АССОЦИАЦИИ
БРЕНДИНГОВЫХ
КОМПАНИЙ
РОССИИ

17 лет

в профессии

100%

чувство эмпатии

аудит бренда

исследования и анализ

бренд с нуля ребрендинг

refresh brand

дизайн упаковки

логотип и фирменный стиль брендбук
нейминг

бренд-платформа

гайдлайн

рекламные кампании

HR-коммуникации

дизайн годовых отчетов

дизайн сайтов и лендинги

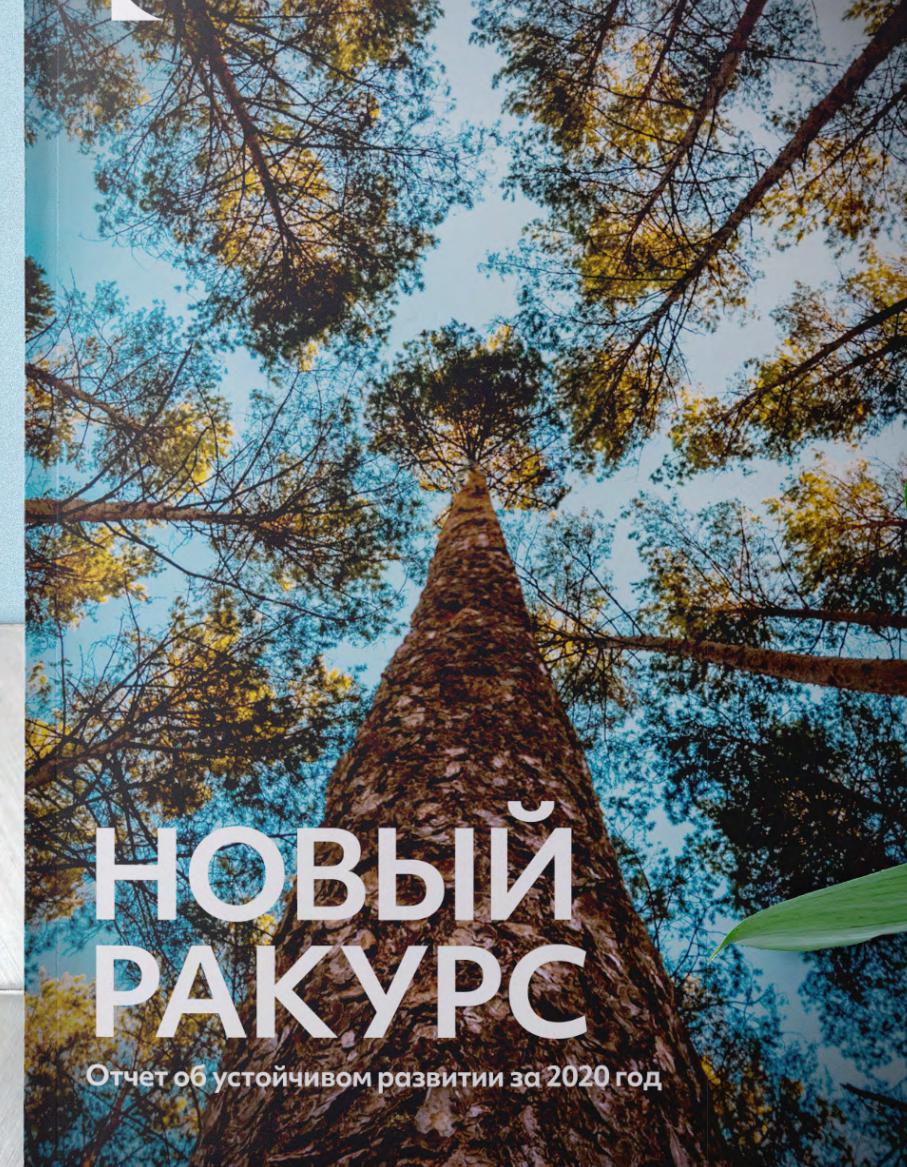
календари, подарки

мерч

ГОДОВЫЕ ОТЧЕТЫ



НОВЫЙ РАКУРС



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 усиlena не самым обычным ракурсом съемки — снизу вверх — становясь очевидной и ощущимой.

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».

• **переворстка на английский и китайский язык**



СБАЛАНСИРОВАННЫЙ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ



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 — производстве «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.



