

**WELCOME
TO DESIGN**

МОСКВА — ПРАГА

 **designdepot**

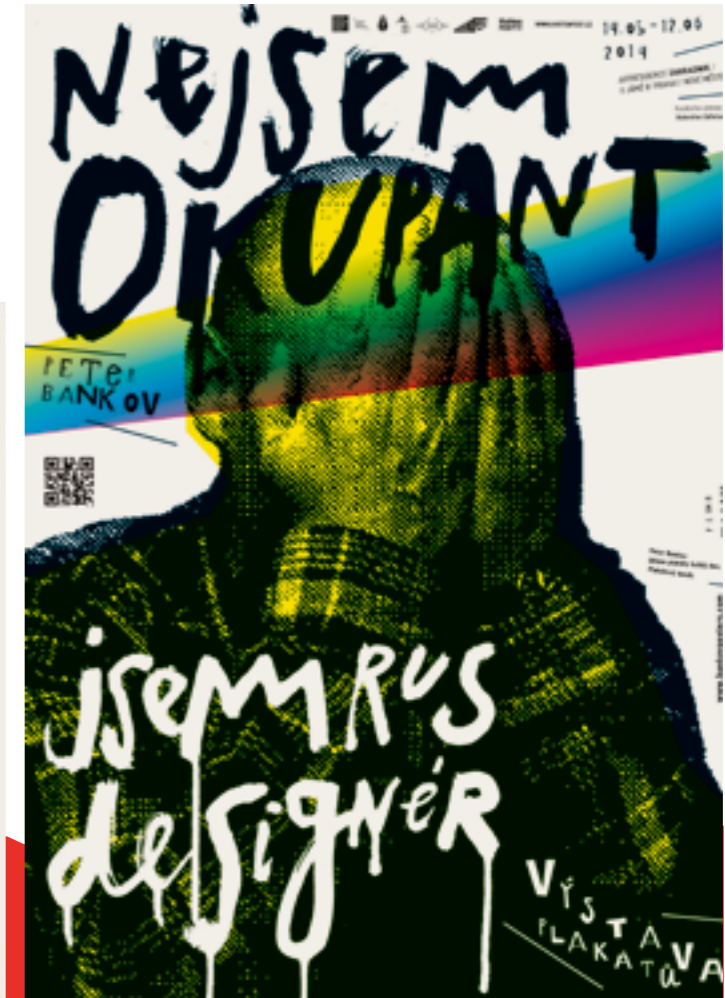
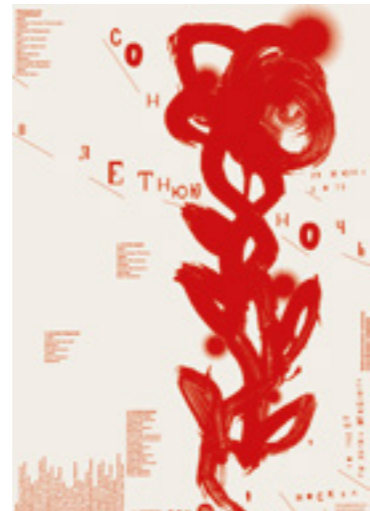
ДИЗАЙН,
КОТОРЫЙ
ПОКОРЯЕТ
СЕРДЦА

**20 ЛЕТ РАБОТЫ
БОЛЕЕ ТЫСЯЧИ РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ**

WELCOME TO DESIGN

ПЁТР БАНКОВ

Основатель и креативный директор студии



Я делаю плакаты каждый день

Чем сильнее веришь,
тем чаще случаются чудеса

ДизайнДепо — одно из агентств-долгожителей в России. И вроде бы сделаны тысячи проектов, вроде бы получается решать задачи, однако мне хочется верить, что не это основная цель — делать деньги и решать краткосрочные задачи. Проекты, клиенты, деньги — не ради этого мы занимаемся своей работой. Хочется перевести свой мир отношений с профессией в плоскость разговора и действий высокого искусства.

ПЕРВОЕ СЛОВО

Дизайн делать интересно и тяжело. Интересно потому, что это борьба за красоту, которая должна спасти мир.

Тяжело потому, что миру не очень-то надо, чтобы его спасали. Мир полноценен и может обходиться без дизайна. Получается некий когнитивный диссонанс: с одной стороны, есть внутренняя потребность, а с другой — реальность. Примерно в этой системе из двух координат и приходится жить и работать.

Когда дизайн не дает стареть брендам, когда, взяв в руки работу через десять лет, можешь сам себе сказать: «Как здорово тогда получилось, как замечательно, что можно этим гордиться и, слава Богу, что клиент решился на что-то большее, чем «задачи-деньги-потребитель».

Иногда у нас этот фокус получается, иногда нет. Однако мы верим: каждый новый проект может стать нашей гордостью и радостью. И оно получается. Чем сильнее веришь, тем чаще случаются чудеса.

/ Стремительная конница наших необузданных идей мирно пасется на небесном лугу креатива



ИСТОРИЯ



1997
2017

Компания «ДизайнДепо» была основана в 1997 году и практически сразу оказалась в десятке самых известных и наиболее уважаемых отечественных дизайн-студий. Имя компании стало поистине легендарным в дизайн-среде, а ее слава разнеслась далеко за пределы не только Москвы, но и России.

/ Любители сладких историй поджидают в засаде



Такого стремительного успеха компания добилась благодаря своему оптимистичному и искрометному подходу к решению самых сложных и ответственных задач.

Естественно, что в основе такого подхода в первую очередь лежат громадный накопленный опыт, высочайший профессионализм и необъятный творческий кругозор, а также тот неизменный энтузиазм и конструктивный настрой, которые проявляются у нас как в работе над проектами, так и в общении с клиентами.

Умение ярко и нестандартно мыслить, легко и быстро находить множество самых разнообразных и оригинальных решений — этим мы навсегда покорили сердца наших клиентов, коллег по цеху и конкурсных жюри во многих странах мира.

Простые же люди — покупатели товаров и потребители услуг — ценят нас прежде всего за возможность прикоснуться к чистому, современному и позитивному дизайну, который вдохновляет их и пробуждает в них самые лучшие чувства, желания и мечты.

Улицы городов и полки магазинов, экраны компьютеров и фасады домов, страницы печатных изданий и интерьеры помещений — все это является для нас одновременно целью и средством для проявления нашего креативного потенциала и выражения наших творческих идей.

Каждый новый проект для нас — это великолепный и уникальный шанс, чтобы сделать окружающий мир более светлым, дружелюбным, максимально удобным и комфортным.

Сегодня мы любим свою работу точно так же, как любили ее в самом начале. Потому что она всегда делала и продолжает делать нас счастливыми. И мы уверены, что она сделает счастливыми и вас. Добро пожаловать в ДизайнДепо — добро пожаловать в дизайн!

С самого начала своей деятельности ДизайнДепо пользуется полным доверием и уважением своих клиентов. Это заставляет нас стремиться к тому, чтобы каждый новый проект был лучше прежнего



Когда за идеей следует действие — возникает «идействие», процесс рождения чего-то нового и необычного

БРЕНДИНГ И АЙДЕНТИКА

III-е место в категории Design за серию логотипов для жилых комплексов формата CITY от группы компании «СУ-155» на международном фестивале рекламы Golden Hammer (2015)

На основе анализа конкурентной среды и результатов исследования потребительских предпочтений мы составляем четкую концепцию позиционирования и развития бренда на перспективу.

После этого мы приступаем к разработке айдентики бренда. Визуализация образа бренда не ограничивается для нас только лишь созданием набора фирменных графических констант, таких как логотип, цвет и шрифт. Мы всегда стараемся наполнить бренд уникальной графической идеологией, своим отличительным художественным стилем и манерой визуальной подачи.

Часто бывает так, что для нового бренда или торговой марки необходимо придумать уникальное название. В этом случае мы всегда исходим из того, что хорошее название само по себе никогда не бывает просто уникальным. Разработанное нами название обязательно несет информацию о преимуществах бренда и его позиционировании, вызывает положительные эмоции и хорошо запоминается.

Мы даем жизнь не только новым, но и старым торговым маркам. У каждого бренда на определенном этапе развития возникает потребность в «перезагрузке» — ребрендинге. Используя все тот же комплексный подход, мы формируем новое, свежее представление об известном бренде, заново выделяем его среди конкурентов.

Брендинг, айдентика, фирменный стиль — все это очень родственные и где-то даже схожие понятия, которые, по сути, обозначают только одно: возможность для бренда быть самим собой

/ БРЕНД

Музеи Московского
КремляМУЗЕИ
МОСКОВСКОГО
КРЕМЛЯ

/ ПРОЕКТ

Логотип,
фирменный стиль

Ключевым элементом новой визуальной айдентики Музеев Московского Кремля стал логотип. Его шрифтовое решение воспроизводит характерную графическую стилистику Гражданского шрифта — специального шрифта, введенного в 1708 году в России указом Петра I и ознаменовавшего первую в истории реформу русского алфавита.

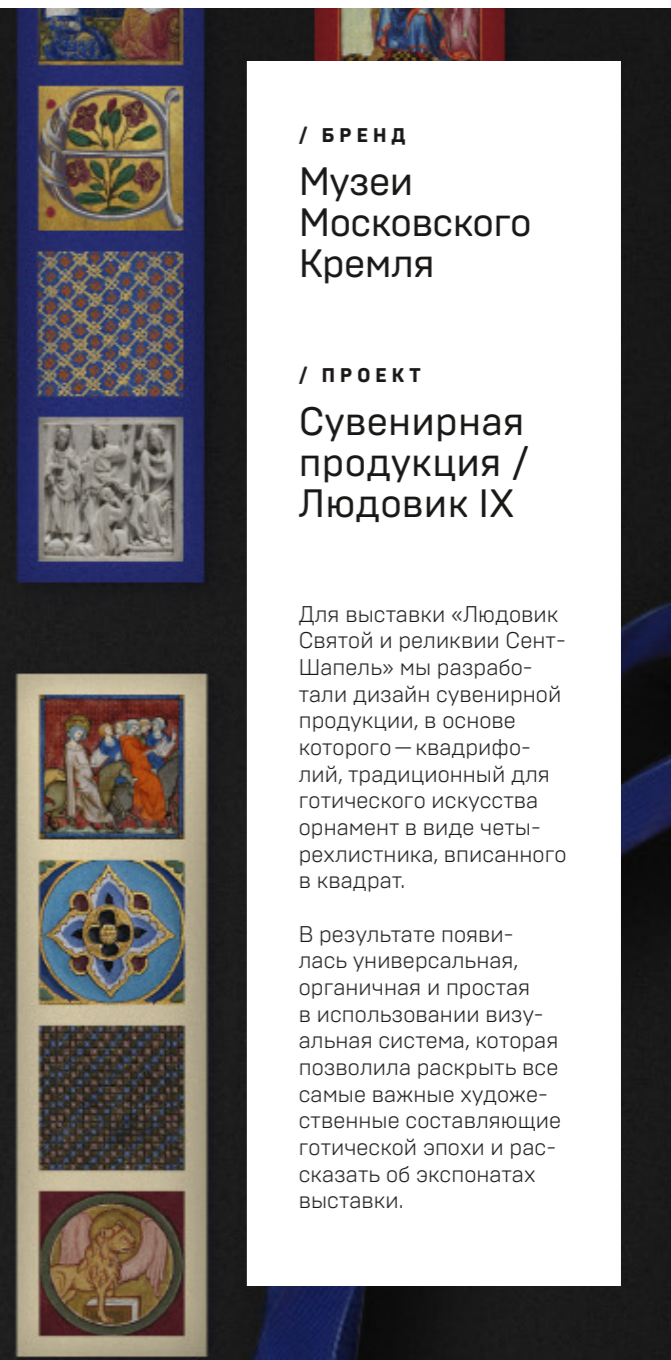
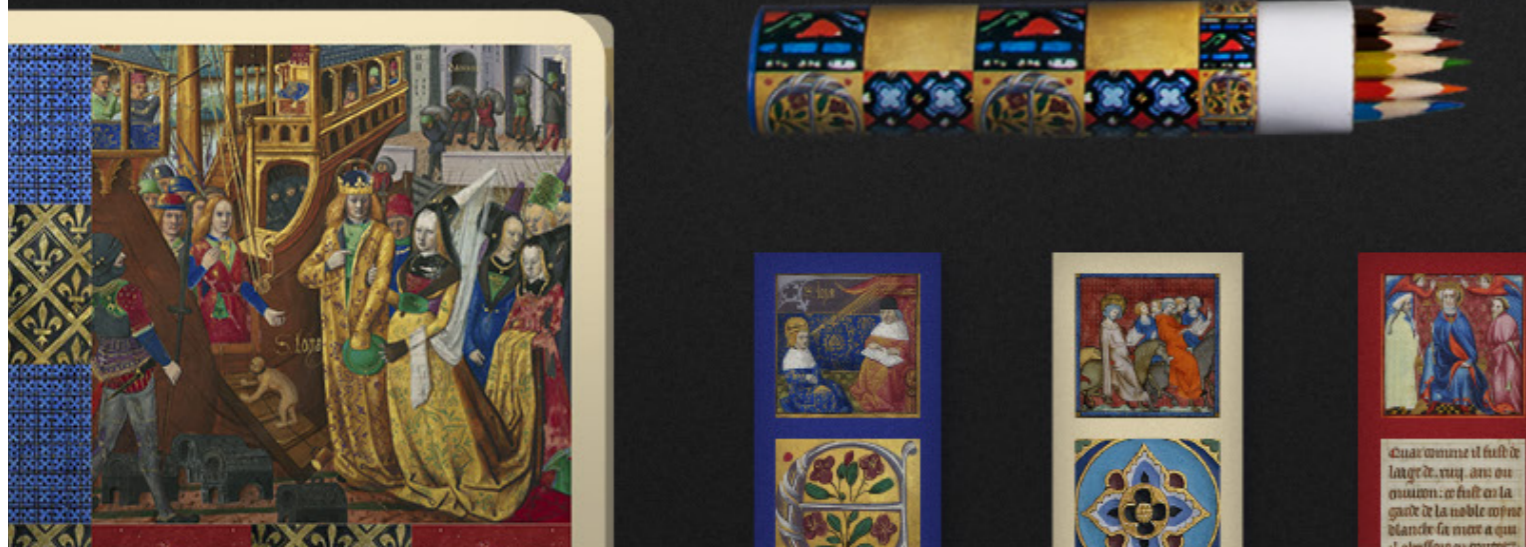
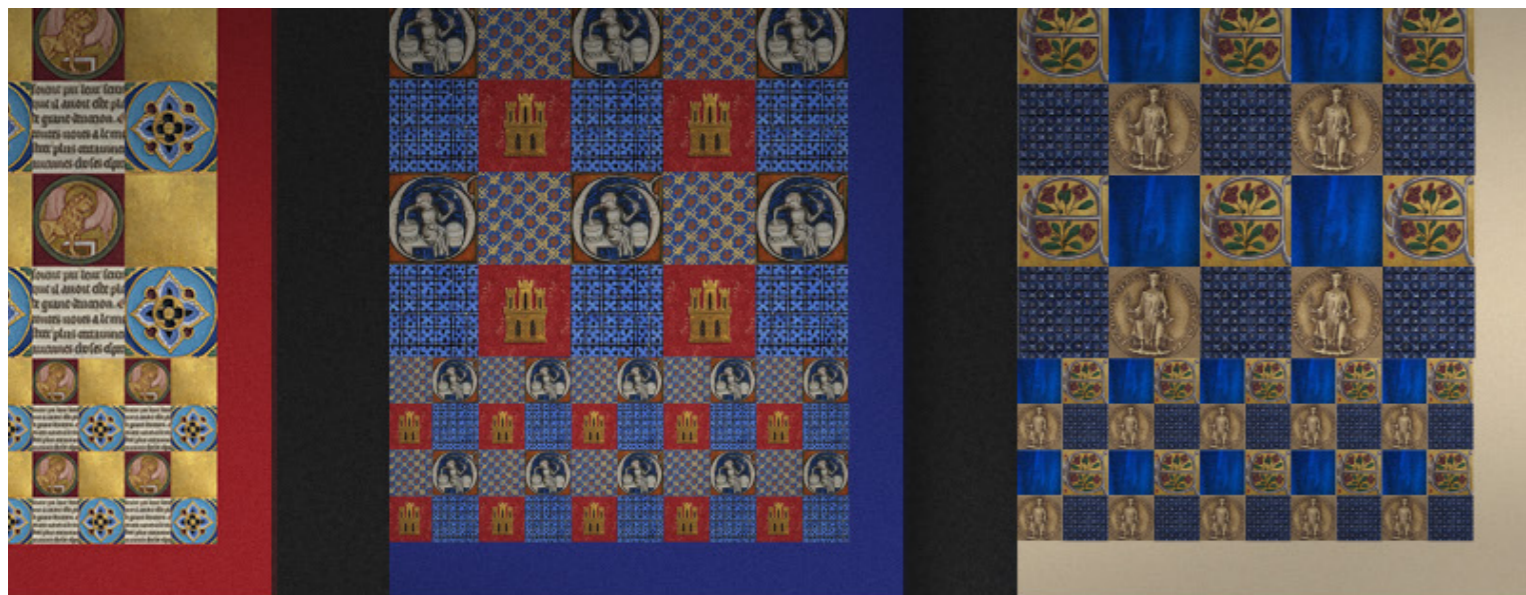
Новый логотип подчеркивает национальное и историческое своеобразие коллекции, представленной в Музеях Московского Кремля. Он демонстрирует стилистическую аутентичность, соответствие исторической эпохе и облику уникального архитектурного ансамбля Московского Кремля.



