

Студия
графического
дизайна

DEZ, A

СТУДИЯ

+ ПОРТФОЛИО

Студия
графического
дизайна

DEZ, A

Студия увидела и одновременно вышла в свет в 2006 году на выставке «Дизайн и Реклама» в Москве. Мы до сих пор благодарны ДиР за нашу первую награду — «Лучший дизайн стенда», полученную буквально на второй день публичного существования студии. Это было важно, символично и, как все первое, забываемо для нас.

Наша первая работа, опубликованная на www.sostav.ru и www.adlife.ru, — концепт рекламного постера для типографии «Моби Дик» — «Ловим баги», потребовавший, надо сказать, определенной смелости от «Моби Дика», за что им большое спасибо.

История студии

Все происходило спокойно и естественно — в 2005 году потенциал команды отдела маркетинга компании «Проект 111», одного из крупнейших поставщиков на рынке бизнес-сувениров, перерос рамки одного проекта, что через год привело к образованию самостоятельной студии под руководством Илоны Колтынюк и Александра Суворова

2006 год

- Создание «Просмотровщика» — автоматизированной системы подготовки исходных данных для многостраничных каталогов продукции, которая оптимизирует процесс, существенно сокращает количество ошибок в готовых изданиях, минимизирует количество проверок и время выпуска продукта в целом
- Получение сотрудниками студии сертификатов «Adobe Indesign CS»

2007 год

- КМФР принес первый фестиваль мандраж и первые в нашей истории фестивальные награды
- Открытие фотостудии
- Сотрудничество с «Петровским колледжем», организация первых семинаров и практик для начинающих дизайнеров

2008 год

- Изменение структуры студии, внедрение института арт-директоров
- Организация целевого профессионального обучения для сотрудников студии.

2009 год

- Расширение географических границ студии, охватывающих теперь Санкт-Петербург и Москву
- Обновлен фирменный стиль студии

Логотип

DEZ, A

DEZ, A

DEZ, A

DEZ, A

DEZ, A

, , , ,

Студия
графического
дизайна

DEZ, A

Наш логотип — это запятая.
Запятая — это «плавающий»
типографический знак. Среда
обитания этого знака — простран-
ство типографики и математики,
графики и информации.

Запятая — это визуальный знак
двух пространств. Это всегда
продолжение и приглашение.
Деление названия означает две
важных составляющие нашей ра-
боты — «дизайн» и «информация».
Последняя, отдельно стоящая
буква «А» является одновременно
первой в алфавите, что можно
трактовать как: - «В дизайне мы
будем первыми!».

Руководство

Илона Колтынюк
генеральный директор



Образование:

СПб ГУАП, факультет вычислитель-
ных систем и программирования.

СПбГУ, экономический факультет.

Александр Суворов
креативный директор

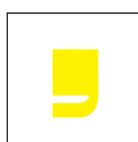
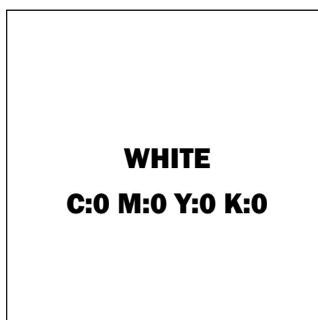


Образование:

СПб ГМТУ, специальность —
«Промышленный дизайн».

FH Münster Fachbereich Design,
«Grafikdesign».

Фирменные цвета студии



Тот, кто не хочет больше, чем может, остается в рамках своих умений.

Herbert Marcuse

Основной фирменный цвет студии — желтый, без примесей. Дополнительные цвета — белый и черный. Сохранение единства стиля обеспечивается единой модульной сеткой для всех материалов и точной пропорцией фирменных цветов.

Позиционирование

Каждый наш проект базируется на Концепте, который всегда является продуктом позитивного и конструктивного взаимодействия с клиентом, только таким образом мы можем быть полезными нашим клиентам.