05

Обзор
деятельности

06

Анализ
руководством
Общества
результатов
деятельности
и финансового
положения

10

Финансовая
отчетность

ДВИЖЕНИЕ
К ЦЕЛИ



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

ОТЧЕТ О СИЛЕ
НЕПРЕРЫВНОГО

ДВИЖУЩАЯ СИЛА
НЕПРЕРЫВНОГО РАЗВИТИЯ



ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2016

RAILFGK.RU

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.

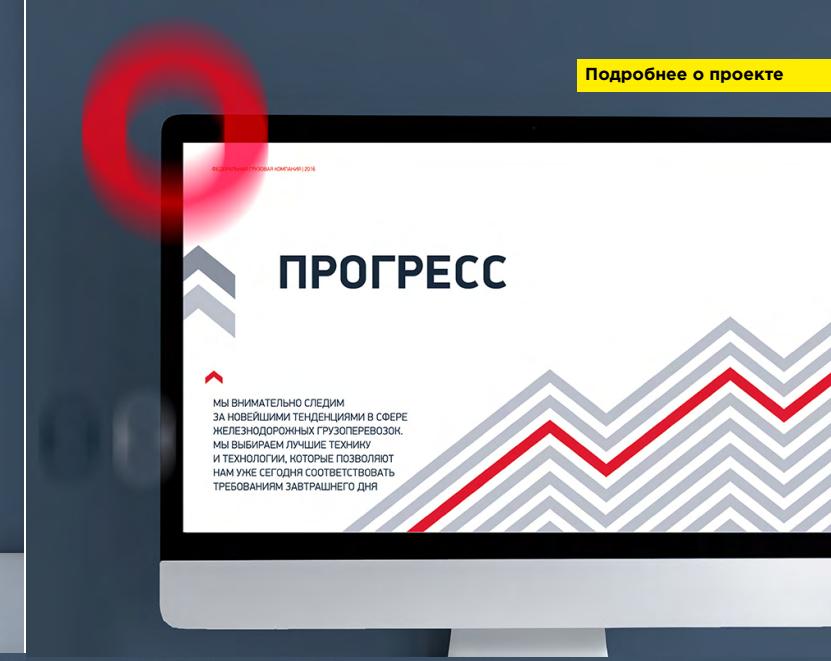
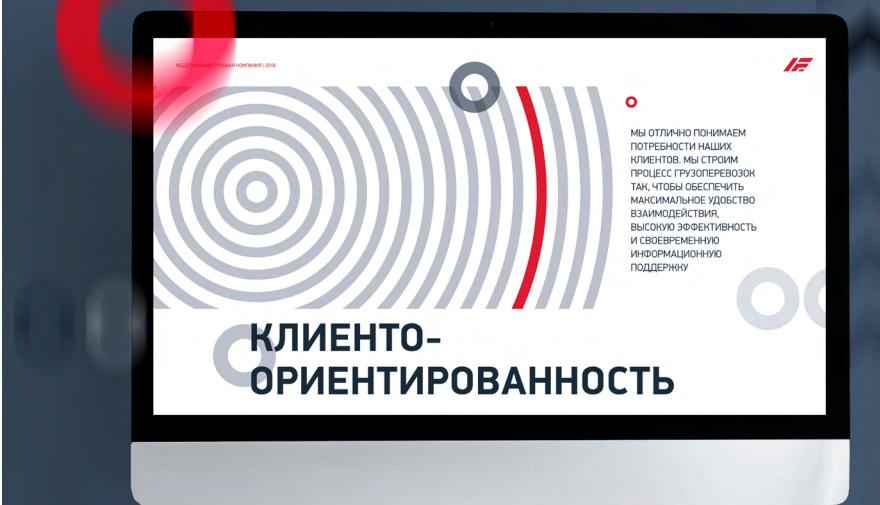
этапы проекта**• креативная концепция**

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.



СИЛА
В СОСТАВЕ



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.