Основу новой фирменной стилистики Музеев Московского Кремля составляет особая система паттернов — специфическая мозаика, собранная непосредственно из элементов внутренней росписи, декора и архитектурных решений самих музеев.

Контрастные насыщенные цвета и характерные формы образуют яркий выразительный коллаж, олицетворяющий самобытность Музеев Московского Кремля, богатство и разнообразие их коллекций, многоплановость и мультижанровость музейного архитектурного ансамбля.

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
СОЕДИНЯЕТ В СЕБЕ ТРАДИЦИОННЫЕ
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ
СТАНДАРТЫ МИРОВОГО МУЗЕЙНОГО
БИЗНЕСА**



/ БРЕНД
Музеи
Московского
Кремля

/ ПРОЕКТ
Сувенирная
продукция /
Людовик IX

Для выставки «Людовик Святой и реликвии Сент-Шапель» мы разработали дизайн сувенирной продукции, в основе которого — квадрифолий, традиционный для готического искусства орнамент в виде четырехлистника, вписанного в квадрат.

В результате появилась универсальная, органичная и простая в использовании визуальная система, которая позволила раскрыть все самые важные художественные составляющие готической эпохи и рассказать об экспонатах выставки.





АР ДЕКО



Жорж Барбье
Суд Париса
Париж, 1924

АР ДЕКО



/ БРЕНД
Музеи
Московского
Кремля

/ ПРОЕКТ
Сувенирная
продукция /
АР ДЕКО

Дизайн оформления сувенирной продукции, приуроченной к выставке костюмов и ювелирных украшений «Элегантность и роскошь ар деко», построен на современном прочтении традиционной графики этого выдающегося художественного стиля.

Базовым элементом послужили черно-белые паттерны, созданные на основе орнаментов, характерных для ар деко. Неотъемлемым элементом оформления, передающим дух эпохи, стал акцидентный декоративный шрифт с характерным рисунком букв.



/ БРЕНД
СУ-155

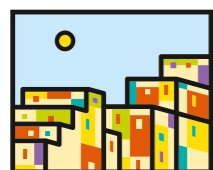
/ ПРОЕКТ
Логотип,
фирменный стиль

Серия легких и жизнерадостных логотипов представляет собой изображения домов, собранных из разноцветных фигур и блоков. С одной стороны, логотипы напоминают яркие, наполненные солнечным светом витражи. С другой — разноцветный городской пейзаж, типичный для приморских городов южной Европы.

Основу изобразительной стилистики логотипов составляет творчество голландского художника Пита Мондриана с элементами стиля ар деко как одного из наиболее влиятельных течений в визуальном искусстве XX века.



LIKE CITY
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



LIGHT CITY
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



FLIGHT CITY
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



SKY CITY
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



**АКЦЕНТ НА ЕВРОПЕЙСКИЕ
ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕННОСТИ:
КОМФОРТ, ЭСТЕТИКУ,
ЦИВИЛИЗОВАННОСТЬ,
ПРОГРЕСС**

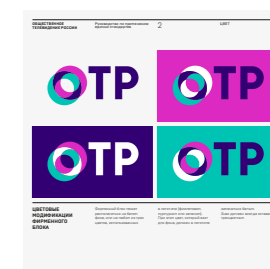
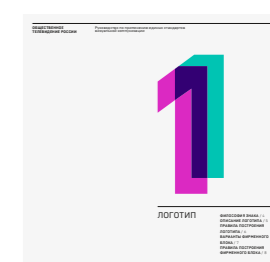
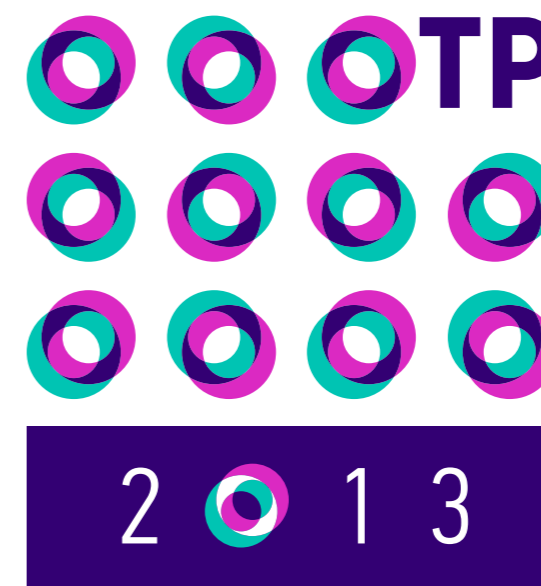


/ БРЕНД
ОТР

/ ПРОЕКТ
Логотип,
фирменный стиль

Знак представляет собой изображение двух полупрозрачных кругов, частично наложенных друг на друга. Круги символизируют общество и государство, науку и культуру, историю и современность, традиционные основы и прогрессивные начинания, а также пересечение различных точек зрения, мнений, позиций и т.д.

Таким образом, логотип Общественного телевидения России отражает его главные задачи и цели — говорит о стремлении ОТР к объединению общества; о поиске общих позиций и принципов, на основе которых можно строить и развивать наше общество; о работе в интересах прогресса, развития и безопасности; об открытости и дружелюбности компании, готовности к контакту и конструктивному общению.



/ БРЕНД

Модуль банк



Modulbank

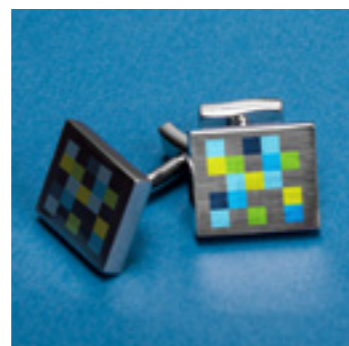
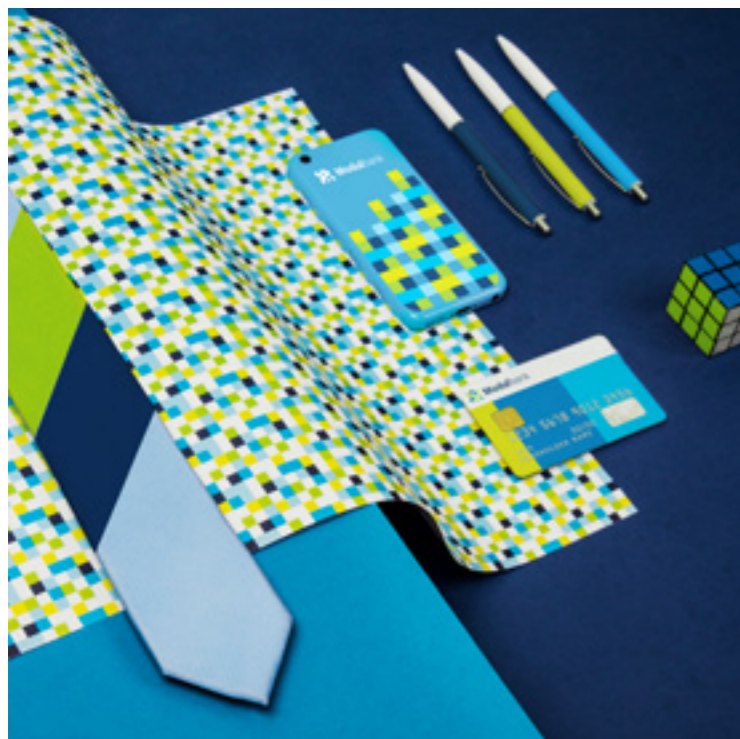
/ ПРОЕКТ

Название бренда,
логотип,
фирменный стиль

Modulbank — инновационный сервис для бизнеса, предлагающий помимо дистанционных банковских услуг помощь квалифицированных бухгалтеров, юристов и аудиторов.

Знак Modulbank олицетворяет идею модульности и командности, умение банка эффективно интегрироваться в бизнес-процессы клиента. Разноцветные квадраты, из которых состоит знак, символизируют широкое разнообразие возможностей, которые открываются перед клиентами банка. Пять цветов, гармонично дополняющих друг друга, отражают успешное взаимодействие клиента и сотрудников Modulbank.

Последовательное использование жирного и тонкого шрифтов в логотипе создает образ современной динамичной компании, идущей навстречу своим клиентам.



/ БРЕНД

КупиVIP.ru

/ ПРОЕКТ

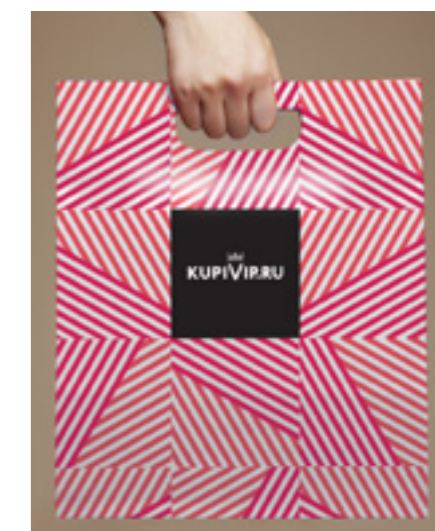
Логотип,
фирменный стиль

KUPIVIP.RU

В масштабном ребрендинге одного из лидеров российской электронной коммерции KUPIVIP.ru нашли отражение ключевые ценности компании: качество, подлинность, выгодные скидки.

Знак в виде короны символизирует торжество женской красоты, главенство изысканности и хорошего вкуса во всем, что касается моды, царственный выбор брендов, а также исключительность, элитарность и непревзойденное качество представленной одежды.

Фирменными цветами интернет-магазина стали: черный — символ высокого статуса, принадлежности к элите, безупречного вкуса; красный — цвет страсти, моды и ярких эмоций, которые дарят покупателям выгодные покупки; золотой — цвет роскоши и аристократии.



**ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЙ
ПАТТЕРН ИЗ ЯРКИХ
ЛИНИЙ ОТРАЖАЕТ
ШИРОТУ АССОРТИМЕНТА
И РАЗНООБРАЗИЕ
ПРЕДСТАВЛЕННЫХ
БРЕНДОВ**



/ БРЕНД

Саммиты
БРИКС/ШОС

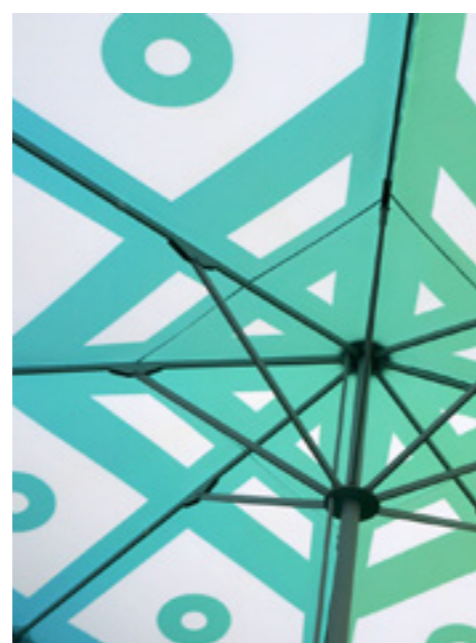
UFA
RUSSIA2015
 BRICS/SCO SUMMITS

/ ПРОЕКТ

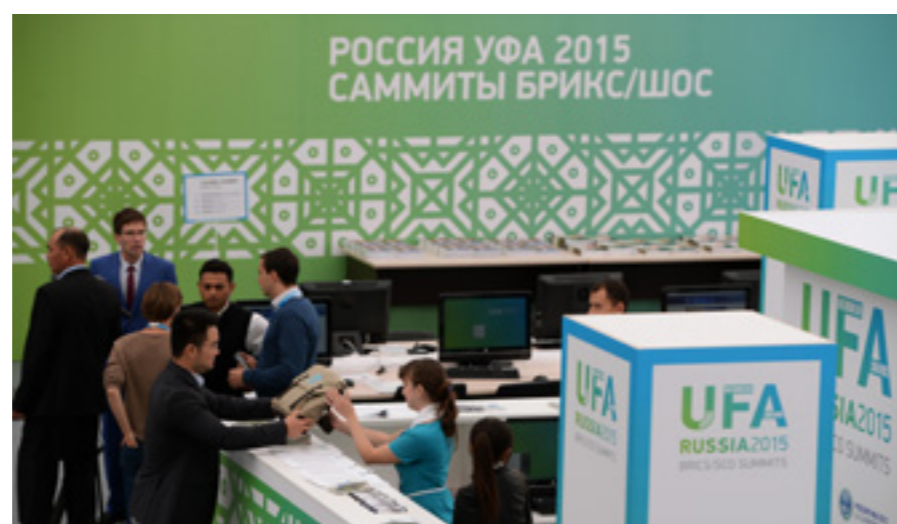
Логотип, фирменный
 стиль, оформление
 пространства,
 навигация

В 2015 году в Уфе состоялись саммиты БРИКС и ШОС. Специально к этим событиям мы разработали фирменный стиль пространства, в котором проводились мероприятия.

С помощью комплексной визуальной айдентики, построенной на национальных башкирских мотивах с применением современного графического языка, удалось создать уютную и теплую атмосферу, дать представление о радушии и гостеприимстве жителей Уфы и сформировать образ Башкортостана как современного и развитого промышленно-делового региона России.



**ПО ОКОНЧАНИИ
 САММИТОВ
 ГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ
 БЫЛ УНАСЛЕДОВАН
 УФОЙ В КАЧЕСТВЕ
 ГОРОДСКОГО СТИЛЯ**



/ БРЕНД

Саммит
БРИКС

BRICS
RUSSIA UFA 2015

/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный
 стиль, оформление
 пространства,
 навигация

Логотип саммита БРИКС, состоявшегося в 2015 году в Уфе, представляет собой композицию из пяти разноцветных блоков, каждый из которых символизирует одну из стран группы БРИКС.

Одинаковая форма и размер блоков, их равное расположение относительно друг друга символизируют паритетное начало в отношениях этих стран, их взаимное уважение друг к другу и готовность принимать равное участие в решении актуальных вопросов саммита.

Прямоугольники в композиции не стоят отдельно — они пересекаются, что говорит о тесном взаимодействии между странами, об их готовности действовать сообща.



/ БРЕНД

Всемирный конгресс
пчеловодов 2021

/ ПРОЕКТ

Логотип,
фирменный стиль



APIMONDIA
2021 RUSSIA/UFA

В логотипе заявочной кампании России на проведение Международного конгресса пчеловодов использован стилизованный образ пчелы. Крылья пчелы образуют силуэт сердца, символизирующего гостеприимство, которое готова оказать Россия в качестве принимающей стороны. Наложённые друг на друга крылья образуют абрис медовой капли — второго графического маркера события.

Оранжевый круг символизирует пчелиную голову. Он расположен точно по центру названия и подчеркивает то внимание, которое уделяется проблемам сохранения пчел и развитию традиций пчеловодства. Яркий цвет отражает важность и глобальный характер деятельности Конгресса.

В 2017 году Россия выиграла право проведения Всемирного конгресса пчеловодов в Уфе в 2021 году.



/ БРЕНД

Conference of European
Rabbis

/ ПРОЕКТ

Логотип, сайт,
фирменный стиль

Конференция европейских раввинов — крупнейший альянс ортодоксальных раввинов, объединяющий лидеров еврейских общин из 40 европейских стран. Основой для логотипа и фирменного стиля организации служит изображение меноры — семисвечника, одного из древнейших религиозных символов иудаизма.



**CONFERENCE
OF EUROPEAN
RABBIS**



/ БРЕНД

Вода России

/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль



ФЕДЕРАЛЬНАЯ ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА

Улучшить здоровье россиян с помощью качественной питьевой воды, защитить их от стихийных бедствий и вернуть чистоту водоемам — вот три основные цели Федеральной целевой программы «Вода России», которые мы постарались отразить в ее логотипе и фирменном стиле.