Мы умеем слушать и слышать наших клиентов и рассчитываем на взаимность.

Мы серьезные и педантичные, когда дело касается информации.

Мы увлекающиеся и креативные, когда дело касается дизайна.

Мы ответственные и безапелляционные, когда дело касается профессионального и качественного изготовления продуктов.

Мы не останавливаемся на достигнутом.

Шрифт и типографика

Franklin Gothik

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyx
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
1234567890

Фирменный шрифт дизайн-студии должен отвечать нескольким условиям. Он должен быть лаконичен, узнаваем и красив. С одной стороны шрифт должен быть удобочитаем, с другой стороны, должен отражать стиль компании. Мы выбрали удобный и очень четкий шрифт.

Студия графического дизайна

Область деятельности

К нам приходят за идеями, креативом, графическим дизайном.

У нас заказывают фирменные стили, концепции рекламных кампаний, годовые отчеты, имиджевые буклеты и календари, многостраничные каталоги продукции, нестандартные выставочные стенды, оригинальные дизайнерские подарки, открытки и прочие интересные штуки, профессиональную фотосъемку.

Нас ценят за наши творческие и профессиональные возможности, работоспособность, заинтересованность, ответственность и уверенность в получении качественного результата, а также за позитивное и конструктивное общение. Мы нацелены на долгосрочное партнерство. Мы уверены, что долгосрочное взаимодействие дает тот необходимый эффект «взаимопроникновения», когда многое становится понятно без слов, и дарит нашим клиентам чувство спокойствия и уверенности, что мы всегда рядом и все будет в порядке.

Документация



Бланк А4



Евро-конверт



Генеральный директор



Креативный директор

Менеджеры

Арт-директора

Программист

Дизайнеры

Фотограф

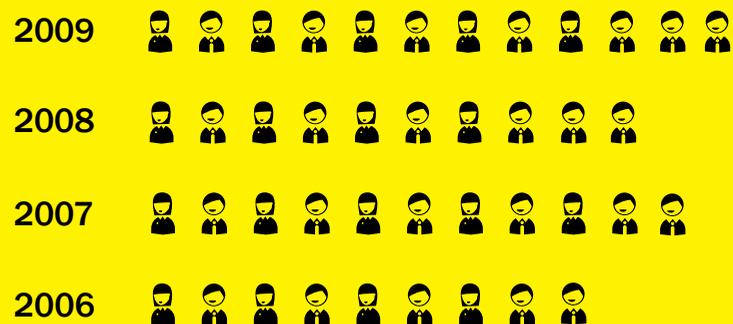
Курьер



Визитка

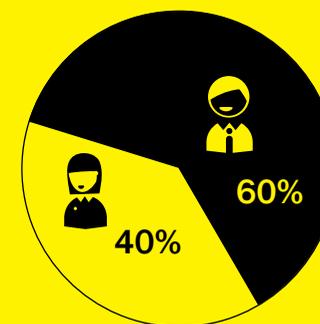
Структура студии

Общее количество сотрудников студии

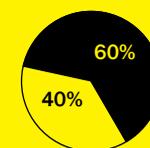


Средний возраст
сотрудников:
30 лет

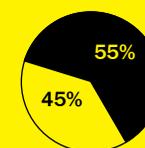
Соотношение полов в студии



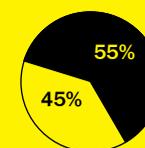
2009 год



2008 г.