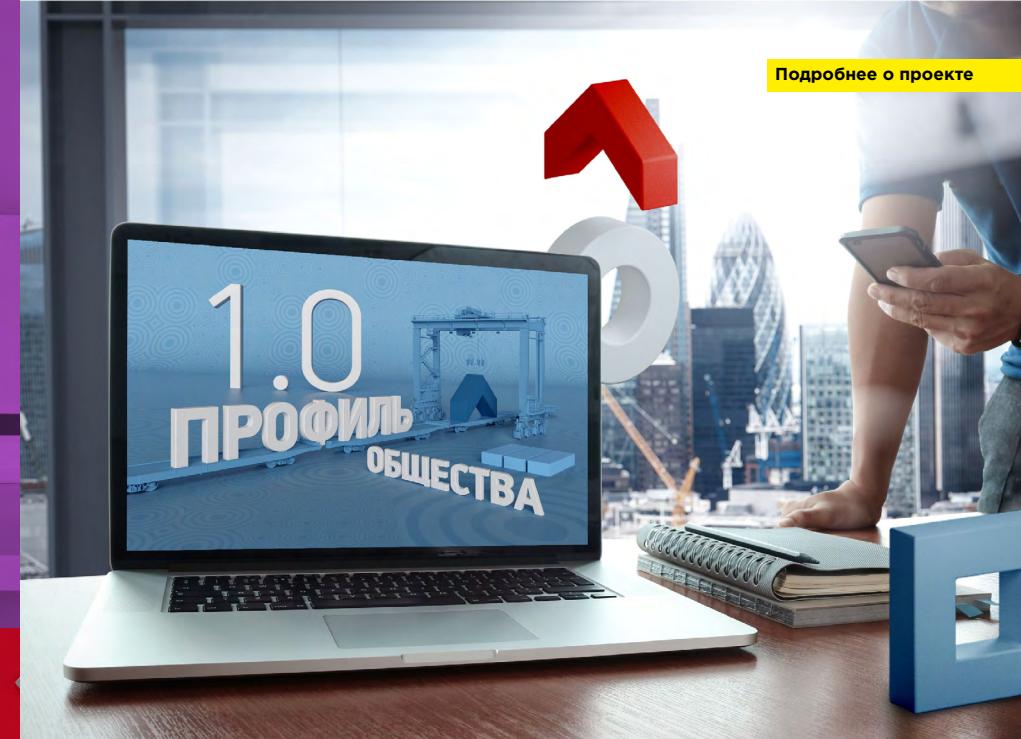
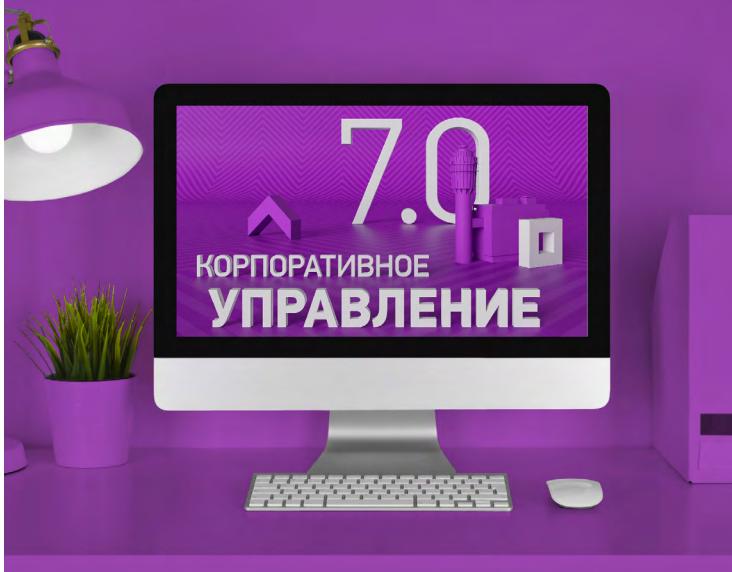
этапы проекта**• креативная концепция**

В названии отчета мы использовали слово «сила», одно из ключевых для ФГК, и понятие «состав», которое здесь многоизначно: 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 осзаемость всего состава показателей — от процессов на железных дорогах России до результатов на экранах и мониторах аудитории ФГК.



ГОДОВОЙ ОТЧЕТ
АЛРОСА



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 шмунцитулом, который отражает схему одного из процессов компании: добычу, огранку, сбыт. За основу многослойных иллюстраций для шмунцитулов 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 шмунцитулов.

• печать издания



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 шмүтитулом, 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. Динамика 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.



ЦЕНТРОСТРЕМИТЕЛЬНЫЙ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ



клиент

POCHO

задача

Разработать годовой отчет, отражающий ценности компании.

этапы проекта**• креативная концепция**

Забота о клиенте лежит в основе деятельности POCHO. Именно принцип клиентаориентированности лег в основу концепции корпоративного буклете 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 POCHO, и все вращается вокруг него. Конструкция буклете 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 POCHO, и четкие иллюстрации ценностного предложения компании.