Логотип — голубой квадрат с тремя белыми волнообразными полосами — объединяет понятия воды, государственности (развивающийся флаг) и высоких результатов (очертания «волн» напоминают растущий график). Голубой цвет логотипа символизирует чистоту и экологическую безопасность водных ресурсов России. Визуальная стилистика знака тяготеет к простоте и лаконичности, создавая конструктивный деловой образ программы. На основе логотипа разработаны шаблоны деловой документации, баннеров и билбордов, а также фирменный паттерн, олицетворяющий водную гладь.



/ БРЕНД

Космическая связь

/ ПРОЕКТ

Фирменный стиль, оформление пространства



На протяжении многих лет ФГУП «Космическая связь» организует конференции, посвященные спутниковой связи, в которых участвуют операторы связи, телерадиокомпании, производители оборудования, инвесторы, эксперты, журналисты — одним словом, те, чья деятельность связана со спутниковой связью.

Для конференции 2014 года мы разработали дизайн оформления, основой которого послужил супрематизм. Четкие линии, плоская графика, имитация литографической печати в несколько цветов, приглушенная цветовая гамма, а также использование прямоугольной изометрической проекции, широко применяемой в проектировании, — все это создает эффект технологичности, прогресса и научных исследований, составляющих основу деятельности компании на протяжении всей ее истории.

Отражением этой визуальной идеи послужил оригинальный вступительный ролик, выполненный в той же стилистике и раскрывающий полную историю развития космической связи — от первого спутника «Молния» до современных «Экспрессов».



/ БРЕНД

Московский финансовый форум



/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль

Логотип Московского финансового форума представляет собой стилизованную букву М, собранную из вертикальных полос, напоминающих диаграмму. Яркий красный цвет символизирует высокий приоритет вопросов, которые поднимаются на Форуме, а также позитивную энергию реальных действий, необходимых для достижения эффективного результата.



/ БРЕНД

ПМЭФ'16



/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль

Новый стиль Питерского форума демонстрирует преемственность по отношению к прежнему стилю. При этом в обновленной фирменной стилистике нашли отражение важные политико-экономические реалии: новое место России в мире; открытость Российского государства к диалогу.



/ БРЕНД

Утконос

/ ПРОЕКТ

Ребрендинг



Для крупнейшего в России онлайн-гипермаркета «Утконос» мы проделали поистине гигантскую работу: разработали абсолютно новую бренд-стратегию и на основе ее осуществили полный ребрендинг компании.

В результате получился яркий и лаконичный фирменный стиль, который способствует более четкому и однозначному восприятию бренда как современного, активного, дружелюбного и общительного помощника. Кроме обновленного логотипа и персонажа «Утконос» также приобрел лаконичный слоган «И все дела!», который отражает ключевые преимущества бренда: помощь в выборе продуктов и их доставке, экономия времени и отсутствие необходимости самому идти в магазин.



**СРАЗУ ВИДНО,
ЧТО «УТКОНОС» —
ЭТО МАГАЗИН
ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ
ЛЮДЕЙ, АКТИВНЫХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
ИНТЕРНЕТА**

/ БРЕНД

Евраз

/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль



Прежний логотип компании создавался в условиях, когда необходимо было отразить основательность, масштабность и серьезность ее бизнеса. Новый логотип призван транслировать новый образ компании — современной, успешной и динамично развивающейся, стремящейся к безусловному лидерству в сталепромышленной отрасли.

Мы подвергли логотип незначительным, но заметным изменениям. Три узнаваемые горизонтальные полосы прежнего логотипа остались, но при этом не стало рамки-решетки — исчезла замкнутость, в знаке появились открытость, готовность к интеграции в окружающий мир. Теперь полосы символизируют три температурных стадии раскаленного металла и служат основой для всего фирменного стиля компании.





/ БРЕНД
Ваш Фермер

/ ПРОЕКТ
Логотип,
фирменный
стиль

Чтобы делать качествен-
ный дизайн, необхо-
димо хорошо питаться.
И наоборот...

Графическая простота,
круглая форма и специ-
фический цвет логотипа
компании «Ваш Фермер»
делают его похожим
на печать, тавро или
медаль. Такое сход-
ство символизирует
исключительно высокое
качество продукции,
а также элитность
и аутентичность его
происхождения.

— 2кг мяса
— 3кг колбасы
— 1кг сосисок
— 1кг сыра
— вино красное
— кефир

Ваш Фермер
натуральные отечественные продукты

/ БРЕНД

Мансурово

Мансурово

АГРОКОМПЛЕКС



/ ПРОЕКТ

Логотип, сайт,
фирменный стиль

Инновации, забота и открытость — вот основные ценности, которые мы постарались воплотить в фирменном стиле агрокомплекса «Мансурово». Сочетание сочного зеленого и белого цветов олицетворяют идею свежести, натуральности и безопасности. Зеленое поле как стилизирующий элемент символизирует масштаб и перспективы деятельности компании.

Ярким символом многогранности агрокомплекса служит специальный графический элемент — «дерево», в кроне которого «спрятаны» пиктограммы, обозначающие различные направления деятельности и создающие современный и жизнерадостный образ компании.

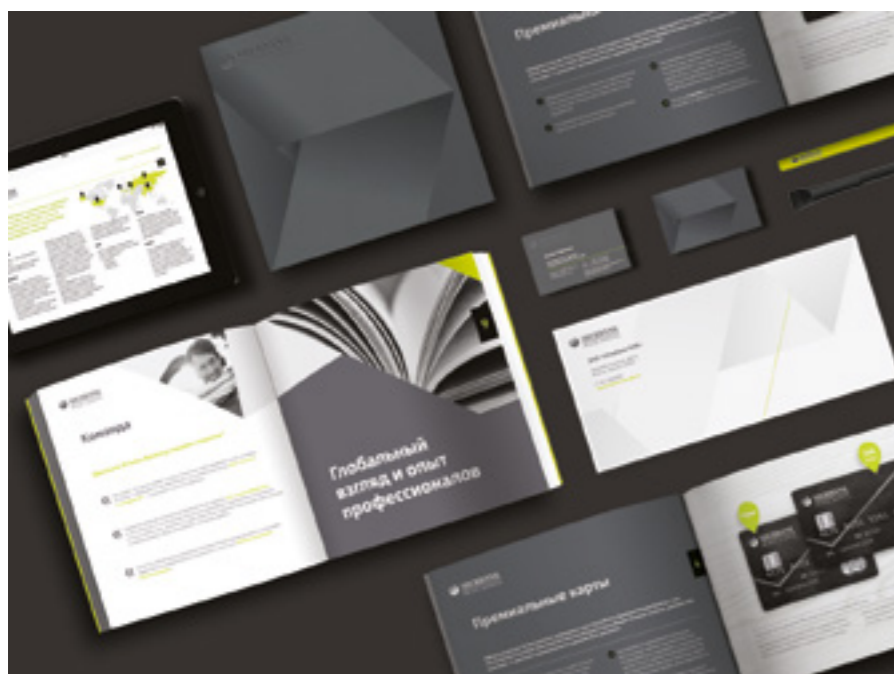
/ БРЕНД

Sberbank Private
Banking

/ ПРОЕКТ

Фирменный стиль

Sberbank Private Banking способен решать любые задачи клиента, реализовывать практически любые его желания и замыслы. Эту идею мы воплотили в концепции визуальной айдентики, в основе которой — стилизованное изображение ленты Мебиуса как воплощения «нереальной реальности», а также слоган — «Возможности без исключений».



/ БРЕНД

Всемирный фестиваль
молодежи и студентов

**ИДЕЯ РЕКЛАМНОЙ
КАМПАНИИ
ВОПЛОЩЕНА
В СЛОГАНЕ: «ВМЕСТЕ
СО ВСЕЙ ПЛАНЕТОЙ!»**

/ ПРОЕКТ

Фирменный стиль,
рекламная кампания

В 2017 году Россия в третий раз стала хозяйкой Всемирного фестиваля молодежи и студентов. До этого фестивали в России проводились в 1957 и 1985 годах.

В рамках подготовки к Фестивалю разработан новый фирменный стиль, одна из задач которого — подчеркнуть преемственность между разными поколениями участников фестивального движения.

Для фестивалей прошлых лет было характерно широкое разнообразие плакатной живописи на тему мира и объединения молодежи. Выразительная графика и узнаваемая эстетика этих плакатов творчески и технологически переосмыслена и воплощена в новом визуальном стиле Фестиваля 2017 года.

/ БРЕНД

G20

/ ПРОЕКТ

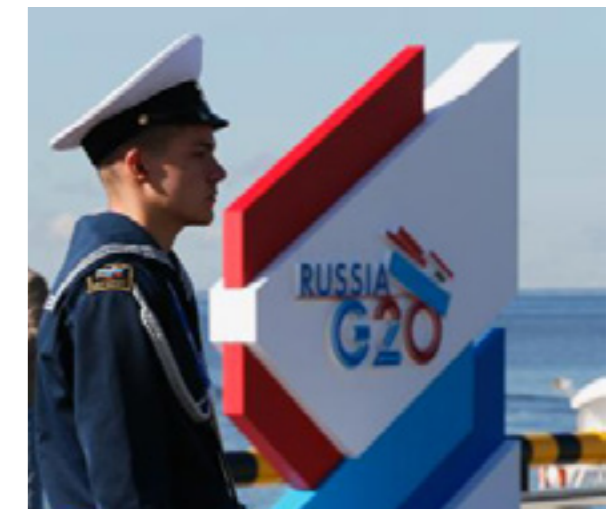
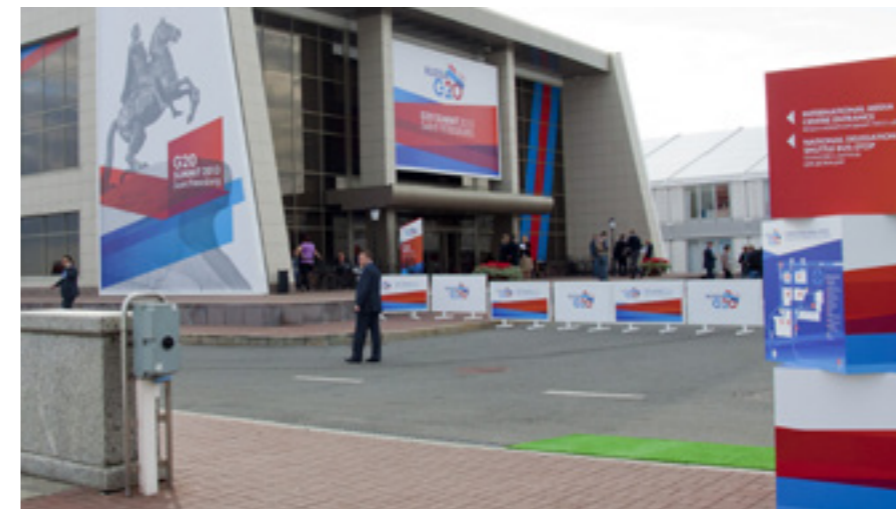
Логотип, сайт, фирменный стиль



Одним из наиболее крупных и интересных проектов стала для нас разработка визуальной концепции саммита «Большой двадцатки», проходившего в 2013 году в Санкт-Петербурге. В основе концепции — творчество русских художников-конструктивистов — основоположников знаменитого на весь мир русского авангарда, зародившегося в Санкт-Петербурге ровно сто лет назад.

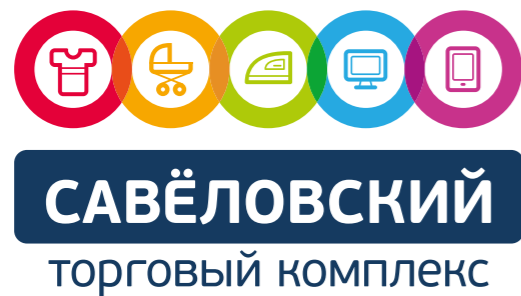
Фирменный стиль призван продемонстрировать постоянное стремление России быть в авангарде современных международных отношений и предлагать исключительно конструктивные решения по вопросам мировой политики и экономической безопасности.

ГРАФИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ ОТРАЖАЕТ ДИНАМИКУ, НОВИЗНУ И ПРОГРЕССИВНЫЕ УСТРЕМЛЕНИЯ



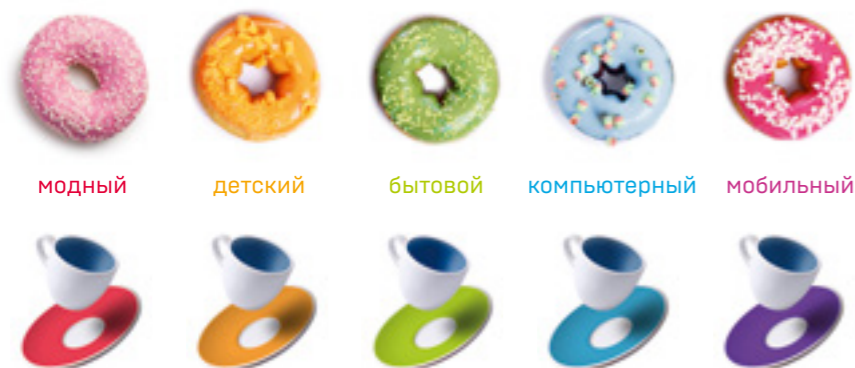
/ БРЕНД

Савеловский



/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль



Обновленный фирменный стиль отражает ключевую идею позиционирования: «Все что вам нужно, есть в "Савеловском" — современном и модном торговом центре!». Открытые и прозрачные цвета, легкий шрифт и динамичная темпоритмика символизируют демократичность ценовой политики, доступность и актуальность товаров, современность подходов к осуществлению торговой деятельности.



/ БРЕНД

Счетная палата



СЧЕТНАЯ
ПАЛАТА
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль

Разрабатывая концепцию логотипа Счетной палаты, мы решили отразить в нем контролирующий и аналитический функционал высшего российского органа государственного аудита.

Логотип Счетной палаты представляет собой стилизованную букву «С» — первую букву в названии организации. В силуэте буквы читается сходство с круговой диаграммой, которая олицетворяет непосредственную деятельность палаты — аналитические исследования, расчеты, поверку отчетных материалов и т.д.



/ БРЕНД

Служба крови



/ ПРОЕКТ

Логотип, сайт, фирменный стиль

Еще один важный проект, выполненный нами для Минздрава, — оформление государственной донорской программы. Для решения задачи мы выбрали путь непосредственного обращения к целевой аудитории на понятном ей языке — языке ярких и доходчивых визуальных образов. Логотип представляет собой силуэт сердца, образованный условными фигурами двух людей, взявшихся за руки. Символическое значение логотипа — призыв к заботе, состраданию, жертвенности на благо других людей. Эмоциональный тон всех визуально-коммуникационных констант программы отличается дружелюбностью и позитивной мотивацией к взаимопомощи.



/ БРЕНД

Правительство
Сахалинской
области

/ ПРОЕКТ

Фирменный
стиль

Дальний Восток — так далеко мы еще ни разу не забирались. Тем интереснее было разработать систему визуальной идентификации для целого субъекта Федерации, полностью расположенного на островах.

В основу была положена идея о кораблях, охраняющих восточные рубежи нашей страны, — «Эскадра Русских островов!».

На этой основе мы разработали сразу два фирменных стиля: официальный — для местных органов управления; неофициальный — для поднятия патриотического духа у местного населения и создания привлекательного образа Сахалинской области в глазах российских и зарубежных туристов.

Отдельного внимания достойна и сувенирная продукция, одно из центральных мест в которой заняли «Матреси» — матрешки в виде матросов.



/ БРЕНД

Ласточка

Л А С
Т О Ч
К А .

/ ПРОЕКТ

Логотип, фирменный стиль

Для фестиваля «Ласточка», который с 2016 года проходит на территории спортивного комплекса «Лужники», мы разработали логотип и фирменный стиль внешних коммуникаций.

В фирменном стиле передана главная идея мероприятия: фестиваль «Ласточка» — это яркий контраст музыкальных жанров, спортивных увлечений и гастрономических изысков. Яркие легкие летние цвета, сочетание плавных геометрических форм, прямых линий и острых углов, природные мотивы, многоплановые композиции — все это создает динамичную пульсирующую картинку, отражающую многогранный дух фестиваля «Ласточка».



КЛИЕНТЫ



ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ И ПОЛИ ГРАФИЯ

Из года в год мы выпускаем порядка полусотни корпоративных годовых отчетов, бизнес-профайлов, брошюр, буклетов, фирменных календарей и другой печатной продукции для самых разных компаний и организаций. Каждая такая работа заключается не просто в разработке дизайн-макета и грамотной верстке.

Для каждого проекта мы прежде всего разрабатываем свою оригинальную идею — выразительную базовую концепцию, вокруг которой строится все остальное: изобразительный ряд, графическое решение, цветовая гамма, стилистика иллюстраций, фотографий, элементов инфографики и т.д. В соответствии с этой же концепцией подбираются формат издания, полиграфические материалы, обговаривается использование специальных полиграфических технологий, способов брошюровки и многое другое.

