



МНОГОСТРАНИЧНЫЕ ИЗДАНИЯ

**годовые отчеты, брошюры,
каталоги**

Студия брендинга DEZA. We refresh brands.

Обновляя существующие и создавая новые бренды, мы вносим свежее понимание, знания и опыт в историю брендов наших клиентов и развиваем рынок брендинга в целом.

15 ЛЕТ
в профессии

3 RED
DOTS
за последние 3 года

250
проектов в год

30
специалистов
в команде

ТОП
входим в список 20
лучших брендинговых
агентств в России
последних 5 лет



входим в ассоциацию
брендинговых
компаний России

we
refresh
brands

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 фотомиджах, 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**



[Подробнее о проекте](#)



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

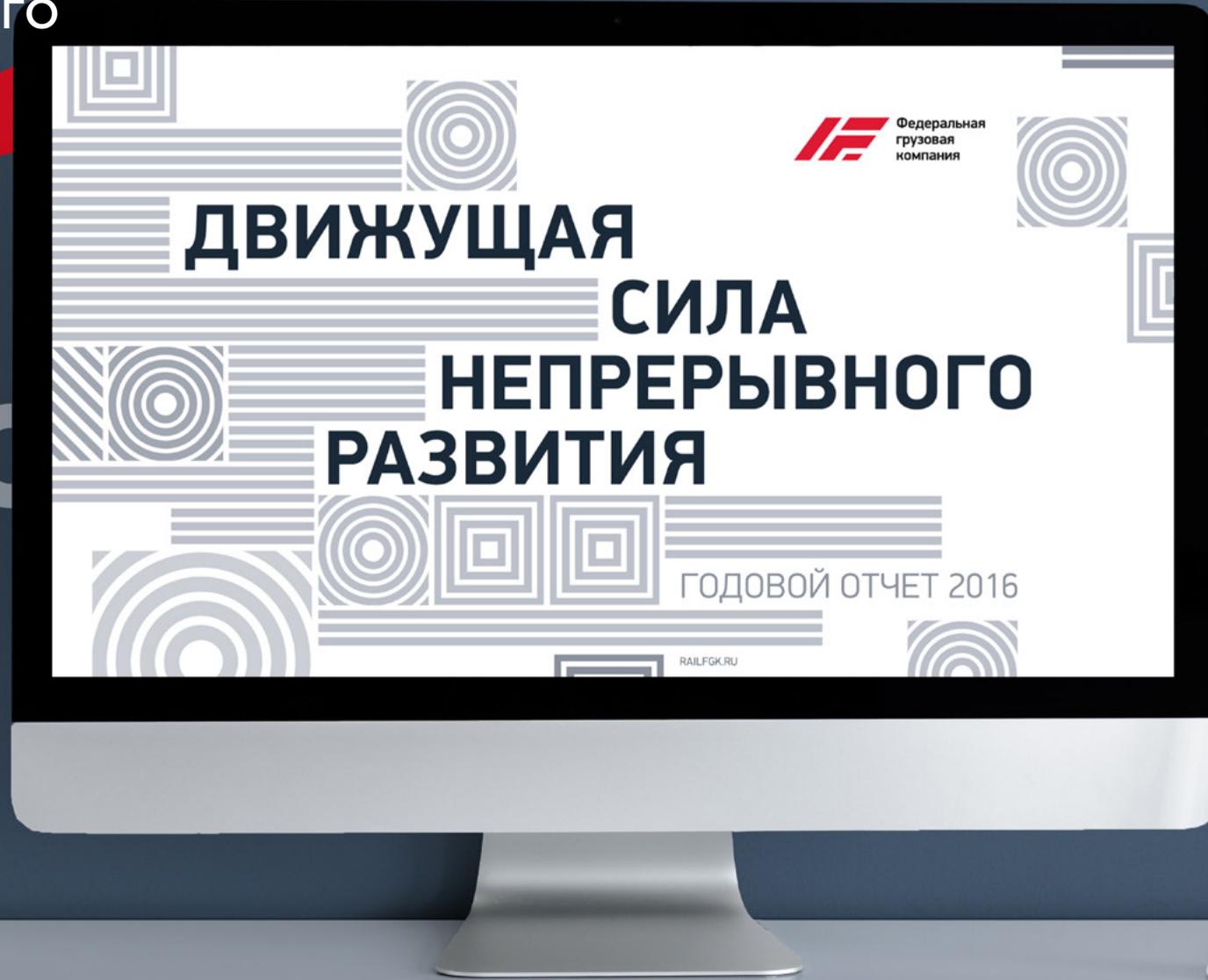
- **креативная концепция**
Роснано осуществляет системную и последовательную работу для постоянного эффективного развития российской нанотехнологической отрасли; корпорация включена в мировые тенденции и инициативы, соответствуя им и являясь их неотъемлемой частью.
- **дизайн и верстка издания**
Эта 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



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.