• печать и производство издания

КОДЕКС КОМАНДЫ



СМП БАНК

клиент

СМП БАНК

задача

Разработать оформление годового отчета СМП Банка, которое отразит командный дух компании.

этапы проекта

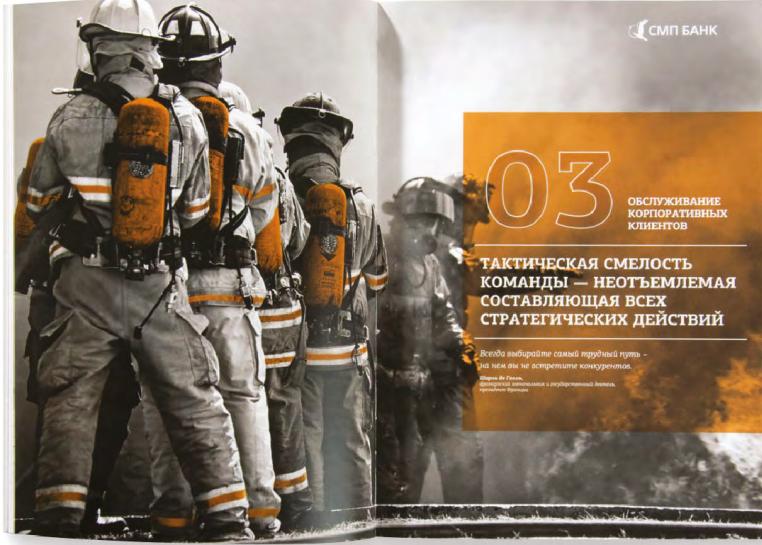
• креативная концепция

Так как наиболее важным для сотрудников СМП Банка является восприятие себя как настоящей Команды, которой, при должных усилиях и стараниях, все по плечу, мы взяли эту мысль за основу общей концепции годового отчета и довели ее до наглядного, четкого и ясного прочтения: Банк – это сплошная команда профессиональных людей. А у каждой команды есть свои правила и принципы, свой называемый Кодекс.

Таким образом, годовой отчет СМП Банка – это кодекс его команды, состоящий из 11 основных правил и принципов, которые необходимы для достижения наилучших результатов.

• дизайн и верстка издания

Каждая особенность команды СМП Банка проиллюстрирована через главные признаки команд, хорошо знакомых нам в других областях: балетная труппа, пожарная команда, строительная бригада, группа альпинистов.



	1	2	3	4
1.1	Банковские карты	401 700	360 720	
1.2	Наличные выплаты и переводы	401 700	360 720	
1.3	Платежи по кредитам и вкладам	201 220	194 430	
1.4	Депозиты и кредиты	271 220	271 220	
1.5	Инвестиционные расходы	201 220	194 430	
1.6	Депозиты по инвестиционным вкладам	1 100	1 100	
1.7	Депозиты по вкладам с фиксированной ставкой	190 120	183 330	
1.8	Депозиты по вкладам с плавающей ставкой	10 100	10 100	
1.9	Наличные выплаты и переводы	27 170 000	27 170 000	
1.10	Платежи по кредитам	14 870 000	14 870 000	
1.11	Депозиты и кредиты	211 220	207 730	
1.12	Депозиты по вкладам с фиксированной ставкой	1 100	1 100	
1.13	Депозиты по вкладам с плавающей ставкой	1 100	1 100	
1.14	Инвестиционные расходы	201 220	194 430	
1.15	Депозиты по инвестиционным вкладам	1 100	1 100	
1.16	Депозиты по вкладам с фиксированной ставкой	190 120	183 330	
1.17	Депозиты по вкладам с плавающей ставкой	10 100	10 100	
1.18	Наличные выплаты и переводы	10 100	10 100	

Подробнее о проекте

другие издания:
буклеты, брошюры, презентации,
каталоги, книги



ИМИДЖЕВЫЙ
БУКЛЕТ ОБ
АРКТИЧЕСКИХ
ПРОЕКТАХ





«Быть об окружающей среде и ее изучении — неотъемлемая часть проекта «Приразломное», который компания реализует в юго-восточной части Евразии моря. Мы взяли на себя обязательство в постоянном основе вести прозрачный и открытий диалог с представителями местного населения и научными учреждениями для выполнения беспрецедентной программы сохранения биологического разнообразия. Компания также является активным участником международного совета по изучению и охране атлантического моря.»