Концептуальная идея не просто позволяет изданию выглядеть более эффектно и респектабельно. Хотя это тоже весьма важно. Наличие четкой и ясной идеи помогает сфокусировать внимание на ключевом сообщении проекта, сделать изложение информации более понятным, доступным и наглядным. Благодаря этому образ компании, образ бренда и его ценности воспринимаются более целостно. Все это, в конце концов, способствует укреплению имиджа компании и поднимает его на новую качественную высоту.

В работе над печатными проектами мы часто используем художественные иллюстрации, которые с большой заботой и любовью отрисовывает наш штатный художник. Живопись, гуашь, акварель, пастель, цветные карандаши и даже обычная авторучка — каждый из этих способов может превратить любой годовой отчет или буклет в уникальное произведение искусства.

Премия Best of Contest
за лучшую работу Киевского
международного фестиваля
рекламы 2012 в конкурсе
«Дизайн» за годовой отчет —
2010 Сбербанка

Работа с бумагой требует специальных знаний и навыков. Здесь все имеет значение: начиная с модульной сетки верстки и заканчивая фактурой и оттенком самой бумаги

/ БРЕНД

Металлоинвест

АТЛАС КМА

По своим масштабам и размаху Курская магнитная аномалия представляет собой грандиозное зрелище. Горнодобывающие карьеры КМА поражают воображение и дарят массу сильных эмоций. В этом они подобны выдающимся произведениям мирового искусства.

Именно эта аналогия легла в основу концепции уникального подарочного издания — Атласа КМА, который выполнен в виде своеобразной галереи, где каждая страница — экспонат и его описание. Атлас содержит большое количество фотографий, которые подробно иллюстрируют историю открытия и освоения КМА, раскрывают особенности геологического строения и дают наглядное представление о добываемых здесь полезных ископаемых.



/ ПРОЕКТ

Книга «Афганские звезды. Честь, боль и слава»



КНИГА

«АФГАНСКИЕ ЗВЕЗДЫ. ЧЕСТЬ, БОЛЬ И СЛАВА»

Среди сотрудников компании «Металлоинвест» немало тех, кто прошел через воинскую службу в Афганистане. Книга, изданная горно-металлургическим холдингом — это дань уважения тем, кто воевал, и долг памяти тем, кто не вернулся домой.

Мы осуществили дизайн и верстку издания, разработали подробную инфографику, которая позволяет сравнить военные потенциалы участников конфликта. Отдельной задачей стала координация работы автора текста, научного редактора и консультантов по международным отношениям и военной технике.

/ ПРОЕКТ

Атлас КМА

/ БРЕНД

Евразийский банк



ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2012

Главный визуальный мотив годового отчета — ступени лестницы, ведущей вверх. Ступени демонстрируют динамику уверенного развития Евразийского банка в 2012 году и воплощают собой идею генерального слогана отчета — «Выше с каждым шагом».

/ ПРОЕКТ

Годовые отчеты 2012 / 2011



Как правило, работа с иностранными компаниями требует учитывать особенности местного культурно-исторического колорита и специфический менталитет заказчика. Тем необычной и интересней было видеть стремление Евразийского банка — активного участника финансового рынка Республики Казахстан — продемонстрировать в своих отчетах именно европейские стандарты ведения бизнеса и показать себя по-настоящему современным европейским банком.



ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2011

Изображения на обложке и разворотах отчета смело «исправлены» жирным белым маркером. Такое графическое решение наглядно подчеркивает кардинальность преобразований, решительность действий и контрастность достижений банка по сравнению с предыдущим годом.



/ БРЕНД
ЭКСПАР

/ ПРОЕКТ
Годовой отчет 2015

Отчет оформлен в стилистике русской авангардной живописи начала XX века и отражает лидерские позиции ЭКСАР — крупнейшей российской компании экспортного страхования, идущей в авангарде российского экспорта и укрепляющей международную славу российских товаров.



АВАНГАРД РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА

/ БРЕНД
Альпари

/ ПРОЕКТ
Годовой отчет 2013

Рисунки на шмуцтитулах отчета «Альпари» — одного из лидеров мировой форекс-индустрии — в иносказательной форме рассказывают о широких возможностях, которые позволяют клиентам компании выйти за границы привычных представлений о международном валютном рынке. Рисунки развивают сюжеты, изображенные на купюрах, и придают привычным дензнакам новый смысл и содержание. Сама купюра, встроенная в рисунок, становится органичной частью чего-то более широкого и полного, открытого и вдохновляющего.



КАЖДОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ
НА КУПЮРАХ МИРОВЫХ
ВАЛЮТ ИМЕЕТ СВОЮ
ИСТОРИЮ И СВОЕ
ЗНАЧЕНИЕ



/ БРЕНД

Сбербанк России



/ ПРОЕКТ

Годовые отчеты
2012 / 2011 / 2010

Сбербанк РФ является нашим давним деловым и творческим партнером. Более чем десятилетнее сотрудничество с главным банком России развивается по самым разным направлениям: от выпуска сайтов и оформления конференций до создания фирменной айдентики для различных подразделений и разработки концептуального дизайна полиграфических изданий. Так, для Сбербанка РФ мы изготовили целую серию годовых отчетов, в каждом из которых нашли свое отражение актуальные идеи и ценности крупнейшего финансового учреждения страны.

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2012

Концепция дизайна годового отчета демонстрирует динамичное развитие Сбербанка и происходящие в нем прогрессивные изменения через призму знаменитых шедевров русского архитектурного авангарда — предмета нашей национальной гордости.



**ВСЕ ШМУЦТИТУЛЫ ВЫПОЛНЕНЫ
В РАЗНЫХ СТИЛЯХ — КУБИЗМ,
ЛУЧИЗМ, КОНСТРУКТИВИЗМ, ФОВИЗМ**

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2011
Тема отчета — неразрывная связь истории банка с историей страны — наглядно раскрывается на шмуцтитулах отчета. Это 18 разворотов, каждый из которых рассказывает о важных событиях, произошедших как в Сбербанке, так и в стране за десять лет.



КАЖДАЯ РАБОТА — ЭТО НОВЫЙ ПОДХОД И НОВЫЕ ИДЕИ



ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2010

Отчет вышел в год 170-летнего юбилея Банка и был посвящен празднику — счастью, радости и оптимизму тех людей, которые работают в Сбербанке. В отчете нет ни одной фотографии: все иллюстрации, карты, портреты сотрудников и руководителей банка сделаны карандашом и акварелью. Их высказывания на тему счастливых моментов в жизни также написаны от руки. В результате создается ощущение рукотворности и личного участия сотрудников в оформлении отчета.



/ БРЕНД

Вертолеты России



/ ПРОЕКТ

Годовой отчет 2011

Свою важнейшую миссию компания «Вертолеты России» видит в выполнении своих обязательств, а также в надежности и доверии со стороны партнеров и клиентов. «Мы обещали — Мы добились» — этот девиз отчета проиллюстрирован пятью историями-разворотами. Каждый разворот посвящен представителю какой-либо героической профессии, непременно связанной с полетами на вертолетах. Здесь же размещена информация о заявленных и достигнутых результатах компании за отчетный период.



СТРОГИЙ И ЛАКОНИЧНЫЙ ДИЗАЙН ОТРАЖАЕТ ОСОБОЕ НАСТРОЕНИЕ И ХАРАКТЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

/ БРЕНД

МРСК Волги

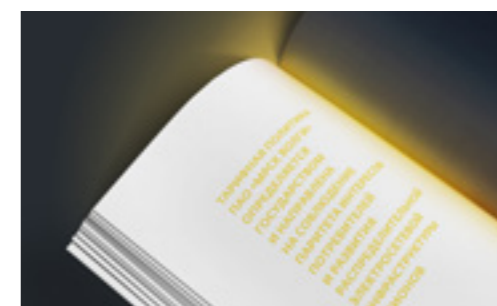
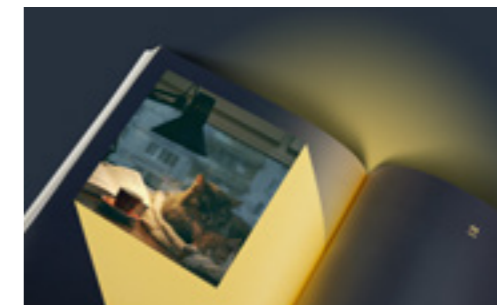


/ ПРОЕКТ

Годовой отчет 2015

Электричество, которым обеспечивает жителей Поволжья компания «МРСК Волги», не просто дарит людям комфорт и уют — оно меняет этих людей, делает их позитивнее и счастливее, вдохновляет их на светлые идеи и добрые дела. Эта яркая и выразительная концепция легла в основу оформления годового отчета компании «МРСК Волги» за 2015 год.

В центральной части каждого разворота отчета используется плавный цветовой градиент, который имитирует яркий свет. Эффект свечения еще больше усиливается за счет световых бликов и игры света и тени на больших объемных цифрах на обложке и шмуцтитулах отчета. В результате отчет словно бы светится изнутри той созидательной энергией, трудолюбием и профессионализмом, которые присущи ПАО «МРСК Волги».



/ БРЕНД

Росбанк



/ ПРОЕКТ

Буклет компании 2013



Клиент private banking Росбанка может позволить себе быть экстравагантным, выделяться из общей серой массы, не стесняться своей непохожести и уникальности. Изобразительный ряд — черно-белые фотографии исторических личностей, известных своей эксцентричностью и неординарностью: Пабло Пикассо, Коко Шанель, Аристотеля Онассиса. Это были, несомненно, обеспеченные люди, но мы восхищаемся ими вовсе не поэтому. «Пусть о деньгах заботятся профессионалы, а вы — будьте собой», — говорит клиенту этот буклет.

/ БРЕНД

Лужники

/ ПРОЕКТ

Годовой отчет 2014



Яркие и динамичные эмоции, разнообразные форматы спортивных развлечений, неожиданные открытия, легендарные рекорды и достижения — все, чем так славится Олимпийский комплекс «Лужники», мы в буквальном смысле этого слова вложили в его годовой отчет.



/ БРЕНД

М.Видео

/ ПРОЕКТ

Годовой отчет 2010



Для компании «М.Видео» мы придумали и реализовали, пожалуй, самый необычный и легкий по восприятию годовой отчет в нашем портфолио. Дело в том, что все иллюстрации, графики, карты и другие изображения в нем нарисованы от руки с помощью самой обыкновенной синей шариковой ручки. Такое оригинальное графическое решение наглядно и выразительно отражает основную идею отчета — «Просто. Понятно. Доступно.»



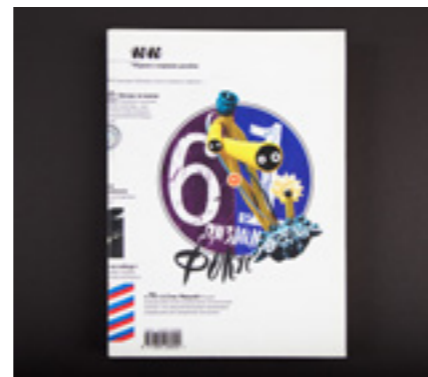
/ БРЕНД

Журнал «КАК»

/ ПРОЕКТ

Выпуски 59-65

Главный журнал страны, посвященный графическому дизайну, пережил несколько видовых и форматных реинкарнаций, причиной которых была насущная необходимость соответствовать высокому званию флагмана российской дизайнерской журналистики. В последнем варианте у издания появился новый логотип и новый принципиальный макет верстки, благодаря чему журнал по-прежнему выглядит ультрапрогрессивно и мегафутуристично.



В 2017 ГОДУ ГЛАВНЫЙ ЖУРНАЛ РОССИИ О ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ ОТМЕТИЛ СВОЕ 20-ЛЕТНЕ

/ БРЕНД

Лужники

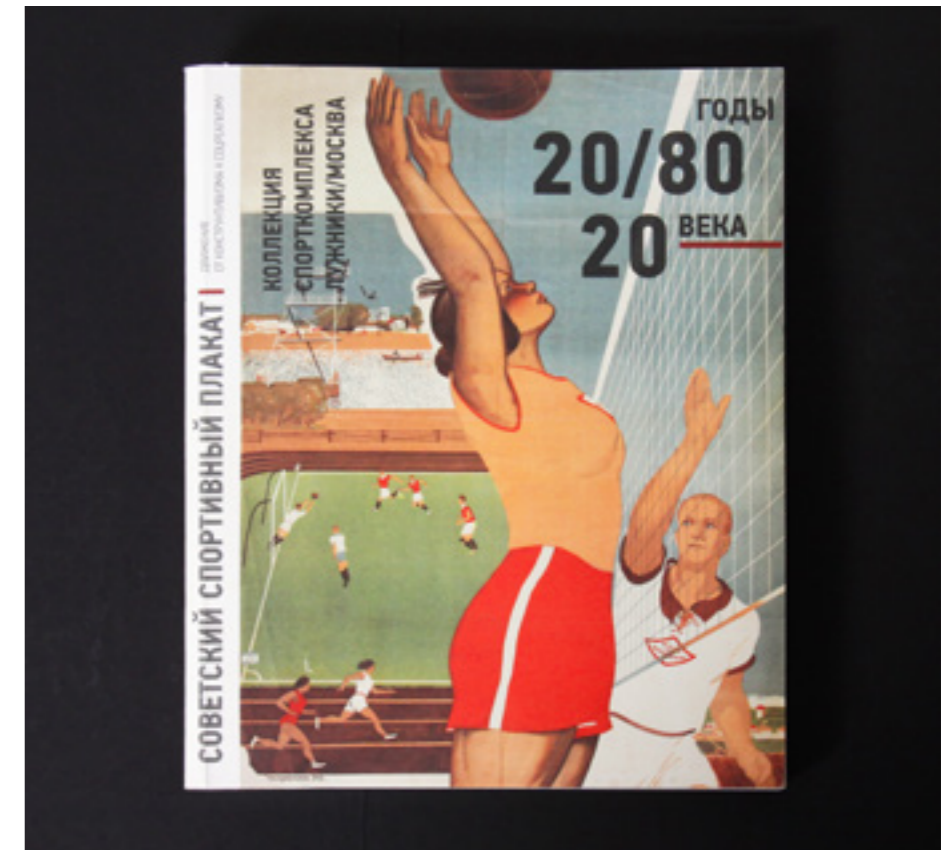
/ ПРОЕКТ

Книга «Советский спортивный плакат»

К 60-летию легендарного Олимпийского комплекса «Лужники» мы оформили яркое и необычное издание — юбилейный альбом, представляющий собой уникальную подборку редких спортивных плакатов и афиш из коллекции спорткомплекса, в которых отражена история развития спорта в нашей стране.



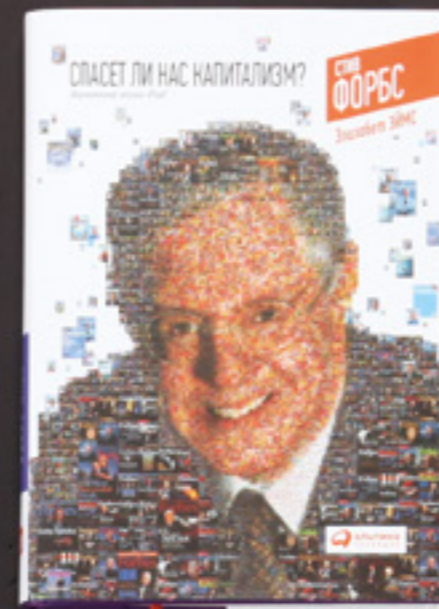
ШЕДЕВРЫ ПЛАКАТ-НОГО ИСКУССТВА НА КАЖДОЙ СТРАНИЦЕ



/ БРЕНД
 Альпина
 Паблишер

/ ПРОЕКТ
 Серия
 обложек

Для новых пяти серий книг издательства «Альпина Паблишер» мы разработали пять уникальных концепций, объединенных между собой единым стилем. В основу каждой концепции заложен определенный отличительный знак или целая система знаков, что позволяет читателю с первого взгляда определить, к какой серии относится книга.