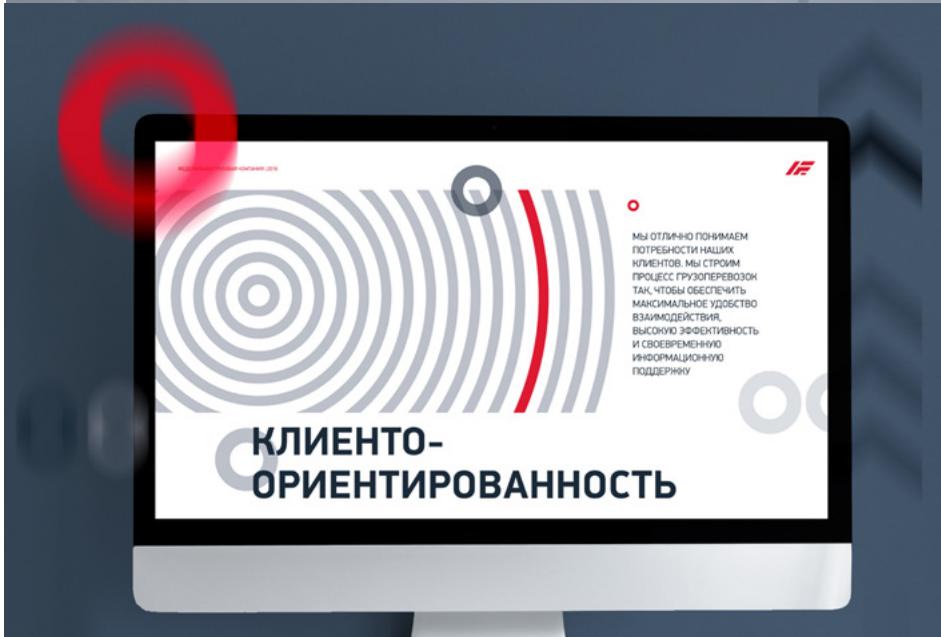
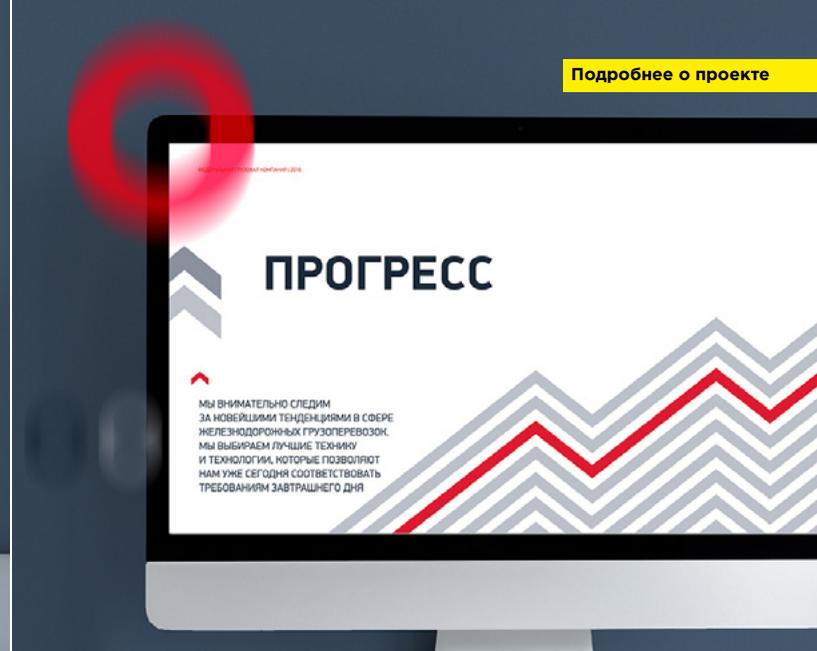
этапы проекта

• креативная концепция

С самого начала работы мы с ФГК пришли к мнению, что в оформлении отчета достаточно только новых разнообразных геометрических стилиобразующих 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.



Подробнее о проекте

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 айдентичку в новом ракурсе.