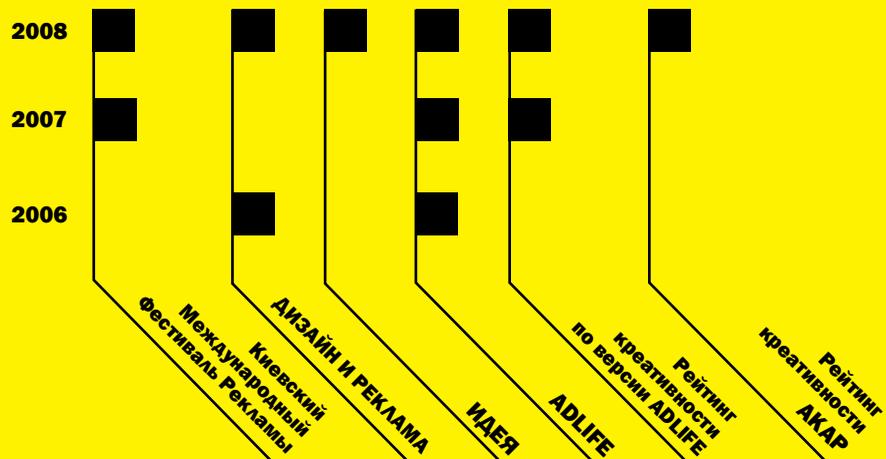
2007 г.



2006 г.

Другие годы

Награды



К участию в конкурсах и фестивалях мы относимся с долей самоиронии, но нас бодрят здоровый дух соревновательности и профессиональный азарт. За два фестивальных года мы собрали полноценную линейку наград: финал (шорт-листы), бронза, серебро, золото.

Партнеры

«Атлантис»	«Петротрест»
«Гарантпост»	«Проект 111»
«Грузомобиль»	«Профитрейд»
«Знаки Внимания»	«РЕГ.АЛ»
«Золотая Маска»	«Терминатор»
«Isku»	«Холдинг «ТИТАН-2»»
«Конторинг»	«20 трест»
«МАЯК», строительная компания	AVANTA Personnel
«Мотиватор. Promotional Items»	DEFO
«Моби Дик», типография	Just Go
«Невский размах»	OKNA-SPB.RU
«УРСА Евразия»	и другие

Если вам кто-то говорит что-то плохое, то вы в одно ухо впускаете, а в другое выпускаете. А если вам кто-то говорит что-то хорошее, то вы в одно ухо впускаете, а в другое выпускаете. Слушай учителя и практикуй.