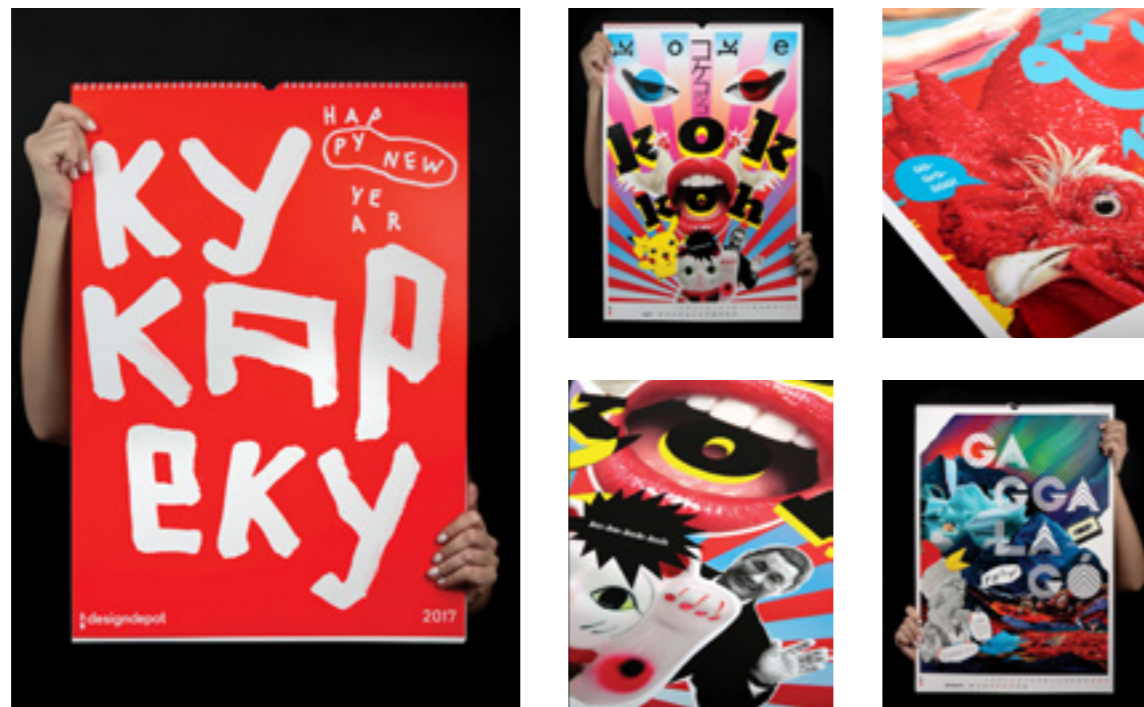
/ БРЕНД

ДизайнДепо

/ ПРОЕКТ

Календари 2016/2017

КАЛЕНДАРЬ 2017
Символ 2017 года — Красный Петух. Мы перевели крик петуха на 12 языков разных стран и изготовили 12 уникальных дизайнерских плакатов-коллажей, отражающих наши впечатления и представления об этих странах. В результате получился календарь, который рассказывает об уникальности и многообразии мира, о важности взаимопонимания между людьми.



КАЛЕНДАРЬ 2016
2016 — год Обезьяны, а это хороший повод пообезьянничать. В календарь мы уместили 12 тантамаресок — ярких и веселых портретов известных исторических личностей с настолько выдающимися внешними данными, что их можно узнать и без лица. А чтобы угадывать было еще легче, мы к каждому портрету сочинили короткое четверостишие, в котором содержится забавная подсказка.

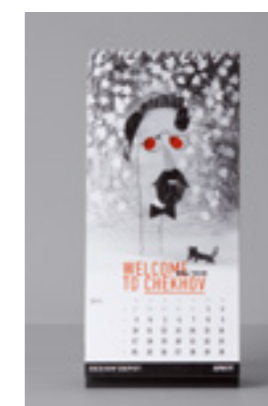
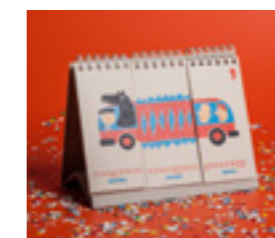
/ БРЕНД

ДизайнДепо

/ ПРОЕКТ

Календари 2014/2013

КАЛЕНДАРЬ 2014
Тотемные животные китайского календаря — прекрасная ежегодная тема для креативных упражнений! Перекидной календарь-декадник особой конструкции позволяет буквально на скаку остановить галоп будничных мыслей и с головой погрузиться в увлекательное занятие — составление смешных и необычных существ из специально перепутанных фрагментов. Где-то даже лошадь попадает... Всего 1780 вариантов — есть чем заняться в новом году!



КАЛЕНДАРЬ 2013
Разрабатывая корпоративный календарь на 2013 год, мы решили вскарабкаться на плечи гигантов — знаменитых русских писателей и поэтов, а заодно доказать, что даже такую избитую тему, как русская литературная классика, можно раскрыть креативно и смело. Все портреты в календаре нарисованы простым карандашом, затем вырезаны из бумаги, выклеены вручную и сфотографированы. Никакого «фотошопа» — чистый реализм!

/ БРЕНД

Музеи Московского
Кремля

/ ПРОЕКТ

Календарь 2017
АР ДЕКО

Специально для выставки костюмов и украшений «Элегантность и роскошь ар деко», проходившей в Музеях Московского Кремля, мы разработали дизайн сувенирной продукции и оформили стильный календарь-каталог.

На страницах календаря в мельчайших деталях представлены фотографии выставочных экспонатов, богатство собственных цветовых оттенков которых выгодно оттеняет черно-золотая цветовая гамма. Декоративный шрифт, выполненный в стилистике ар деко, передает дух эпохи и поддерживает ощущение роскоши и изысканности.



/ БРЕНД

GMCS

/ ПРОЕКТ

Календарь 2008

Передовой опыт, широкая техническая осведомленность в различных сферах деятельности, а также высокий профессионализм и лидерские позиции компании GMCS находят свое наглядное воплощение на страницах корпоративного календаря. Изобразительный ряд выполнен в стилистике иллюстраций к научно-популярным журналам — двухцветная печать, плашечная заливка, грубый растр, прямые уверенные линии и т.д. Сюжеты иллюстраций рассказывают о сферах бизнеса, в которых осуществляет свою деятельность компания GMCS.



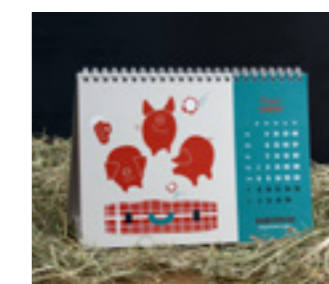
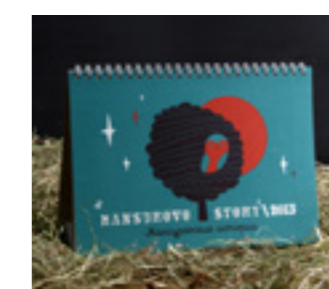
/ БРЕНД

Мансурово агрокомплекс Календарь 2013

/ ПРОЕКТ

В невероятно добром, теплом и жизнерадостном календаре инновационного агрокомплекса «Мансурово» мы отразили ту любовь, заботу и внимание, с которым относятся к своим питомцам сотрудники компании.

На рисованных иллюстрациях изображены реальные «персонажи» — животные, птицы, рыбы и даже пчелы, находящиеся в хозяйстве агрокомплекса. Примечательно, что каждый из них имеет свою абсолютно правдивую историю появления и обитания в «Мансурово», и все эти истории пересказаны в календаре от лица самих «героев».



/ БРЕНД

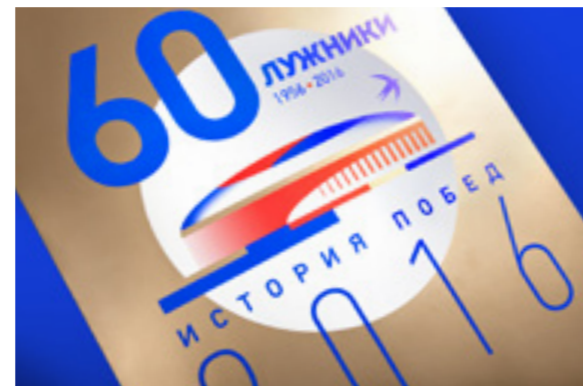
Лужники

/ ПРОЕКТ

Календарь 2016

История «Лужников» — это история спортивных побед, рекордов и достижений, составляющих славу отечественного и мирового спорта. И не только спорта — ведь здесь также проводились масштабные шоу-программы крупнейших звезд мировой эстрады. Листая страницы календаря, посвященного 60-летию легендарного спорт-комплекса, мы с живостью вспоминаем те счастливые моменты и ту радость соперничества, которую подарили нам «Лужники».

**ХОРОШИЙ
КАЛЕНДАРЬ —
ЭТО КАЖДЫЙ МЕСЯЦ
НОВЫЕ СЮРПРИЗЫ
И ОТКРЫТИЯ**



/ БРЕНД

Парето-Принт

/ ПРОЕКТ

Календарь 2010

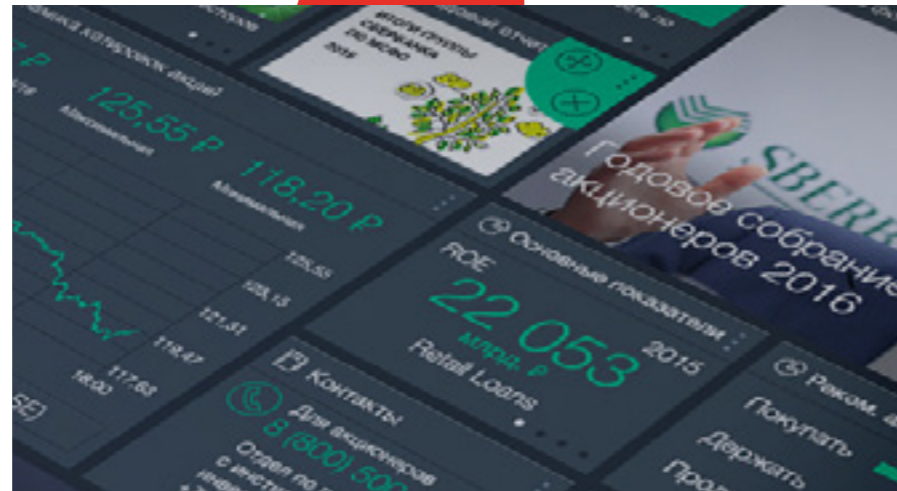
В 2009 году состоялся официальный запуск самой высокотехнологичной российской книжной типографии — «Парето-Принт». Первый в своей истории Новый год типография решила отметить выпуском сувенирного настенного календаря, который представил бы типографию широкому кругу потенциальных заказчиков.

Для календаря мы создали серию ярких красочных рисованных коллажей на тему городов и стран, так или иначе связанных с историей типографского дела. Теплый душевный характер получившихся коллажей, их визуальная насыщенность и сложность позволили сформировать современный европейский образ типографии и наглядно продемонстрировать ее выдающиеся технологические возможности.





Интернет-технологии являются теми самыми мостами, которые соединяют людей, сближают их идеи и мысли



САЙТЫ И ПРИЛОЖЕНИЯ

1 место в номинации «Сайт магазина розничной торговли» за сайт сети супермаркетов «Перекресток» на конкурсе «Золотой сайт»

Интернет-активность является сегодня обязательным элементом маркетинговой политики любого прогрессивного бренда. Кроме того, этот вид маркетинга развивается все более стремительно.

Мы активно помогаем брендам использовать современные онлайн-технологии для эффективного продвижения и повышения лояльности своих потребителей.

Мы всегда стараемся сделать так, чтобы интернет-сайт был максимально эффективным как с точки зрения получения необходимой информации, так и с точки зрения оперативного управления контентом. Именно поэтому у нас нет каких-либо заранее заготовленных шаблонов и стандартных решений — каждый разработанный нами сайт является уникальным, ведь он создается под конкретные цели и под конкретные задачи, которые призван выполнять. Кроме того, важное значение для любого сайта имеет адаптивность — возможность автоматического подстраивания под любой размер и разрешение экрана на различных устройствах. В этом смысле все наши интернет-проекты являются адаптивными.

Большую роль в этом играют изначально продуманное построение всей внутренней структуры сайта, а также дизайн ключевых графических элементов и рациональное, интуитивно понятное юзабилити.

Отдельное внимание мы уделяем разработке интерактивных решений — специальных мобильных приложений и электронных версий печатных изданий, таких, например, как корпоративные годовые отчеты. В свое время мы стали пионерами в этом деле на российском рынке, разработав для Сбербанка первый интерактивный годовой отчет в стране.

Каждый разработанный нами сайт является уникальным, ведь он создается под конкретные цели и под конкретные задачи, которые призван выполнять

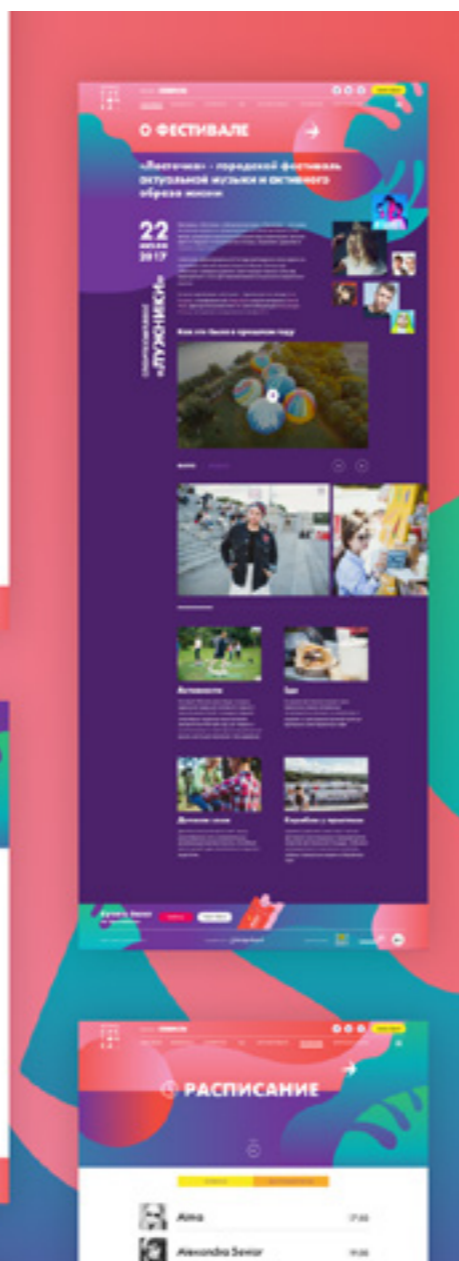
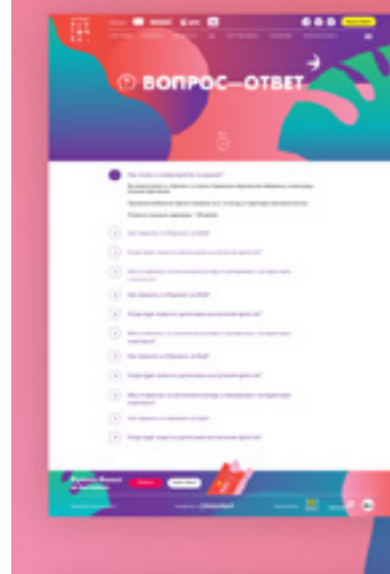
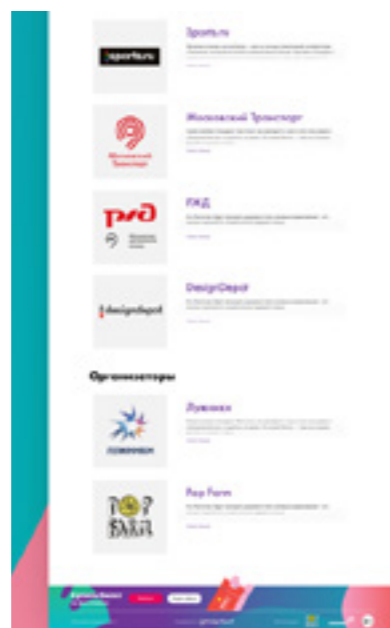
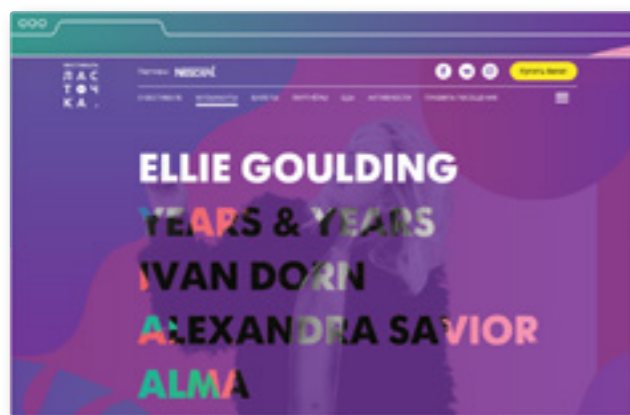
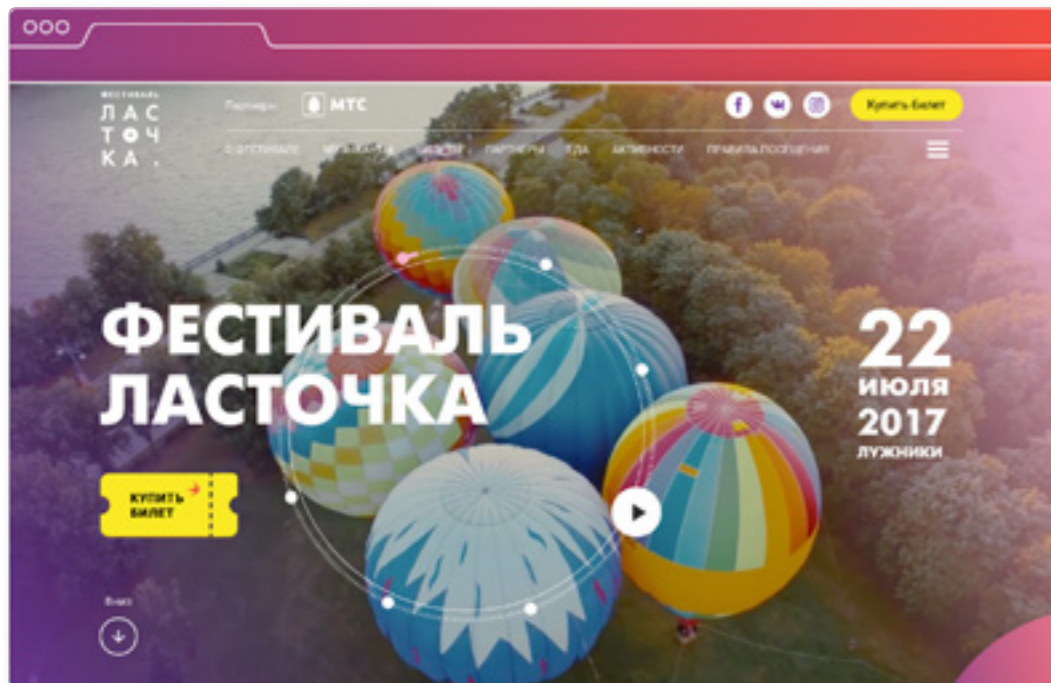
/ БРЕНД

Ласточка

/ ПРОЕКТ

Сайт фестиваля

На ярком и красочном сайте фестиваля «Ласточка», который ежегодно проходит на стадионе «Лужники», можно посмотреть расписание выступлений артистов, приобрести входные билеты, ознакомиться с ассортиментом фудкорта и узнать о том, какие еще активности предусмотрены на фестивале.