этапы проекта

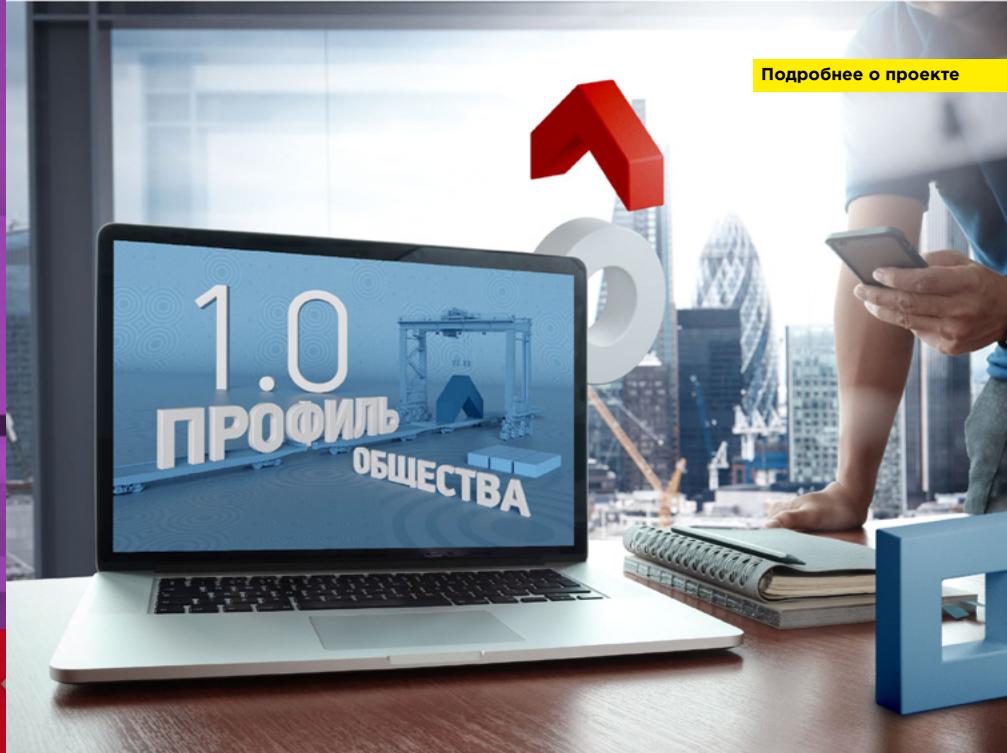
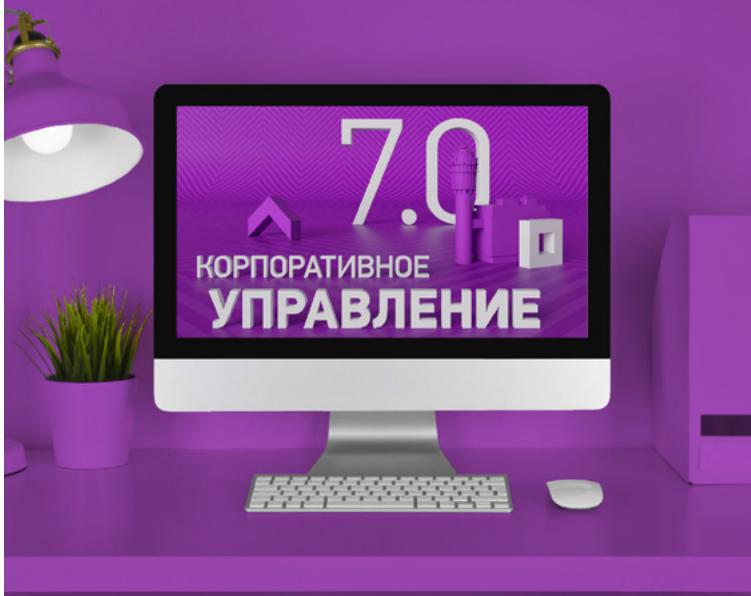
- **креативная концепция**

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 айдентичку 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 показателями — от процессов на железных дорогах России до результатов на экранах и мониторах аудитории ФГК.



[Подробнее о проекте](#)



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

• печать издания



С ПОЗИЦИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

СОЦИАЛЬНО- ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ 2018



СОДЕРЖАНИЕ

Обращение Генерального директора — председатель правления, 6
Ключевые показатели 2018 года, 14
Ключевые события 2018 года, 17

01 О ГРУППЕ АЛРОСА
Общие сведения о Группе АЛРОСА, 24
География основной деятельности, 28
Производственные центры, 30
Стратегия Группы АЛРОСА, 40

02 УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ
Политика в области устойчивого развития, 46
Интеграция Целей Устойчивого развития ООН в деятельность Компании, 48
Система корпоративного управления, 72
Управление рисками, 72
Взаимодействие с заинтересованными сторонами, 80
Актуальные вопросы развития, 84

03 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ
Экономические показатели 2018 года, 84
Создание и распределение экономической стоимости, 86
Инвестиционная программа Группы АЛРОСА, 100

04 ОХРАНА ТРУДА И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
Политика и управление в области охраны труда и промышленной безопасности, 107
Ключевые мероприятия по обеспечению безопасных условий труда, 114

05 ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Экологическая политика Компании, 115
Финансирование природоохранной деятельности, 142
Повышение природоохранной деятельности, 148
Выборы, 147
Природоохранная деятельность дочерних обществ Группы АЛРОСА, 149

06 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ
Партнеры, 167
Финансирование и развитие персонала, 177
Финансирование инноваций и научных исследований, 190
Социальные партнерства и гранты, включая гранты, 199
Социальные инновации в области устойчивого развития Группы АЛРОСА и благотворительность, 200

07 ОБ ОТЧЕТЕ

Общие сведения, 214
Определение границ отчета, 220
Определение границ отчета, 220
Нормативная база отчета, 220

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Триennial Sustainability Index, 224
Приложение 2. Таблица соответствия целей Группы АЛРОСА, 224
Приложение 3. Таблица учета природоохранной деятельности Группы АЛРОСА, 224
Приложение 4. Показатели экологической деятельности Группы АЛРОСА, 224
Приложение 5. Показатели социальной деятельности Группы АЛРОСА, 224
Приложение 6. Глобал-ризык, 224
Формы обратной связи, 224
Ключевая информация, 224

клиент

АЛРОСА, лидер алмазодобывающей отрасли России и мира

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 шмуцтитлом, 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» — это сотрудники, а главная задача — работа о них и об окружающей среде.