Чече Римпоче

Студия
графического
дизайна

DEZ, A



Наталья Ядрихинская,
руководитель отдела по работе
с клиентами

Данил Ярцев,
арт-директор



Алексей Русаков,
менеджер проекта

Ирина Шмидт,
дизайнер

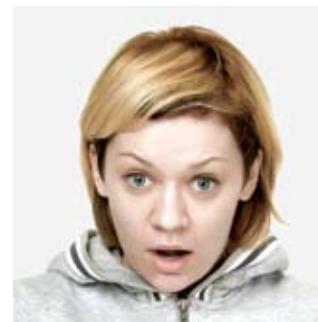
Нина Клеопина,
дизайнер

Александр Суворов,
креативный директор



Александр Петросян,
руководитель представительства
студии в Москве

Михаил Дымов,
арт-директор



Настя Жуковская,
дизайнер

Александр Артеменко,
фотограф

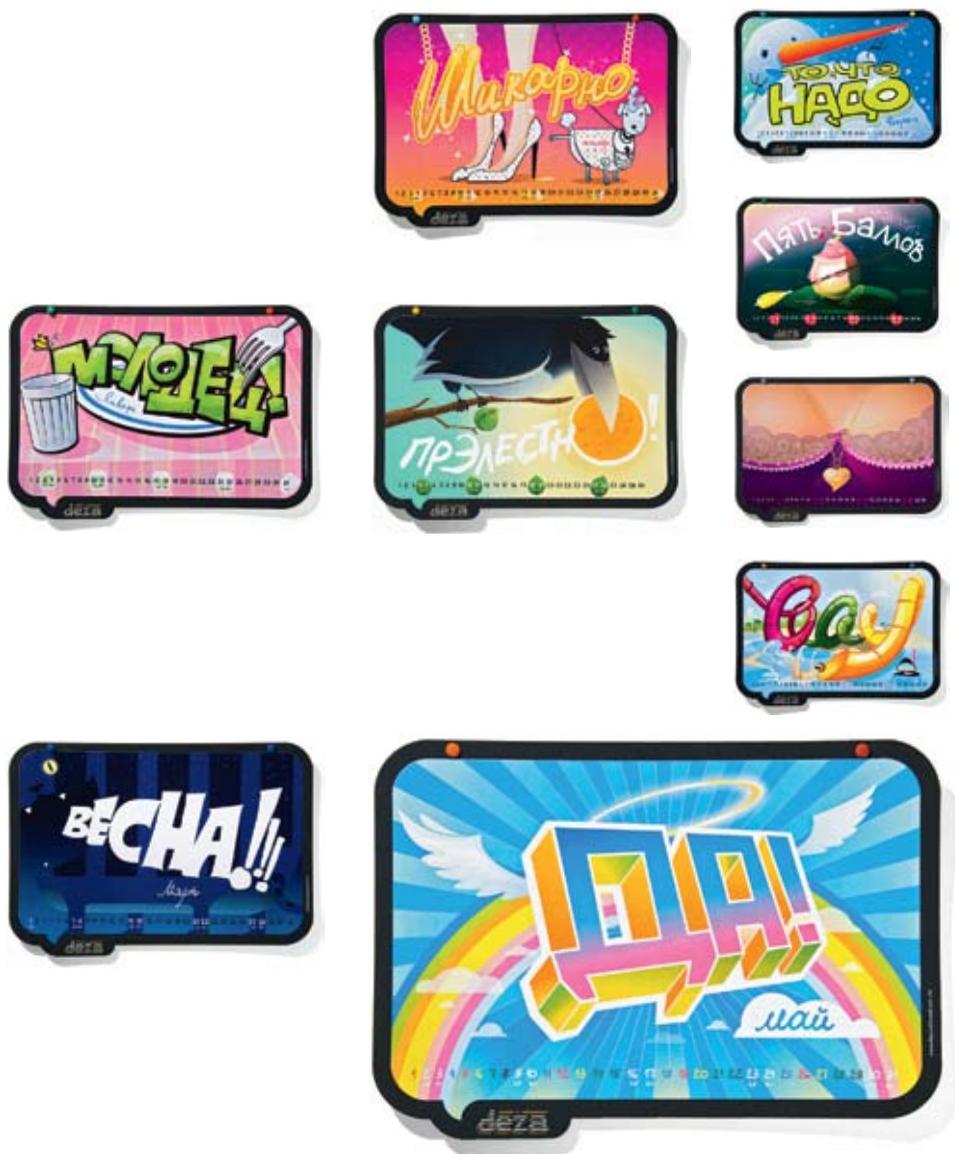
Максим Коваленко,
программист

Илона Колтынюк,
генеральный директор

Коллектив



ЛЮБИМАЯ РАБОТА



Состав творческой группы:

Креативный директор:
Александр Суворов

Арт-директор:
Михаил Дымов

Дизайнеры и иллюстраторы:
Настя Жуковская,
Нина Клеопина

Сопровождение проекта:
Наталья Ядрихинская

DEZAPOZИТИВЫ

Календарь. 2009 г. Selfpromotion

Клиент: студия DEZA

Листы календаря упакованы в удобную папку и намеренно не скреплены между собой. Рекомендуется разместить их на максимальном количестве вертикальных поверхностей в наиболее посещаемых зонах рабочих и жилых помещений, дабы создать равномерный **позитивный фон** и оперативно получать положительную оценку каждому совершенному действию. **Комплект крепежа прилагается.**



Promotional Items

Презентационный буклет

Клиент: компания «Мотиватор»

Буклет в четкой, энергичной манере информирует об основных принципах работы компании и наглядно демонстрирует примеры реализованных проектов. Ведь именно этого и ждет клиент от компании-исполнителя — четкого понимания задач и качественной во всех отношениях реализации...