ПРИ ПРОСМОТРЕ САЙТА ЖЕЛАНИЕ ПОСЕТИТЬ ФЕСТИВАЛЬ ВОЗНИКАЕТ САМО СОБОЙ

/ БРЕНД

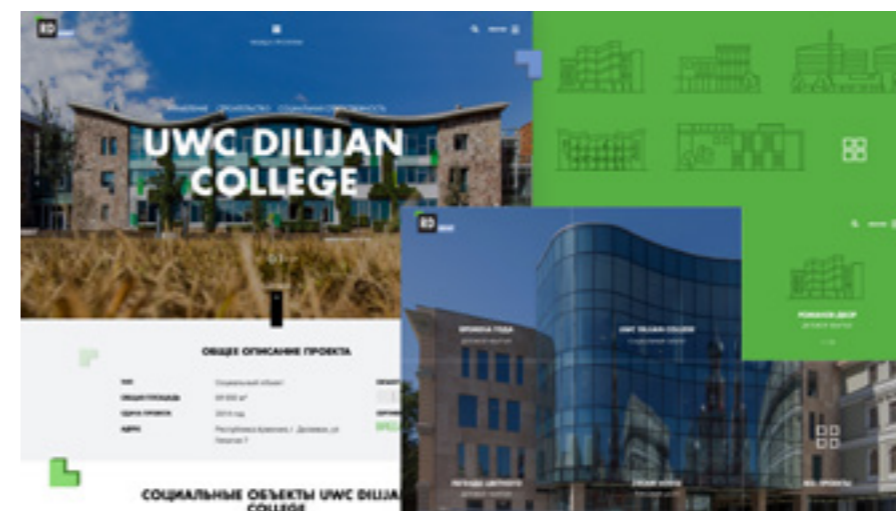
RD group

/ ПРОЕКТ

Корпоративный сайт

Главными чертами корпоративного сайта RD Group — международного инвестиционно-девелоперского холдинга, работающего на российском и зарубежном рынке — стали простота и функциональность, идеи надежности и стабильного развития.

Геометрические формы основных элементов напоминают конструктор, из которого складываются изображения реализованных проектов. Когда пользователь переключается между разделами сайта, новая страница «пересобирается» у него на глазах.



ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ МОЖНО РАССМОТРЕТЬ БУКВАЛЬНО СО ВСЕХ СТОРОН



/ БРЕНД

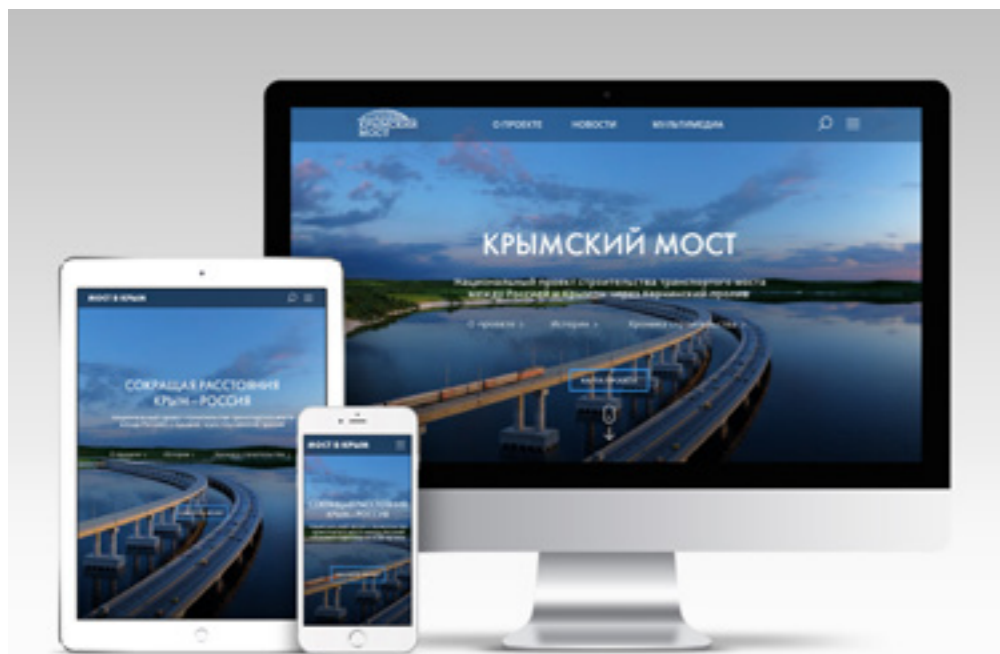
«Информационный центр» Крымский мост

/ ПРОЕКТ

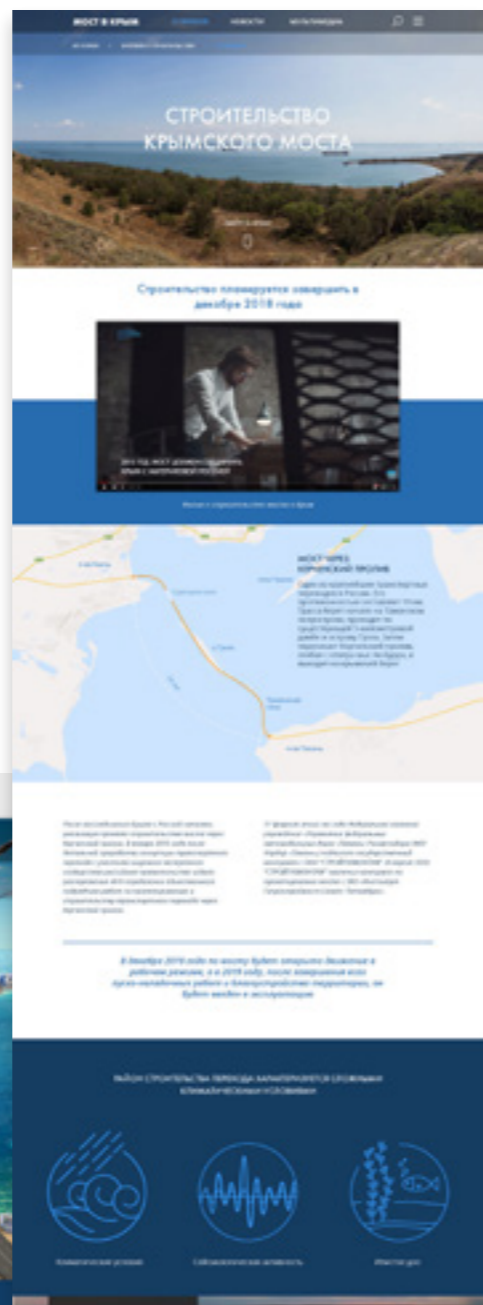
Официальный информационный сайт строительства Крымского моста

Одной из самых крупных работ ДизайнДепо является Официальный информационный сайт строительства Крымского моста — масштабного государственного проекта, имеющего важное геополитическое, историческое и общественное значение для современной России.

Сайт представляет собой удобный и эффективный инструмент информирования о ходе строительства Крымского моста, рассчитанный на самый широкий круг пользователей — как обычных российских граждан, журналистов и самих строителей, так и представителей бизнес-элиты и высшей политической власти.



ОБ ИСТОРИИ ВОЗВЕДЕНИЯ, ХОДЕ СТРОИТЕЛЬСТВА И ПЕРСПЕКТИВАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ — ВО ВСЕХ ПОДРОБНОСТЯХ



/ БРЕНД

Сбербанк России

Мобильное приложение, разработанное для Сбербанка РФ, представляет собой удобный и эффективный инструмент для осуществления инвестиционной деятельности в режиме онлайн. Используя широкий набор виджетов, каждый пользователь может настроить приложение исключительно под себя, добавив на экран только те функциональные элементы, которые необходимы: календарь событий, котировки акций и т.д. С мобильным приложением для инвесторов от Сбербанка заниматься инвестициями стало проще и комфортнее.

СБЕРБАНК ПОСТОЯННО РАЗВИВАЕТСЯ, СОЗДАВАЯ НОВЫЕ И НАДЕЖНЫЕ ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ

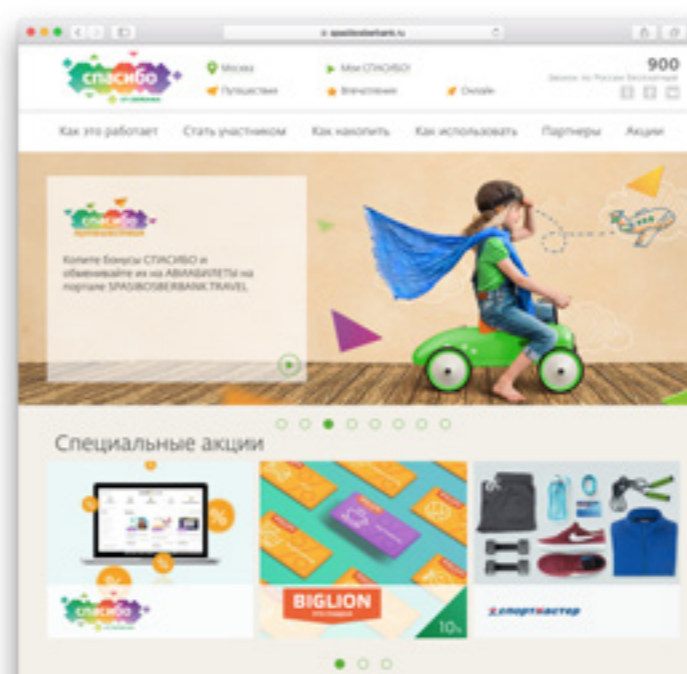
/ ПРОЕКТ

Мобильное приложение для инвесторов



/ ПРОЕКТ

Промосайт «Спасибо от Сбербанка»



Яркая позитивная концепция сайта бонусной программы «Спасибо от Сбербанка» призывает держателей карт Сбербанка расширить горизонты своих возможностей. Новости программы представлены как красочные баннеры, ведущие на страницы акций партнеров, а интерактивная карта позволяет легко узнать географию магазинов, участвующих в программе. Фон сайта — это ускоренная съемка, показывающая бурную жизнь столицы.

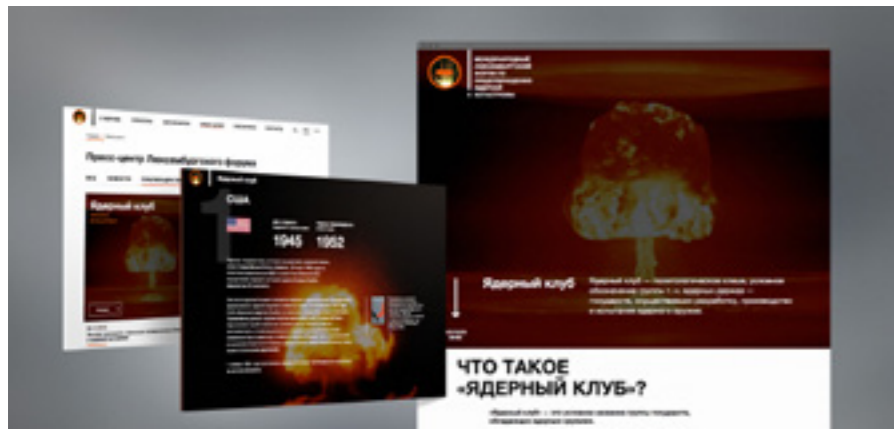
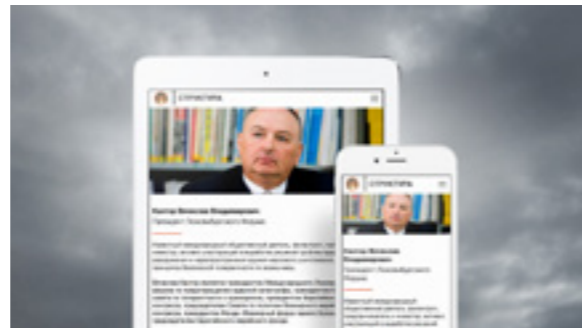
/ БРЕНД

Международный Люксембургский форум по предотвращению ядерной катастрофы

/ ПРОЕКТ

Официальный информационный сайт форума

Люксембургский форум — международная организация, которая объединяет ведущих экспертов в области нераспространения ядерного оружия и играет важную роль в решении проблем глобальной ядерной безопасности. Для Форума мы разработали дизайн сайта, который позволяет получить максимум информации о его деятельности. Сайт содержит список ключевых экспертов Форума, интерактивную карту с географией проведения мероприятий, архив фото- и видеоматериалов, публикаций в прессе и многое другое.



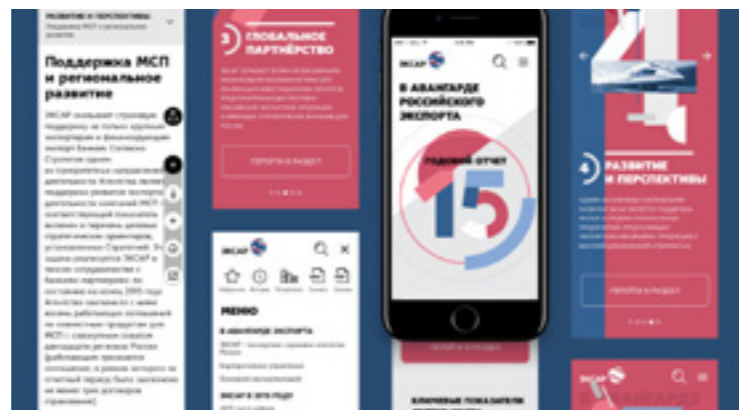
/ БРЕНД

Эксар

/ ПРОЕКТ

Интерактивный годовой отчет 2015

В дополнение к печатной версии годового отчета компании ЭКСАР мы разработали интерактивную версию, в которой реализованы важные технологические возможности, доступные пользователям как стационарных компьютеров, так и мобильных устройств.



/ БРЕНД

Росбанк

Для Росбанка мы разработали новый дизайн интерфейса интернет-банка, сделав его удобным и понятным, облегчив клиентам банка выполнение финансовых операций. Каждому из семи разделов интернет-банка присвоены свой цвет и пиктограмма. Активный раздел отображается в цвете, а неактивные — в серой гамме, чтобы не отвлекать клиента от проведения операций. Продуманная навигация позволяет совершить любую операцию в три клика.