Подробнее о проекте



ЦЕНТРОСТРЕМИТЕЛЬНЫЙ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ



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**



[Подробнее о проекте](#)



ГОДОВОЙ ОТЧЕТ «РОСЛЕСХОЗА»

ИТОГИ РАБОТЫ
ФЕДЕРАЛЬНОГО
АГЕНТСТВА
ЛЕСНОГО
ХОЗЯЙСТВА
ЗА 2018 ГОД
И ПРИОРИТЕТНЫЕ
ЗАДАЧИ
НА 2019 ГОД



Министерство природных
ресурсов и экологии
Российской Федерации
Федеральное агентство
лесного хозяйства
Москва

клиент

Рослесхоз, федеральное агентство лесного хозяйства

задача

Разработать и произвести имиджевую версию годового отчета агентства

решение

- Федеральное агентство лесного хозяйства системно и эффективно работает над развитием и охраной лесов. Поэтому в оформлении годового отчета мы придерживались сдержанной нейтральной стилистики, соответствующей важной социальной и экономической деятельности агентства. Ключевые показатели представлены с помощью диаграмм и знаков инфографики, выполненных в натуральных природных цветах.
- В оформлении шмунтитулов отчета используются панорамные фотоимиджи лесов, демонстрирующие предмет деятельности и гордости агентства во всем разнообразии. Для читателя годовой отчет становится своеобразным путеводителем по лесам России.
- Результатом проекта стал лаконичный имиджевый документ, отражающий масштаб и охват деятельности Федерального агентства лесного хозяйства. Материалы, собранные в отчете, как написано в его вступительном слове, предназначены не только специалистам лесной отрасли, но и всем, кому небезразлична судьба российского леса.



Подробнее о проекте



КОДЕКС КОМАНДЫ



клиент
СМП БАНК

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

этапы проекта

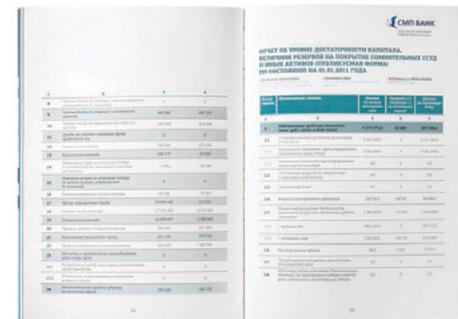
• **креативная концепция**

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 сплоченная 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.



другие издания:

буклеты, брошюры, презентации,
каталоги, книги



ДИЗАЙН-СОПРОВОЖДЕНИЕ КОМПАНИИ «ЕВРАЗ»



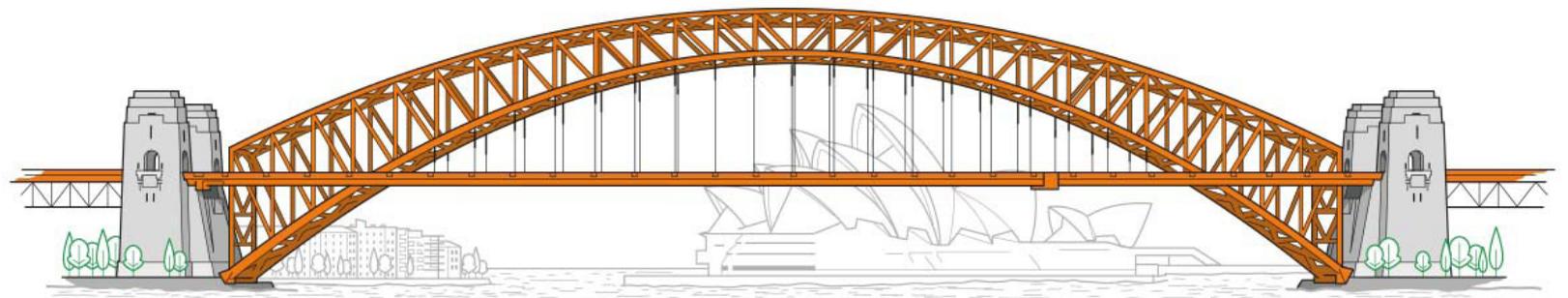
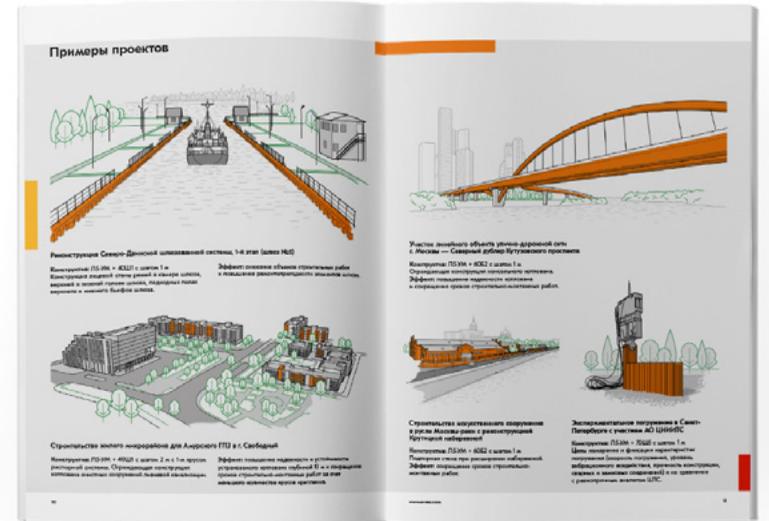
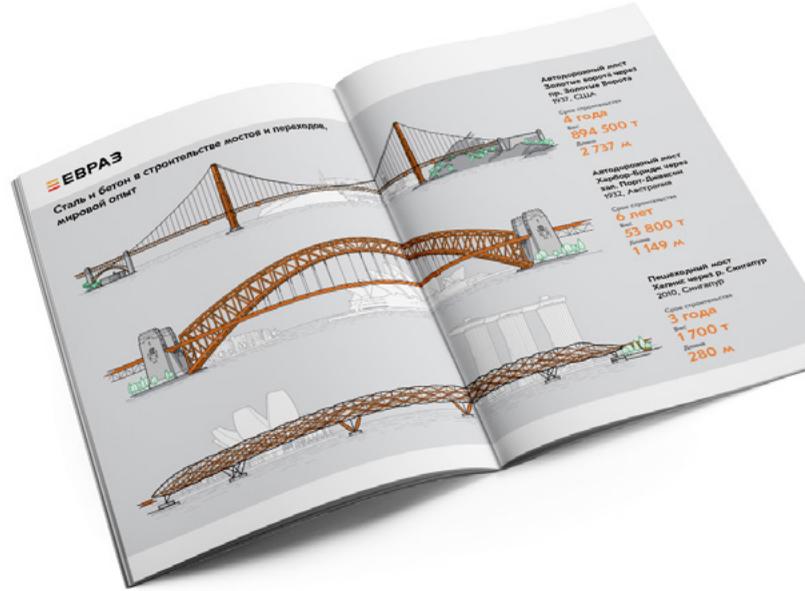
клиент