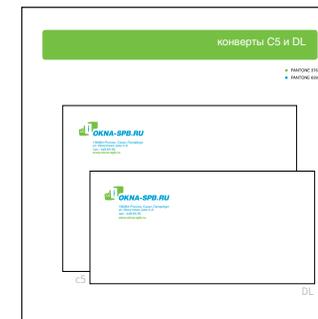
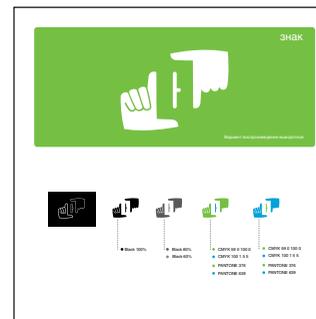
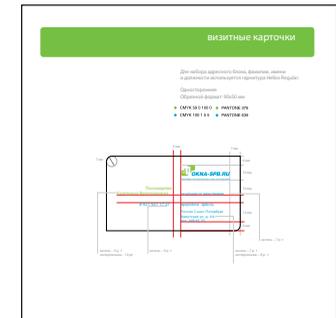
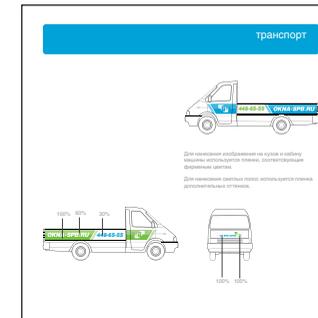
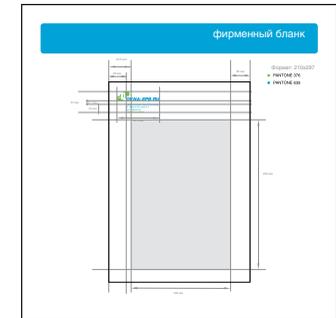


OKNA-SPB.RU

Фирменный стиль

Клиент: компания «Okna-Spb.ru»

Несмотря на то что компания **Okna-spb.ru** достаточно долго находится на рынке, до недавнего времени фирменного стиля у нее не было. Поэтому разработка, доверенная студии DEZA, велась практически с нуля. Название компании и принцип его написания было решено сохранить. «При разработке концепции логотипа, — рассказывают дизайнеры, — мы исходили из того, что для потребителя новое окно — больше чем просто покупка, это всегда процесс творческий, продиктованный стремлением к новому уюту, безопасности, комфорту, созданию неповторимой домашней, жилой атмосферы. **Знак** представляет собой символическое изображение рук, образующих форму оконного проема. Он отражает творческое начало и непосредственно ассоциируется с деятельностью компании. **Цветовая гамма** яркая, свежая, сочная. Сочетание травянисто-зеленого и насыщенно голубого цветов придадут логотипу ощущение экологичности и дружелюбности».

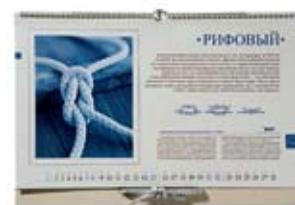


Узлы

Календарь. 2009 г.

Клиент: Холдинг «ТИТАН-2»

Узел — совершенно удивительное изобретение человека. Кажалось бы, что может быть банальнее завязанного куска веревки, но за тысячелетия человечество изобрело **тысячи способов завязывания узлов**, у каждого из них есть своя **история** и свое точное предназначение. Главные требования к узлу — его **простота и надежность**. Календарь приглашает зрителя к спокойному, камерному просмотру, он схож с альбомом. Вы можете неторопливо перелистывать его страницы с наклеенными фотографиями, ощущая **фактуру бумаги**, совершить краткий экскурс в историю того или иного узла и даже научиться его завязывать. И, конечно, познакомить со значимыми вехами в истории холдинга.





26

6.

1.



3.



4.