Наши многолетняя совместная работа с научно-исследовательскими центрами позволила собрать уникальные данные о дикой природе и ее способах, с которыми мы активно делаем научными и экспериментами.

Юрий Янсуй
Директор по работе с коренными народами

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

Рами Гильбен
Ответственный директор
Газпром нефть

«Это только кажется, что тундра бескрайня и ее необходимо заселять. На самом деле это не так. Тундра существует не только для тех, кто живет в уют дом с любовью и уважением. Рядом с Восточно-Мессояхским нефтепромыслом каждую зиму стоит почти два десятка чумов. Это 20 ненецких семей, более 40 человек и много тысяч оленей. Тундровые скоты стоят рядом с нефтепромыслом. Во-первых, здесь много еды, главное — это солнце. А самое главное — это то, что эти люди — это не отрасль хозяйства, а образ жизни, основа национального уклада. Нефтяники очень бережно относятся к природе Арктики, поэтому на Восточном Мессояхе الآلات many people

Вторая причина популярности Мессояхских месторождений — это способ добывания нефти, который сложился между нефтяниками и коренными жителями этих мест. Хозяева тундры понимают, что им с ними живут и работают хорошие люди, которые хотят помочь. И нефтяники всегда готовы помочь, помогут решить проблемы с подводствием и доставкой в ближайшие населенные пункты. Нефтяники платят налоги, платят за налоги, не работают, строят переходы для оленей, проводят субботники и т.д. Но нефтяники не требуют от коренных наций, для которых нечестно

«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 фотоимидже. 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.



ДИЗАЙН-СОПРОВОЖДЕНИЕ КОМПАНИИ «ЕВРАЗ»



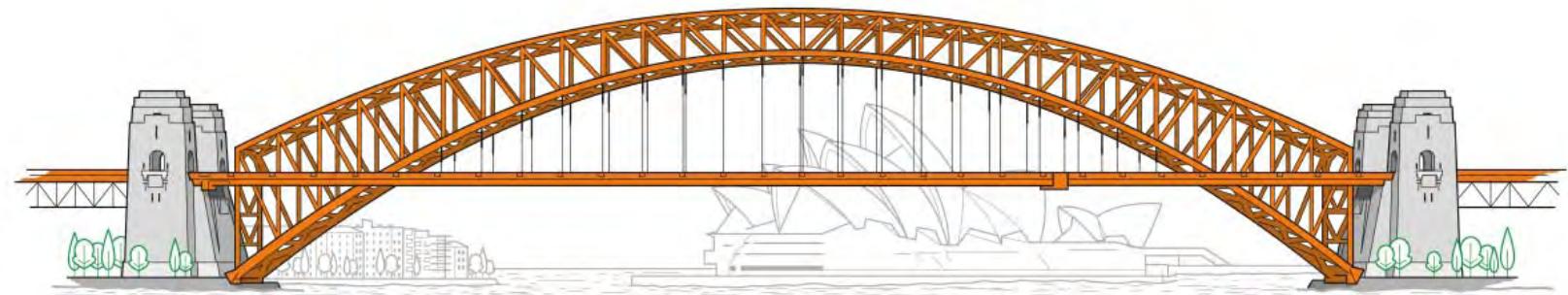
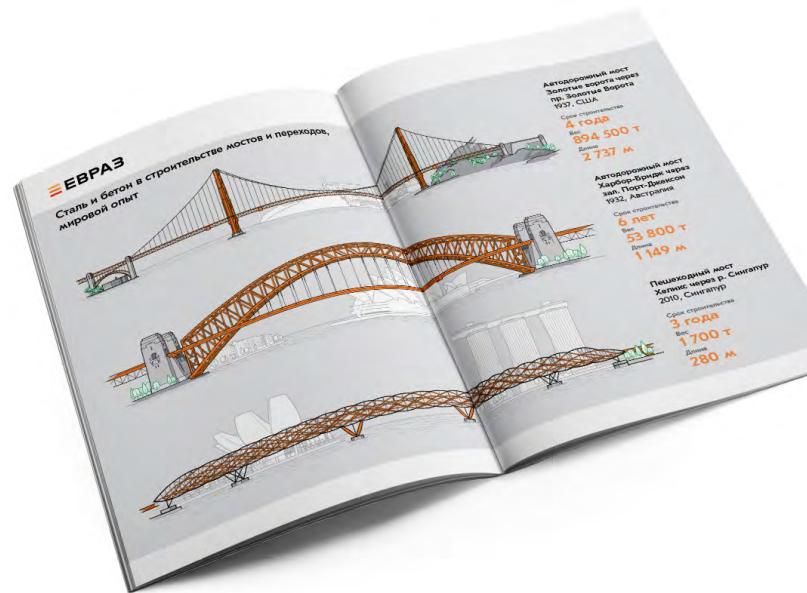
клиент