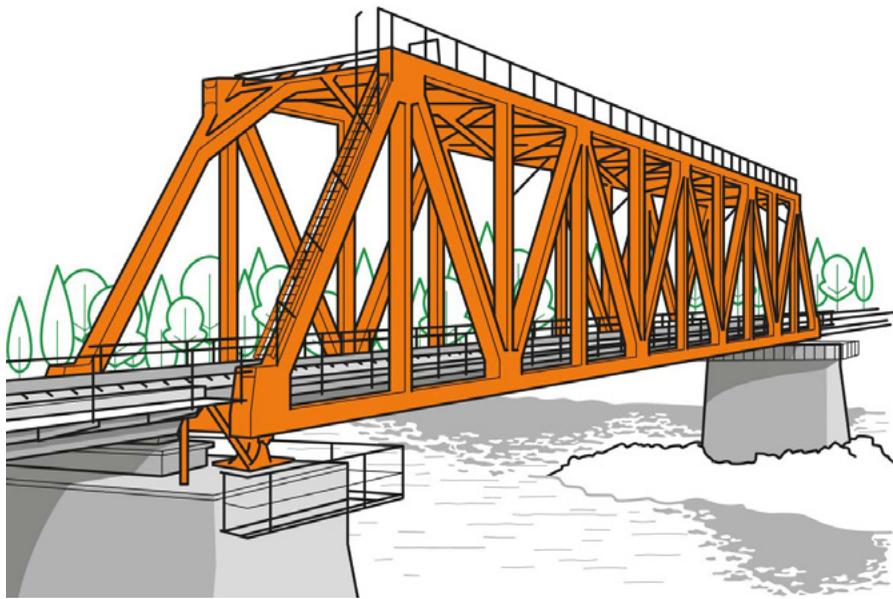
«Евраз» — международная металлургическая и горнодобывающая компания, лидер на рынках стального проката для инфраструктурных проектов.

задача

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

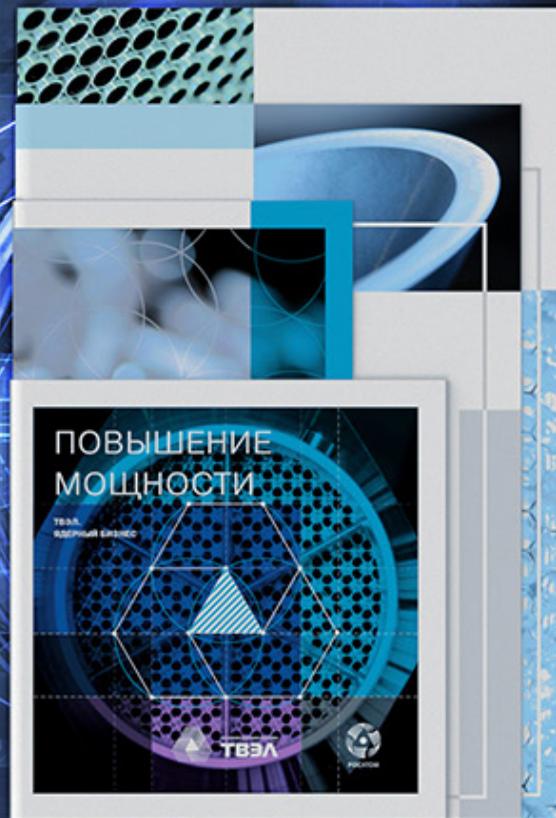
Наше сотрудничество с «Евразом» началось в 2014 году, а с 2020 года мы осуществляем дизайн-сопровождение, включающее отрисовку иллюстраций, 3D-моделирование объектов, дизайн и верстку различной полиграфической продукции: лифлетов, каталогов, брошюр и тому подобного. Все это скорее техническая, чем креативная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