1. 2004 / год Обезьяны

2. 2005 / год Петуха

3. 2006 / год Собаки

4. 2007 / год Свиньи

5. 2008 / год Крысы

6. 2009 / год Быка

Подушка

Новогодний подарок. Повторяющаяся серия, 2004 — 2009 гг.

Клиент: компания «Проект 111»

Задача придумать подарок для постоянных клиентов и партнеров компании была интересной с самого начала. Дело в том, что «Проект 111» — поставщик рекламных сувениров и его партнеры, которым предназначается подарок, тоже. Сложно удивить людей, для которых всяческие прикольные штучки — это повседневная работа. Подарок же хотелось сделать неформальным, дружеским, личным и таким, который будут хранить. Очень важно было сохранить ощущение, что подарок сделан специально для тебя.

Так родилась идея коллекции подушек — «символов-талисманов» наступающего года. Добрая традиция прижилась, и ежегодно коллекционеры добавляют в свои коллекции очередной ценный экземпляр.

5.



27

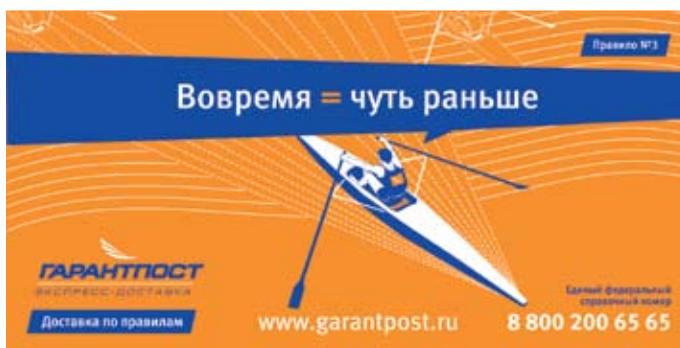
Доставка по правилам

Серия рекламных модулей

Клиент: компания «Гарантпост»

«Заявить стандарты доставки и закрепить за собой статус правильной доставки — работающей по правилам» — такова была задача, поставленная компанией Гарантпост.

Студия DEZA разработала единый слоган компании: «Гарантпост. **Доставка по правилам**», формулировки каждого из правил и серию имиджей, усиливающих их эмоциональное восприятие. Визуальный ряд, поддерживающий правила, — это **спортивные моменты**, от которых может зависеть **исход состязания**: передача эстафетной палочки, победные 10 мм на финише и т. д. Спортивные сюжеты подобраны к соответствующим правилам и тематически ассоциируются с процессом доставки. Как **профессиональный** спортсмен, компания «Гарантпост» нацелена на результат — высочайший результат в своем деле. На основе созданных «Правил доставки» разработаны **серия макетов** для наружной и печатной рекламы, комплект полиграфической продукции и переработан дизайн фирменных конвертов — одного из важнейших инструментов работы компании.



В ходе работы мы стремились транслировать значимый для клиентов службы экспресс-доставки информационно-эмоциональный ряд: оперативность, скорость, надежность, гарантии, качество, ответственность, широкие возможности, обширная география и т.п.

Каталоги

Серия каталогов

Клиенты: «Проект 111», ISKU и др.

Каталог, буклет – это **продукт**, в котором неразрывно связаны информация и дизайн. Для достижения действительно качественного и эффективного результата необходимы все стадии и составляющие подготовки и выпуска подобного продукта:

1. Помощь клиенту в подготовке и **проверке исходных данных**
2. Разработка общей **концепции и дизайна**, конструкции каталога
3. Разработка системы представления и подачи информации в каталоге
4. Дизайн и верстка каталога
5. **Фотосъемка**, качественная обработка материалов
6. Оптимизация печати каталога и контроль качества



Многостраничные каталоги продукции создаются с использованием автоматизированной системы подготовки и обработки исходных данных **«Просмотровщик»** (разработка студии), позволяющей значительно упростить заказчику процесс подготовки исходных данных, систематизировать большой объем информации, минимизировать количество ошибок, проверок и существенно сократить время выпуска каталога.