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

задача

Разработать серию каталогов «Развивая стальное строительство», продуктые каталоги: «Нерудная продукция предприятий «Евраза», «Новые виды арматурного проката» и лифтет 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: лифтетов, каталогов, брошюр и тому подобного. Все это скорее техническая, чем креативная работа, требует прежде всего грамотного и аккуратного обращения с элементами фирменного стиля «Евраза».





ДВИЖЕНИЕ К БОЛЬШЕМУ

серия буклетов
о компании



клиент

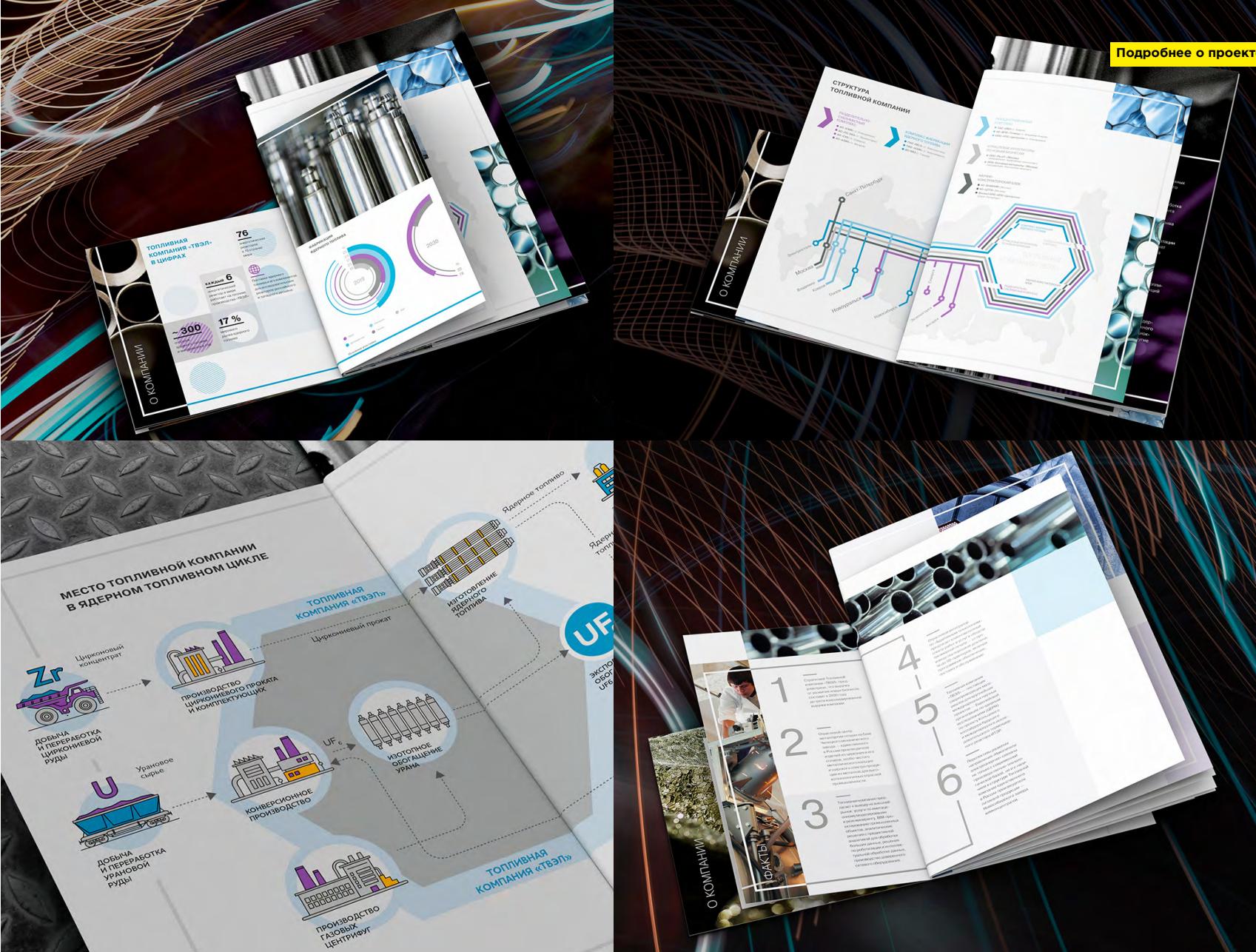
ТВЭЛ, поставщик ядерного топлива

задача

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

решение

- Особенность брошюры — 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.