ДВИЖЕНИЕ К БОЛЬШЕМУ

серия буклетов
о компании



клиент

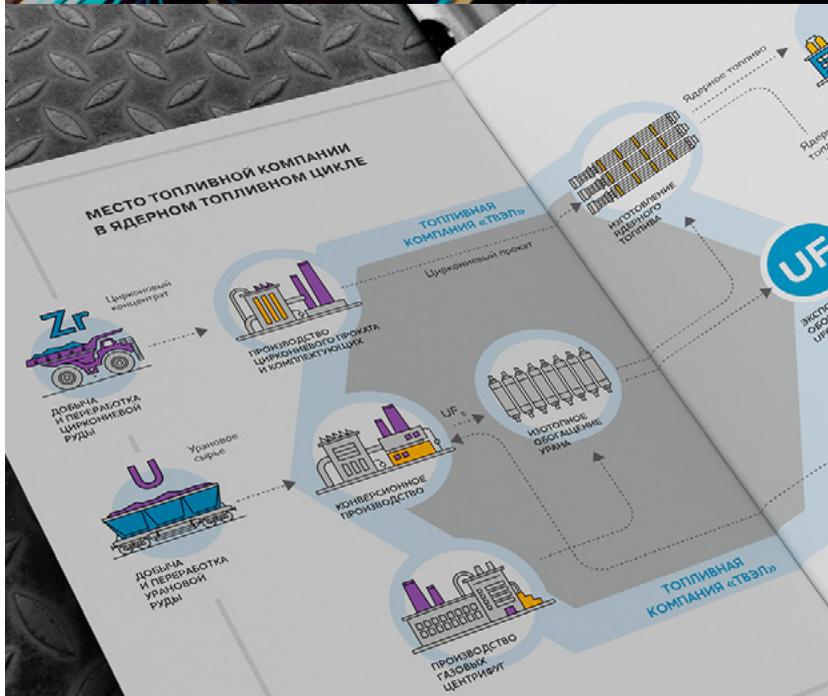
ТВЭЛ, поставщик ядерного топлива

задача

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

решение

- Особенность 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.



[Подробнее о проекте](#)

НА СТРАЖЕ ПЕТЕРБУРГА

книга-путеводитель
по Петербургу



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.

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**



Подробнее о проекте



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

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.
- Шмцтитутлы оформлены в единой контрастной относительно внутренних страниц цветовой гамме. Минимализм оформления шмцтитуллов 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



ЛЕС ЦИФРОВОЙ ДЛЯ ЛЕСА ЖИВОГО

видеопрезентация и буклет
о компании



Организация
лесоучета России

РОС
ЛЕС
ИНФ
ОРГ



клиент

Рослесинфорг, ведущая организация лесочета России

задача

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

этапы проекта

• **дизайн-концепция**

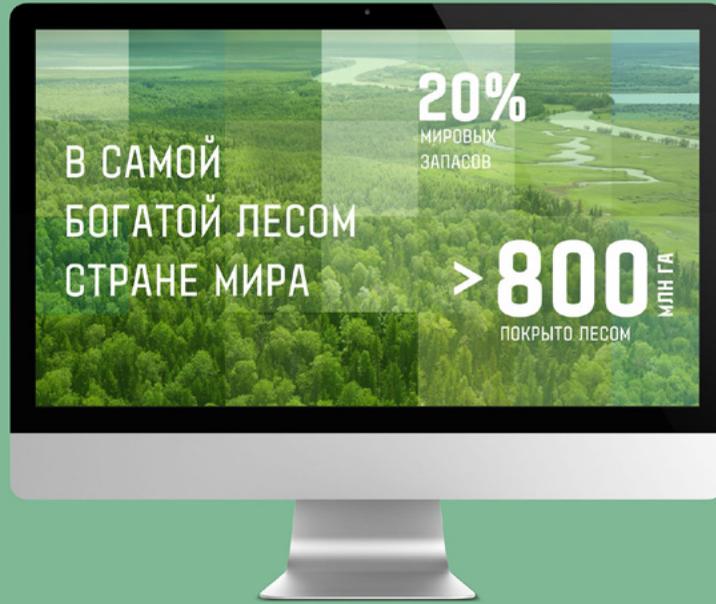
В основу дизайн-концепции легла новая айдентика «Рослесинфорга», разработанная нами в рамках общего ребрендинга компании. В итоге получилось современное издание с динамичным оформлением и удобным считыванием информации.