/ ПРОЕКТ

Интернет-банкинг



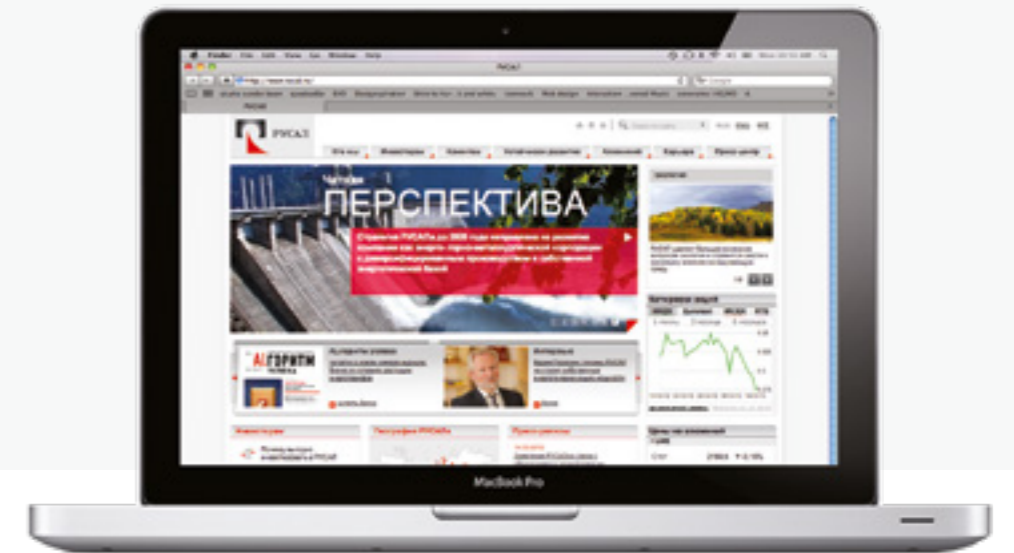
/ БРЕНД

Русал

В результате сделанного нами апгрейда корпоративный ресурс РУСАЛа стал выглядеть современно и основательно, вызывать доверие и уважение. Ежедневные обновления котировок, обзор отрасли и аналитика рынков, подробная информация о компании, интерактивная карта, история алюминиевой отрасли — все это стало доступным на одном ресурсе, что сделало сайт еще более привлекательным источником информации для инвесторов и СМИ.

/ ПРОЕКТ

Корпоративный сайт

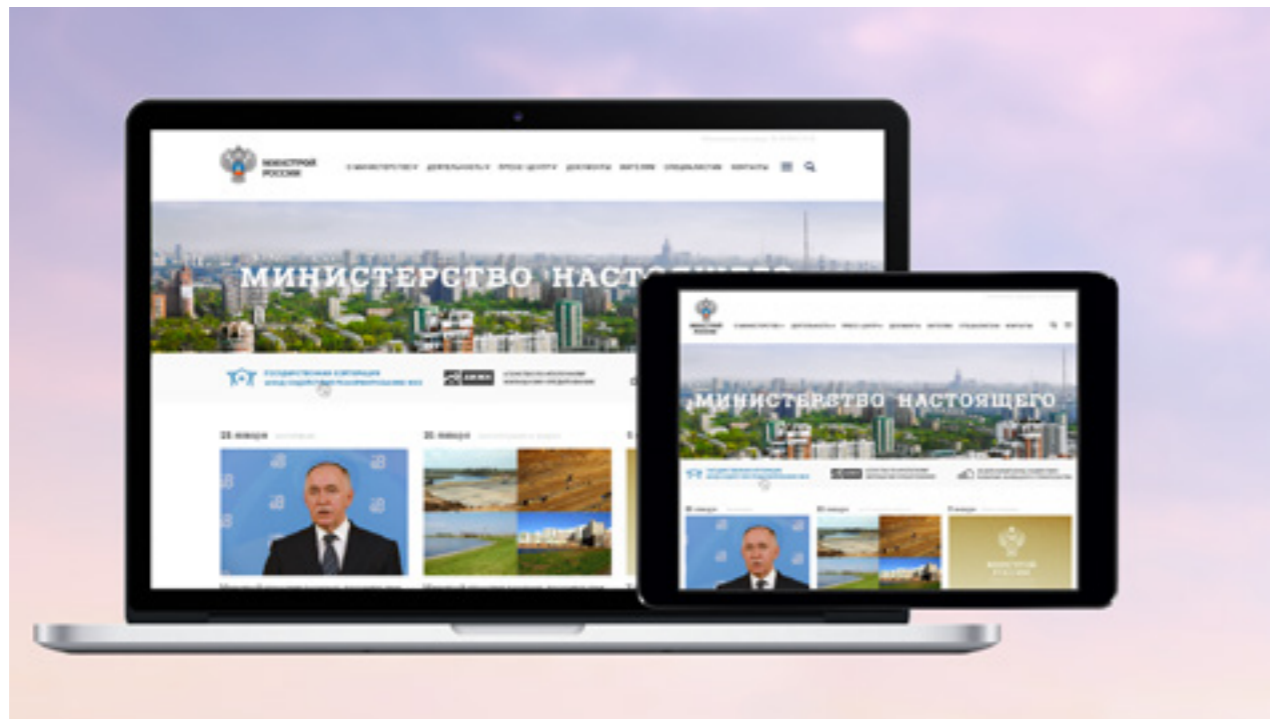


УНИКАЛЬНАЯ ИНФОГРАФИКА ДЕМОНСТРИРУЕТ ИСТОРИЮ РАЗВИТИЯ АЛЮМИНИЕВОЙ ОТРАСЛИ

/ БРЕНД

Минстрой России

Главной задачей при разработке официального сайта Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации было сделать этот информационный ресурс дружелюбным, эффективным и содержательным как для миллионов обычных граждан, так и для профессионалов — застройщиков, архитекторов, коммунальщиков. Сайт Минстроя характеризует информационная открытость, его удобный функционал позволяет связаться с ведомством всем желающим.

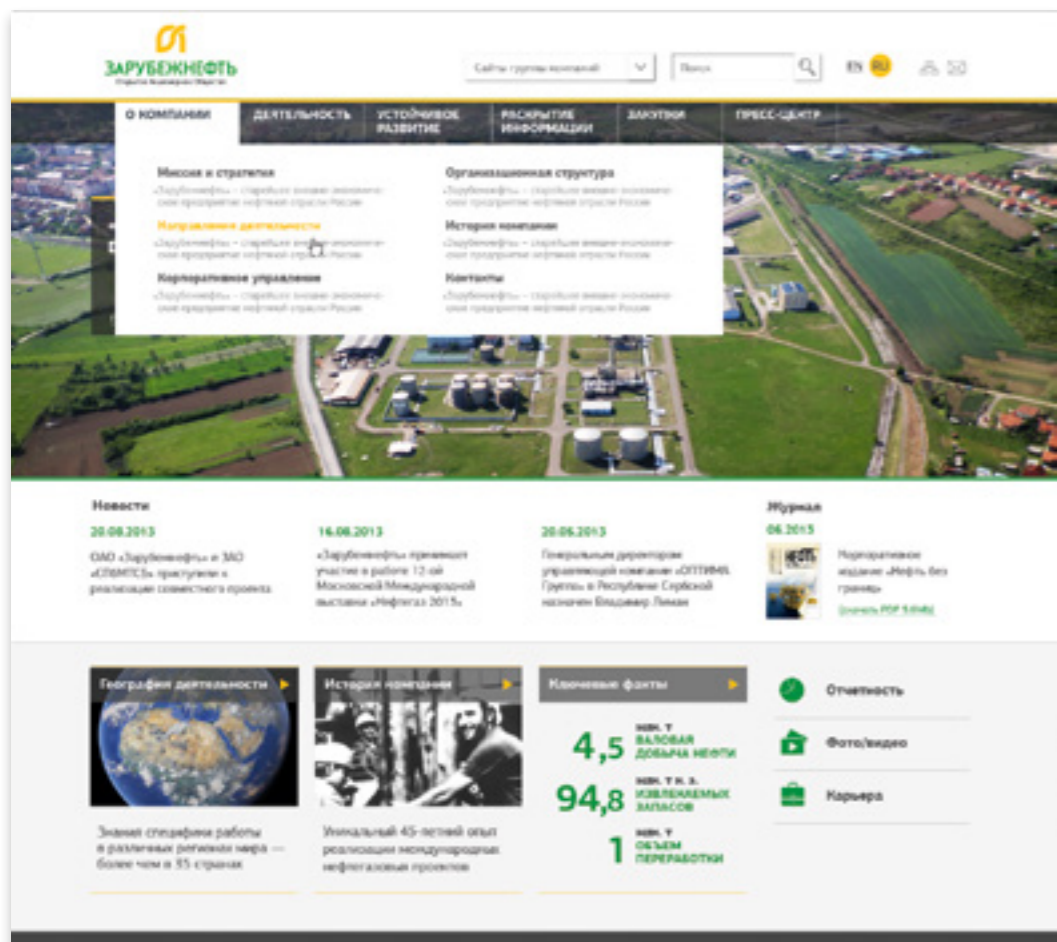


/ ПРОЕКТ

Официальный сайт

/ БРЕНД

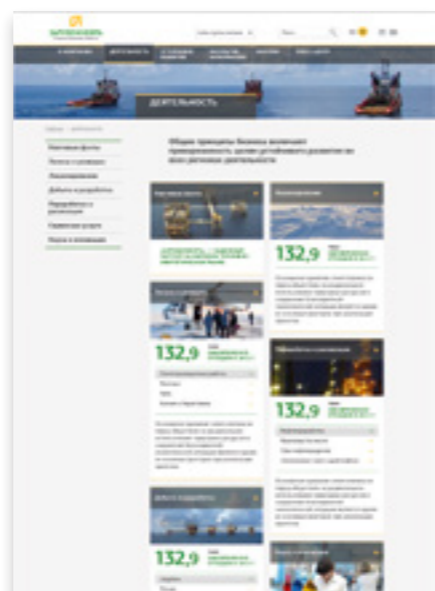
Зарубежнефть



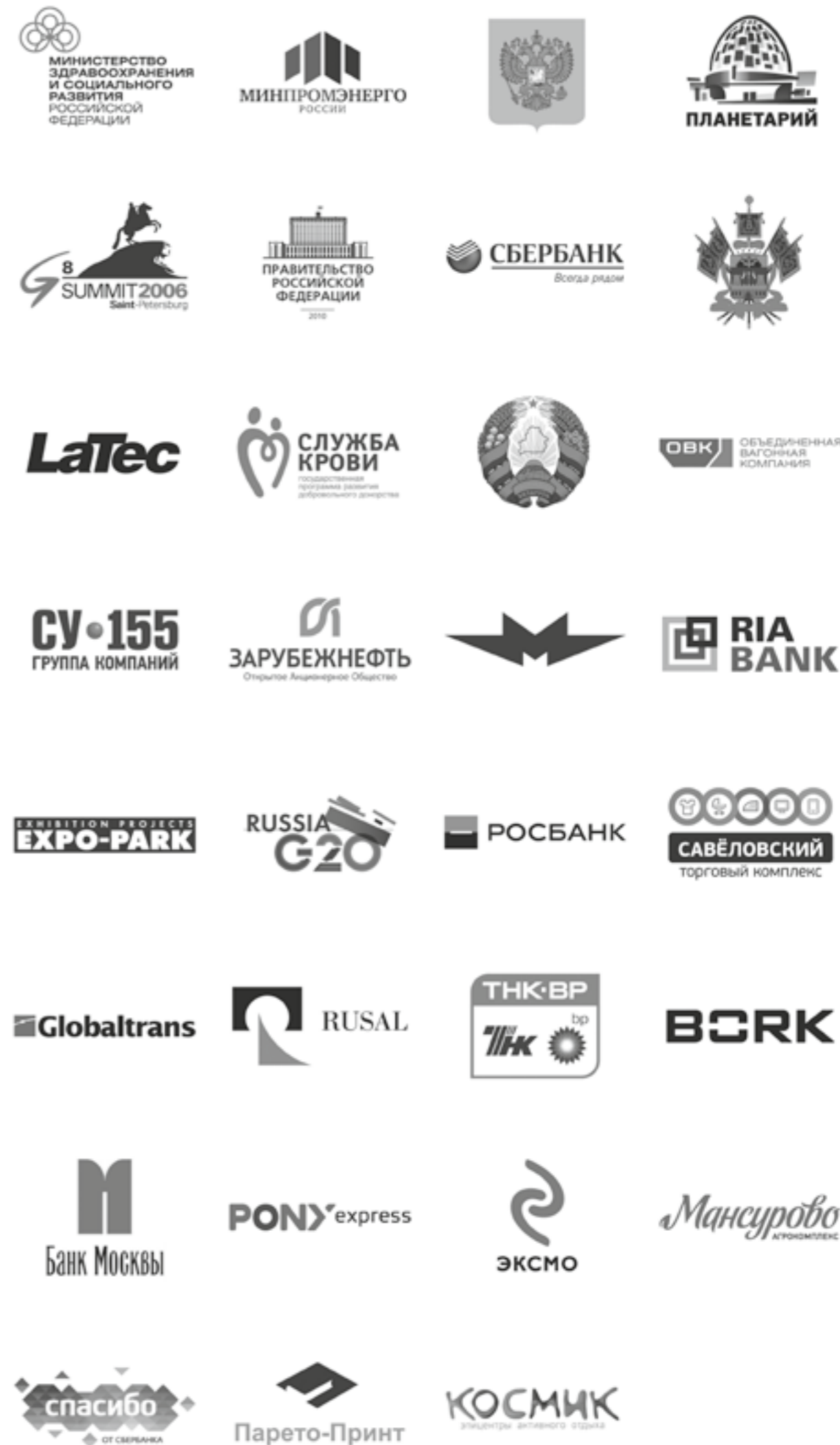
/ ПРОЕКТ

Корпоративный сайт

Корпоративный сайт «Зарубежнефти» формирует образ современной технологичной развивающейся компании. Панорамные фотографии на центральном баннере, сделанные с высоты птичьего полета, олицетворяют стремление компании к развитию, ее способность заглянуть за горизонт событий. Интерактивные карты наглядно показывают обширную географию деятельности «Зарубежнефти».



КЛИЕНТЫ



/ Хорошая упаковка — это в первую очередь отражение темперамента покупателя



УПАКОВКА

/ 1 место в номинации «Упаковка и этикетка» за дизайн этикеток для винного бренда Cagré rouge & Cagré blanc на Национальном фестивале рекламы «Идея!» 2012

Имя ДизайнДепо хорошо известно на отечественном рынке FMCG-дизайна. Вот уже 17 лет наши концепции оформления живут во множестве товарных марок и упаковок, большинство из которых пользуются неизменной любовью потребителей.

Многие из созданных нами упаковок были отмечены призами и медалями на престижных международных конкурсах. Но это не главное. Главное то, что, разрабатывая яркий, броский и выразительный дизайн для упаковки товара, мы помогаем людям ориентироваться в бескрайнем пространстве брендов и выбирать по-настоящему качественные и надежные марки.

Наиболее яркие и привлекающие внимание работы получаются тогда, когда все составляющие бренда — идея товара, его название, логотип, визуальная стилистика, изобразительный ряд — собираются в единое целое и поддерживают друг друга.

Наличие у товара изначальной идеи не просто желательно, а крайне необходимо. Это база, на которой строится не столько концепция собственно упаковки, сколько отношения между брендом и покупателем. Именно поэтому в каждой разработанной нами упаковке обязательно присутствуют свое уникальное живое настроение, своя эмоциональная энергетика, которые позволяют товару выделиться из бесконечной череды конкурентов и быть на одной волне с ожиданиями и предпочтениями покупателей.

Мы верим, что лучшие бренды всегда следуют за своими потребителями, но и одновременно ведут их за собой. Ведь это очень важно — давать людям то, что им нужно. Но еще важнее — давать людям то, что сделает их лучше — добрее, мудрее, счастливее.

Упаковка — это не какая-то внешняя оболочка товара, существующая отдельно и выполняющая лишь вспомогательную функцию. Упаковка — это и есть сам товар, его душа, которая всегда снаружи

/ БРЕНД

Carré rouge & Carré blanc

/ ПРОЕКТ

Идея бренда, нейминг, дизайн этикетки

Подавляющее большинство россиян не может отличить марки французских, итальянских, испанских вин. В повседневной терминологии существуют устойчивые выражения «хорошее красное», «хорошее белое». Это значит, что ситуация требует прямого решения с точки зрения ориентира при совершении покупки. Этикетки для винного бренда Carré rouge & Carré blanc эффективно решают эту задачу. Вдохновением при создании этикеток послужил квадрат — фигура, символизирующая совершенство и простоту одновременно. Минималистичный дизайн подчеркивает характер продукта — достаточно взгляда, чтобы понять о напитке все без лишних слов.