Just Go

Каталог

Клиент: Just Go

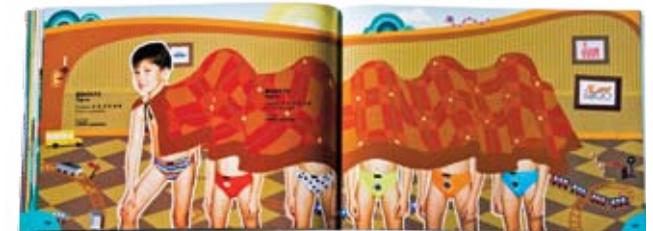
Just Go — достаточно новая торговая марка, ориентированная на среднеобеспеченного покупателя, представляющая модельный ряд **белья из хлопка** для женщин, мужчин и детей. Из отдельных пожеланий заказчика было в легкой форме показать потребителю, что белье произведено в Англии.

Это белье на каждый день — удобное, модное, качественное и чрезвычайно комфортное. А еще — это белье хорошего, легкого настроения, **с яркими, оригинальными принтами** в солнечной оранжевой упаковке с лисенком, которое заряжает энергией и задором. Так появилось веселое местечко, где-то в Англии, где проживает дружелюбное «лисье» семейство, из всех вариантов одежды явно отдающее предпочтение марке Just Go.



Оригинальная **папка-упаковка** для презентационной продукции.

Эти и другие материалы были разработаны студией для выставочного стенда компании.



«Построй мечту с нами»

Выставочный стенд

Клиент: компания «Петротрест»

Визуализация девиза «Построй мечту с нами». На фоне однотипных стендов-гигантов, которыми изобилуют строительные выставки, этот стенд **выделяется** своим ярким и необычным решением. Стойки, столы переговоров и даже **здание Адмиралтейства**, знакового здания Петербурга, — все выглядит, словно сделано из окрашенных деревянных кубиков детского конструктора. Крановые балки возводят эти хоть и легкие, но масштабные сооружения. Задуманное будто **растет на глазах**. Дети играют, а родители заботятся о будущем своей семьи. Стенки ограждающего конструктива расчленены на квадратики, в некоторых из которых, как на сторонах детских кубиков, изображения реальных объектов. Игры играми, а дома настоящие.



«Мишки на севере»

Выставочный стенд

Клиент: компания «УРСА Евразия»

Свободный, **легкий стенд**, чистое графическое решение. Из декоративных элементов, доминант стенда, — исключительно логотип компании и фирменные хорошо узнаваемые мишки. **Задача** — продемонстрировать продукцию компании (материалы для теплоизоляции) — решена предельно просто и оригинально: объемные логотипы на стенах и стойке изготовлены из материала URSA XPS, а мишки — из материала URSA GLASSWOOL. **Система освещения** стенда, создающая эффект **северного сияния**, вносит последний штрих в дружескую и теплую атмосферу, ведь тепло — это и есть URSA.



Оглавление

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 3. История студии | 10. Документация |
| 4. Логотип | 11. Диаграммы |
| 5. Руководство | 15. Партнеры |
| 6. Фирменные цвета | 16. Коллектив |
| 7. Позиционирование | 19. Портфолио |
| 8. Шрифт и типографика | 21. Любимая работа |
| 9. Область деятельности | |

**Студия
графического
дизайна**

DEZJA

Санкт-Петербург
Московский проспект, 10/12
Тел. (812) 346-73-67
e-mail: deza@dezinformation.ru

Москва
Огородный проезд, 5, стр. 6
Тел. (495) 642-43-13
e-mail: deza@dezinformation.ru

www.dezinformation.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Мы благодарны каждому,
кто начинает свой разговор
с нами словами:
«Мы за вами наблюдаем,
нам нравятся ваши работы».

Наши работы — это главное,
что с нами происходит.
Наблюдать за нами можно на
www.sostav.ru, www.adlife.ru,
www.adme.ru