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

серию брошюр-справочников



клиент

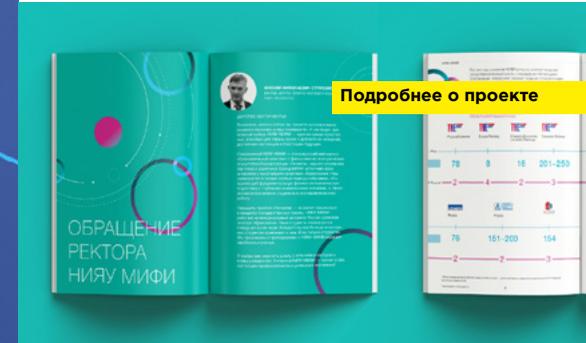
МИФИ, национальном исследовательский ядерный университет

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.



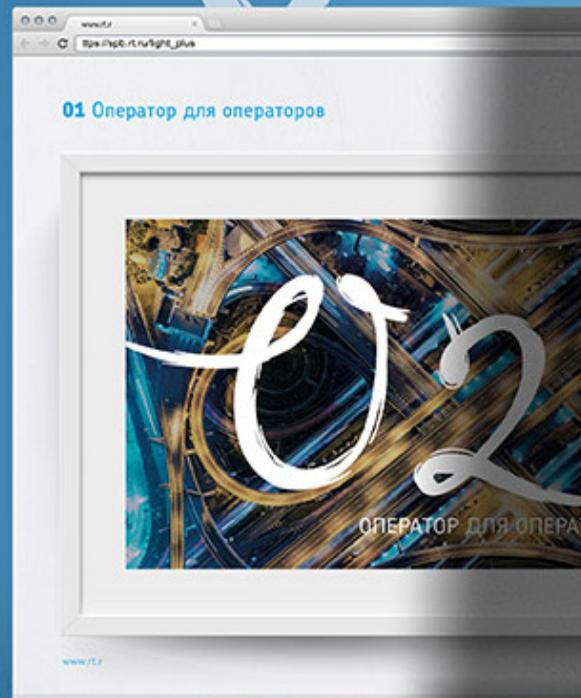
МАЛЕНЬКИЕ ШЕДЕВРЫ

буклет о цветных
бриллиантах



ОПЕРАТОР ДЛЯ ОПЕРАТОРОВ

мультимедийная презентация

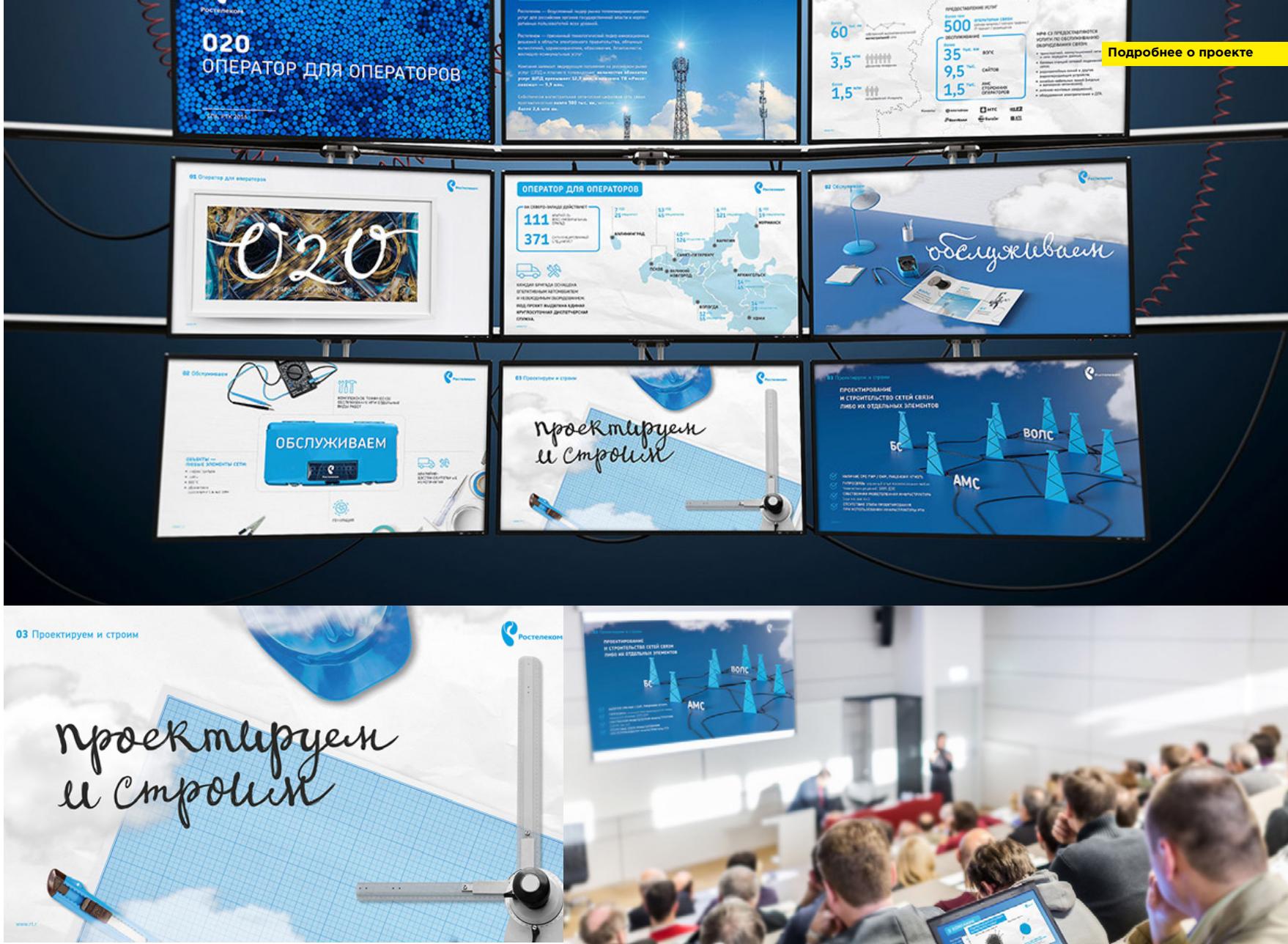


клиент
Ростелеком

задача
В этом комплексном проекте мы разрабатывали электронную и видеопрезентацию проекта «Ростелекома» O2O («Оператор для операторов») для партнеров компании — телекоммуникационных операторов.

этапы проекта

- **переработка материалов и выбор стилистики**
На первом этапе мы переработали предоставленные заказчиком тексты, сделав их краткими и тезисными — по существу. Соответствующей стала и выбранная визуальная стилистика — чистая, лаконичная, с акцентными иллюстративными элементами и фотообъектами.
- **видеопрезентация**
Работа над видео началась со сжатого текстового сценария, продолжилась рукотворной базовой раскладкой, напоминающей стенгазету; далее достаточно кропотливый процесс визуализации и анимации шел