НА СТРАЖЕ ПЕТЕРБУРГА

книга-путеводитель
по Петербургу



клиент

ФК «Зенит»

задача

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

этапы 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

ТОТ, КТО СОЗДАЕТ АЛГОРИТМЫ



ПЛАТФОРМА

Интеграция решений в одну технологическую платформу, координирующую работу множества игроков потребительского рынка. Участники платформы извлекают из каждого взаимодействия максимум информации.

РЕШЕНИЯ

Динамическая информация непрерывно своевременно поставляется пользователю для поддержания развития процессов и управления компанией.

ОБРАБОТКА

Автоматизация базовых функций бизнеса. Очистка, интеграция, преобразование, комбинирование разных источников.

СБОР

Непрерывный сбор информации и интеграция со всеми источниками релевантных данных.

DATA

Отсутствие специалистов и сложность процесса сбора данных приводят к тому, что итоговая информация не структурирована.

РЫНОК

Высококачественные данные трудно получить, зачастую они поступают из нескольких источников.

клиент

TOT, 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.
- Шмутитулы оформлены в единой контрастной относительно внутренних страниц цветовой гамме. Минимализм оформления шмутитулов позволяет выделить их, четко обозначать разделы, дать баланс и разрядку информационной наполненности буклета.
- Процесс работы компании отображен 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.



ЛЕС ЦИФРОВОЙ ДЛЯ ЛЕСА ЖИВОГО

видеопрезентация и буклет
о компании

■
Организация
лесоучета России



клиент

Рослесинфорг, ведущая
организация лесоучета России

задача

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

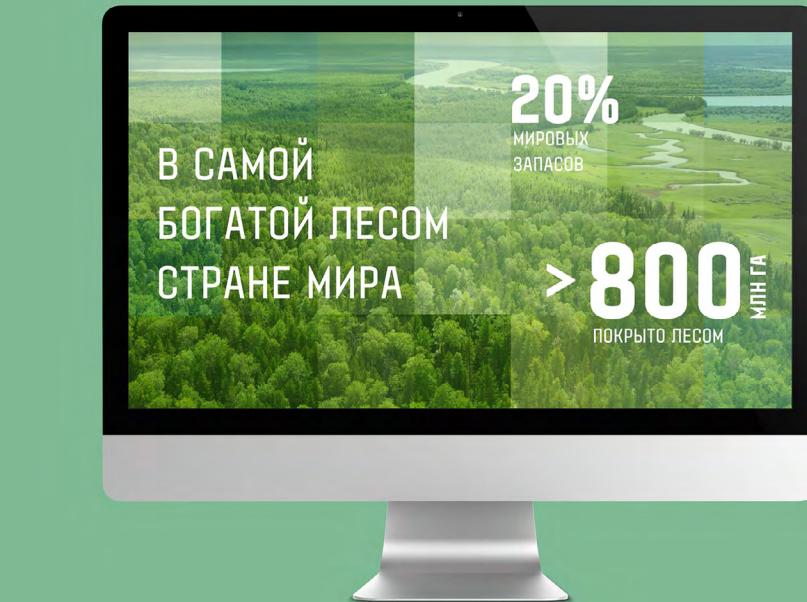
этапы проекта**• дизайн-концепция**

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

МИФИ

С ЛЕГЕНДАМИ И БЕЗ

серии брошюр-справочников



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.