**ЯСНОЕ СОДЕРЖАНИЕ
В СОВЕРШЕННОЙ ФОРМЕ**



/ БРЕНД

Гильдия

«Гильдия» — это продукция исключительного качества и полтора десятка чайно-кофейных магазинов по всей России с особой атмосферой комфорта и уюта. Для «Гильдии» мы разработали концепцию бренда, предварительно проведя аналитическое исследование, в результате которого определились основные черты образа будущего бренда: статный, благородный, надежный, ответственный, в традициях русского купечества начала XX века. Построение бренда началось с разработки названия, которое воплощало бы этот образ. Затем были созданы логотип, фирменный стиль и другие элементы айдентики, которые также были подчинены идее «сообщества благородных русских купцов».

/ ПРОЕКТ

Концепция бренда, нейминг, дизайн упаковки



/ БРЕНД

Morgan



/ ПРОЕКТ

Дизайн упаковки



По заказу коллекторского агентства «Morgan» мы разработали дизайн VIP-подарков — деревянных коробов с элитным вином, которые были выпущены ограниченным тиражом и вручались значимым клиентам и партнерам компании.

Подарки рассказывают историю о виноделах, которые путешествуют по всему миру и собирают различные сорта винограда, чтобы затем создавать из них изысканные купажи для ценителей благородных напитков. Изображение старинного замка на крышке короба — символ надежности, благородства и традиций, то есть тех ценностей, которые составляют основу деятельности компании «Morgan».

/ БРЕНД

Трактирная

Дизайн водки премиум-класса «Трактирная» специально выдержан в исторических традициях, к чему обязывает в первую очередь название бренда. Массивный литровый штоф (тоже историческая традиция) несет на себе серебристо-синюю этикетку, украшенную тисненой буквой «Т». Такая же буква воспроизведена и на «галстук» — белоснежной шелковой ленте, опоясывающей горлышко бутылки.



/ ПРОЕКТ

Дизайн этикетки



/ БРЕНД

40/0,5



/ ПРОЕКТ

Идея бренда, нейминг, дизайн этикетки



Новый бренд доносит до потребителя идею о том, что простота — это суть водки. Она просто изготавливается и употребляется — ее не нужно выдерживать годами, не требуется специальных ритуалов для употребления, она подходит под любое настроение. В основу айдентики бренда мы положили название «40/0,5» (сорок ноль пять), которое максимально точно и бескомпромиссно определяет товарную категорию продукта: водка в количестве одной бутылки. Чтобы визуально развить идею простоты, мы придумали прозрачную этикетку, на которой крупным шрифтом напечатаны только цифры — 40 и 0,5.

**ВОДКА, В КОТОРОЙ
НЕТ НИЧЕГО, КРОМЕ
ВОДКИ, — ПРОСТАЯ
И ЧИСТАЯ**

/ БРЕНД

Gasrtoman



/ ПРОЕКТ

Дизайн упаковки

Чтобы рассказать о высоком качестве и натуральном вкусе мясных полуфабрикатов, произведенных в естественных условиях небольшого крестьянского хозяйства, мы использовали эффект чёрной меловой доски — неизменного атрибута рыночных прилавков и фермерских лавок. Помимо прочего, чёрный смоляной фон выгодно оттеняет яркие цветные изображения блюд, которые благодаря этому выглядят более чем аппетитно.

/ БРЕНД

Scovo — Best Cook

Для оформления нового бренда марки SCOVO мы разработали броское название и оригинальную идею: зеркальный вкладыш с изображением короны и надписью Best Cook мгновенно превращает покупателя этой посуды в повелителя кухонного царства. Благодаря столь простому и нестандартному решению нам удалось визуализировать суть бренда — посуда в буквальном смысле слова отражает индивидуальность блюд и их создателей. Best Cook — коронный номер вашей кулинарной программы!

/ ПРОЕКТ

Идея бренда и дизайн упаковки



/ БРЕНД

Tea Collection

/ ПРОЕКТ

Дизайн упаковки

Для компании «РЧК-Трейдинг» мы разработали графическое начертание торговой марки и дизайн упаковки для линейки из 34 чайных купажей. Ключевым концептуальным элементом дизайна служит цветок-калейдоскоп, лепестки которого определяют вкус каждого конкретного сорта.



/ БРЕНД

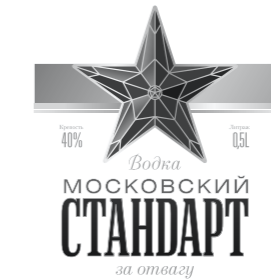
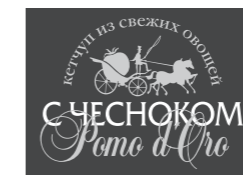
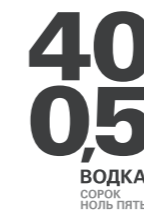
Брауни

/ ПРОЕКТ

Дизайн упаковки

Разрабатывая дизайн упаковки для тростникового сахара «Брауни» мы стремились к тому, чтобы создать яркий запоминающийся образ, который сразу выделял бы «Брауни» из конкурентов.

В качестве такого образа мы большую круглую печать с народными индейскими орнаментами, а также гравиурный рисунок на клапане с «колониальным» сюжетом. Благодаря этому сахар «Брауни» выглядит как аутентичный натуральный продукт, произведенный традиционным способом.



ТОРГОВЫЕ МАРКИ



Мы очень любим подарки. Особенно придумывать, делать и дарить

CREATIVE TOOLS

III место в номинации «Бренд-дизайн» за календарь «Дом Дружба» на Национальном фестивале рекламы «Идея!» 2015

Будь то профессиональный или календарный праздник, юбилей компании, первое место в отраслевом рейтинге, продвижение по должности, новый контракт, важные переговоры, сдача проекта, день рождения, встреча весны, прекрасное настроение, да и просто хорошая погода — всегда найдется масса подходящих поводов, чтобы сделать приятный подарок. Тем более если этот подарок несет в себе яркую оригинальную идею и выполнен в единственном экземпляре.

Создание таких неожиданных и всегда позитивных подарков и сувениров — отдельное и весьма специфическое направление деятельности ДизайнДепо.

Большинство наших сувениров являются уникальными — они придумываются непосредственно под конкретного адресата и по конкретному поводу и поэтому никогда не повторяются. Серийные сувениры для массовой рассылки мы также придумываем, исходя из конкретной цели. Иными словами, в основе любого сделанного нами сувенира всегда лежит идея.

Для воплощения этой идеи могут использоваться самые разные и неожиданные материалы — войлок, фанера, изоленга, монеты, глиняные изразцы, проволока, бумага, фольга, бархат и даже самые настоящие стремяна для верховой езды. Главное, чтобы эти материалы соответствовали смыслу и содержанию подарка.

Попасть человеку в самое сердце, проникнуть в душу и остаться там навсегда — принцип, по которому делается любой подарок, всегда один и тот же... Но способов для этого существует великое множество

/ БРЕНД

Creative tools

/ ПРОЕКТ

Подарки любимым клиентам

ФАНАТСКИЙ ШАРФ
Замотаться по самые уши в кашемировый карандаш креатива и почувствовать себя истинным фанатом дизайна — разве не этого жаждет каждый преданный клиент Дизайндепо?!



**ЗНАЮТ ДАЖЕ
В ЛИМПОПО:
КРУЧЕ ВСЕХ —
ДИЗАЙНДЕПО!**



КОНФЕТНЫЙ КАЛЕНДАРЬ
Осенью 2015 Дизайндепо переехало на новое место — в один из цехов бывшей легендарной кондитерской фабрики «Красный Октябрь». Это событие мы обыграли в нашем новогоднем календаре, сделанном в виде набора из 12 шоколадных конфет, где все 12 месяцев имеют свое оригинальное цветовое решение.



ОЧКИ И ГАНТЕЛИ
Как известно, в России все человечество делится на две половины — сильную и красивую. И для каждой половины в нашем календаре имеется свой праздничный день. А раз так, то и соответствующий подарок тоже найдется.

В 2016 году по случаю 23 февраля и 8 марта мы приготовили для наших любимых клиентов и партнеров уникальные подарки. Сильнейшие из них получили «Гантельный триатлон» — набор из трех гантелей для прокачки силы, ума и любви. Красивейшие — «Абсолютно розовые очки», которые позволяют настроиться на восприятие мира исключительно в монохромно-позитивной цветопередаче.

Подарки выполнены из натуральных материалов и объединены общей дизайн-концепцией, что еще раз подчеркивает гармоничное единство и неразрывность обеих половин, невозможность их существования друг без друга.

/ БРЕНД

Creative tools

/ ПРОЕКТ

Подарки любимым
клиентам

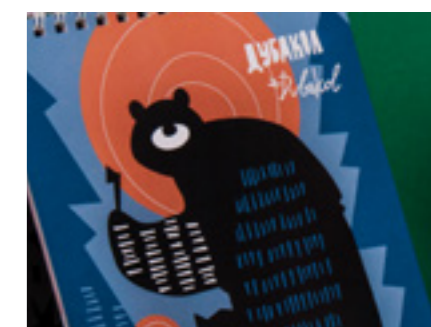
0-КАЛОРИЙНЫЕ ПОНЧИКИ И НОСКИ-БУМЕРАНГИ
В 2017 году гендерные праздники вновь не были обойдены вниманием ДизайнерДепо! Парни получили долгожданные носки-бумеранги, которые никогда не теряются и всегда возвращаются, а барышни — аппетитные пончики, от которых невозможно поправиться!



**ЧТОБЫ УСТРОИТЬ
НАСТОЯЩИЙ ПРАЗДНИК,
ПОРОЙ ДОСТАТОЧНО
САМЫХ ПРОСТЫХ
СРЕДСТВ**



КАЛЕНДАРЬ «ДОМ ДРУЖБА»
Календарь с братьями нашими меньшими — надежный источник хорошего настроения. А если добавить в него сказку и дружбу, бесперебойная генерация позитива обеспечена на год вперед! На этом прочном фундаменте мы возвели «Дом Дружба» — календарь на 2015 год в виде резного деревянного теремка.



РЕПКА
Даже самый простой продукт можно выгодно продать, если облечь его в привлекательную и выразительную упаковку. Именно эту идею преследовала наша рассылка по потенциальным клиентам — производителям товаров повседневного спроса.



/ БРЕНД

Creative tools

ОТКРЫТКИ 2013

В течение всего 2013 года наши клиенты были рады получать от нас «новогодние» открытки — вернее, открытки, в которых мы поздравляли наших клиентов с наступлением каждого нового месяца. Используя исключительно шелкотрафаретную печать, мы создали целую коллекцию незабываемых открыток-календарей.



/ ПРОЕКТ

Подарки любимым клиентам

ОТКРЫТКИ 2014

Год спустя мы продолжили серию ежемесячных открыток, немного поменяв тему. Теперь это почти реальные почтовые открытки, которые «приходят» к клиентам с разных концов света. Высокая печать создает заметный рельефный рисунок, что делает эти открытки настоящим произведением искусства.



ПОДУШКА ДЛЯ СТУЛА

В наступившем году мы решили позаботиться о самой ценной части тела наших любимых клиентов и подарили им новогоднюю подушку «Конь в яблоках». Подушка позволяет держать хвост по ветру и уверенно держаться в седле — будь то бешеный галоп трудовых будней или изящная рысь деловых переговоров.

ДЕРЕВЯННЫЕ ОТКРЫТКИ

Два самых гендерных отечественных праздника отстоят друг от друга всего лишь на две недели. Решив убить сразу двух зайцев, мы выпустили сногшибательный подарочный набор: Пистолет, заряженный тюльпанами, с надписью «Идеи в самое сердце» и собственно Сердце, полное тюльпанов, с надписью «Идеи из самого сердца».



**НЕОБЫЧНЫЕ
И ТРОГАТЕЛЬНЫЕ
CREATIVE TOOLS —
ЭТО УЛЫБКА НА УСТАХ
И СЧАСТЬЕ В СЕРДЦЕ ВАШИХ
КЛИЕНТОВ**

/ БРЕНД

Creative tools



/ ПРОЕКТ

Подарки любимым клиентам

МАСЛЕНИЦА

Выпиленная целиком из гигантского масленичного блина, эта мадам являет собой гори-горящий образец магиго-фольклорного творчества, глубоко прорастающего своими языческими корнями в каждой охмелевшей от весны душе.



ЕЛКА-ВАНТУЗ

Венец селективного труда, специально выведенная порода новогоднего хвойного дерева — настоящая елка-прилипала! С ее помощью праздник приживется на любом месте! Подходят любые — горизонтальные, вертикальные и даже перевернутые — гладкие поверхности!



ПАЛКА-КОЛБАСА

Многоопытная производственная база ДизайнДепо представляет! Дефицитнейший продукт креативного копчения! Украшение любого праздничного стола! Вечная палка колбасы! Хранить в любом доступном для обозрения месте!



КЛЕЙКАЯ ЛЕНТА

Эффективный предмет повседневного канцелярского быта. Служит для схватывания на лету всевозможных полезных мыслей, привлечения оригинальных и продуктивных идей с их последующим воплощением в материальную форму и надежным закреплением результата.



ШКУРА ЧЕБУРАШКИ

Уникальный философско-ностальгический сувенир. Ценный охотничий трофей, добытый на сафари в непроходимых джунглях детства. Поставляется в комплекте с «Рогаткой Шапокляк» и «Зубом Крокодила Гены».

ИЗРАЗЕЦ

Уникальная подарочная серия глиняных изразцов, которую мы подготовили для компании «Евроцемент». Разнообразные сюжеты изразцов посвящены лучшим традициям отечественного строительного дела. Каждый изразец расписан вручную по оригинальному авторскому дизайну и имеет свой коллекционный номер.



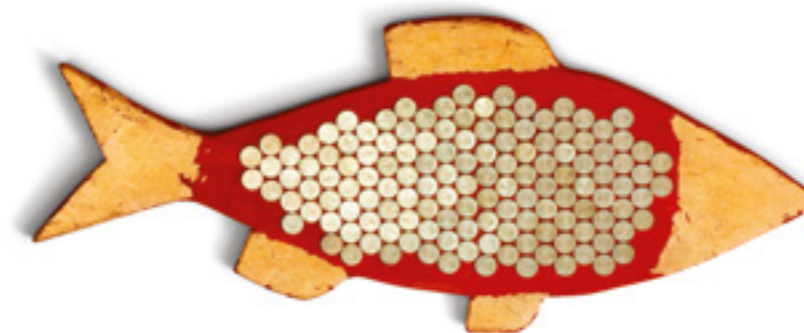
КАСКА-МОЗГ

Новая модель супермозга отличается сверхвысокой сопротивляемостью к любым внешним воздействиям. Супермозг можно пилить, на него можно капать, его можно парить без всякого ущерба для его владельца. Специально для постоянных участников мозговых штурмов.



КРЫЛЬЯ АНГЕЛА

Ну и кто теперь скажет, что вы не ангел, когда за спиной у вас столь неопровержимое доказательство! А если к этому еще прибавить и ангельский характер... Настоящие крылья ангела дарят ощущение легкости и притягивают восторженные взгляды окружающих!



ЗОЛОТАЯ РЫБКА

Для того чтобы отчеканить монеты для золотой чешуи этой метровой рыбины, нам пришлось переплавить золотые медали и призы, с таким трудом добытые нами в самых престижных международных конкурсах дизайна и рекламы. Но для любимых клиентов ничего не жалко!



КЛЮЧ ОТ НАШЕГО СЕРДЦА

Шитый бисером узор... Материал, хранящий тепло... Ключи от нашего сердца... Скорее символ, чем правда — ведь наше сердце не замок, который запирают. Оно всегда открыто, оно для всех нараспашку!

**РЕГУЛЯРНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ
CREATIVE TOOLS — ЛУЧШИЙ
СПОСОБ ПОДДЕРЖИВАТЬ
ОТНОШЕНИЯ С ДЕЛОВЫМИ
ПАРТНЕРАМИ**

ЗОЛОТАЯ ПЧЕЛА

/
Московская международная
биеннале графического
дизайна

В 2014 году в столичном Центральном доме художника прошла одиннадцатая Московская международная биеннале графического дизайна «Золотая пчела» — одно из самых важных и масштабных событий в мировом дизайнерском календаре.

На конкурс было прислано около 15 000 работ — беспрецедентное количество, побившее все рекорды не только прежних «Золотых пчел», но и других биеннале, мировых аналогов.

Такому успеху мероприятия немало поспособствовал и абсолютно новый фирменный стиль, от начала и до конца разработанный руководителем ДизайндЕпо Петром Банковым, ставшим заместителем председателя «Золотой пчелы II» и главным дизайнером мероприятия.

В рамках биеннале также прошла персональная выставка Петра Банкова «Постер-арт», на которой были представлены уникальные работы, заставляющие по-новому взглянуть как на жанр постера и плаката, так и на роль графического дизайна в современном актуальном искусстве.

Московская международная биеннале графического дизайна
«Золотая пчела» проводится под эгидой Международного совета ассоциаций
по графическому дизайну ICOGRADA
и Координационного комитета международных биеннале IBCC