параллельно. Результат — короткий, легкий визуально и для восприятия видеоролик, действие которого происходит в условном офисе «Ростелекома», где посредством сдержанных визуальных и текстовых средств, с помощью «связующей нити» логотипа (одного из узнаваемых элементов айдентики компании) рассказывается о возможностях и предложениях «Ростелекома» — оператора для операторов.
- **электронная презентация**



[Подробнее о проекте](#)

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 буклет

**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 шмуцтитлом. 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.

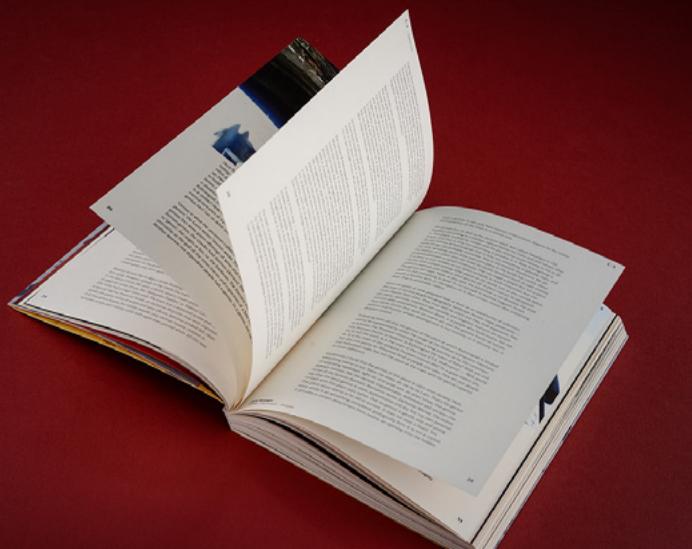
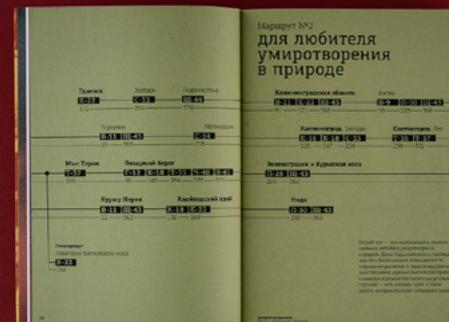
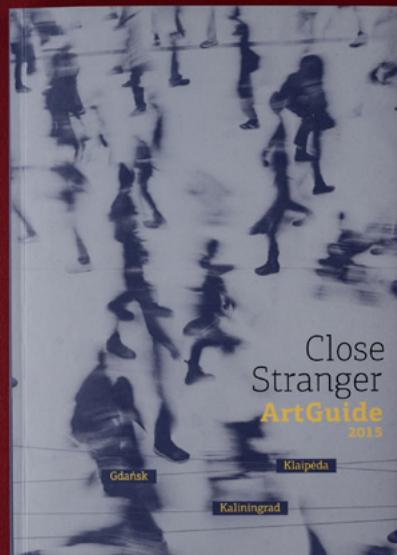
этапы проекта

• креативная концепция

Создатели книги решили рассказать о юго-восточном регионе Балтики пятью разными способами. За основу взяли 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.



НАШИ КЛИЕНТЫ





Если вашей компании необходима
помощь в решении брендинговых
задач, воспользуйтесь

ФОРМОЙ ЗАПРОСА В СТУДИЮ

dezza.ru

dezaSPB@dezza.ru
dezaMSK@dezza.ru
тел.: +7 (812) 6-7777-10
Санкт-Петербург
ул. Марата, д. 61