ВЫСОКИЙ
КЛАСС
БЕЗОПАСНОСТИ

корпоративная брошюра



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

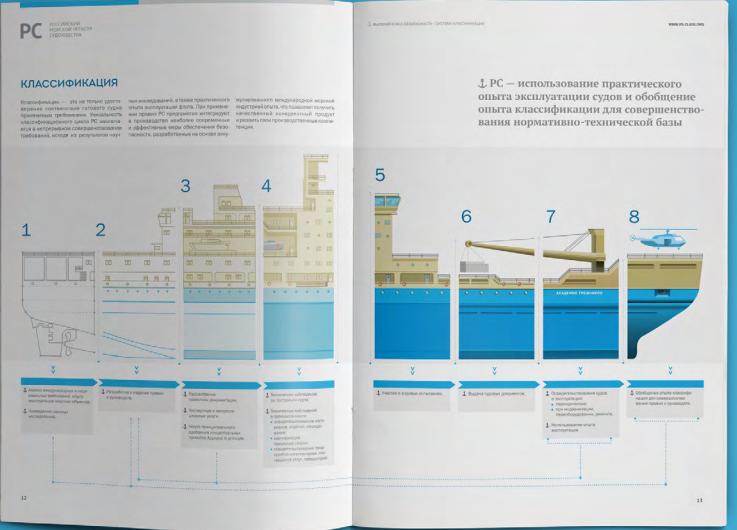
дизайн-концепция

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



Подробнее о проекте

БИЗНЕС.
ЦИФРОВОЙ
БИЗНЕС

презентационный букл

Business. Digital Business



Business
Services

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 шмунтитулом. 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



АРТ-ГИД

книга-сборник
с материалами
художников



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.

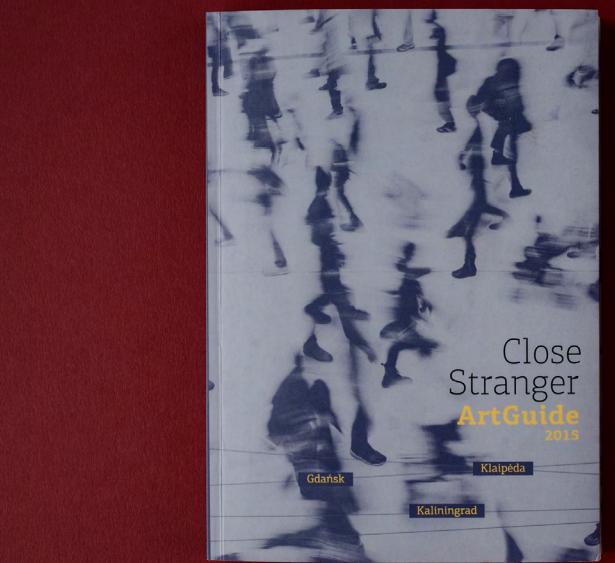
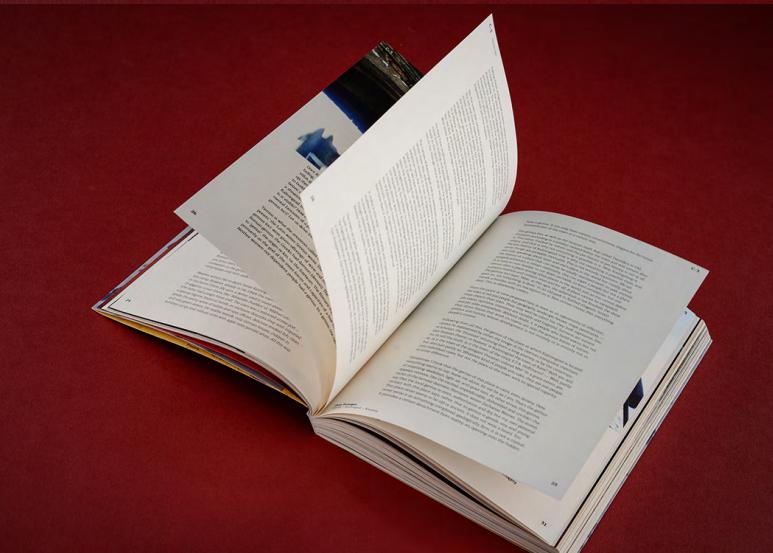
этапы проекта

• 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», «Адент советской старины», «Ценитель современного искусства», «Искатель личностей».

• дизайн и верстка издания

Мы предложили навигацию артгода, 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.



Подробнее о проекте



НАШИ КЛИЕНТЫ



VisitRussia



TRANSNEFT

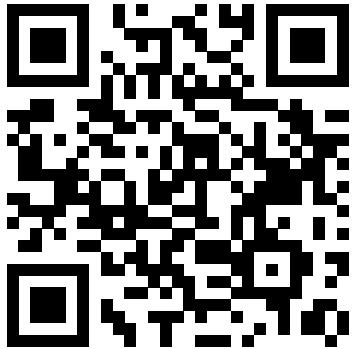


METRO



X5





dezffa.ru

dezaSPB@dezffa.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

