

ПОНЯТНЫЙ  
МОУШН-  
ДИЗАЙН



02

# КАССЕ БООК

01



## СОДЕРЖАНИЕ

Внешние  
и внутренние  
коммуникации

N.o 037 Горячие моменты с Heinz  
промо-ролик

N.o 059 Lockee  
графическое оформление  
продуктового ролика

N.o 068 ФОМ-КраудСпейс  
промо-ролик

N.o 082 Connect  
промо-ролик

N.o 106 Банк Открытие  
годовой отчет

N.o 107 Банк Открытие  
серия OLV

N.o 109 Авито Доставка  
OLV

N.o 110 Cashwagon  
промо-ролик

N.o 111 Цунами  
продуктовый ролик

N.o 122–123 Московская скорая помощь  
серия промо-роликов

N.o 128 Open Trade  
продуктовый ролик

N.o 130 Стратегия «Planeta Cash»  
питч-дек

N.o 131 Ростелеком «Новый тариф»  
серия OLV

N.o 135 Яндекс «Easy to Say»  
продуктовый ролик

N.o 136 5 шагов на пути к спокойствию  
продуктовый ролик

N.o 137 Союзмультпарк  
мультимедийный контент  
для детского парка развлечений

N.o 139 Cordiant  
серия OLV

N.o 140 Viewn.ru  
промо-ролики интерактивного сервиса

N.o 146 Kaspersky Pyramid  
продуктовый ролик

N.o 151 Ferronordic  
графическое оформление  
продуктового видео

N.o 152 Телеком блок  
продуктовый ролик

N.o 154–155 Ренессанс жизнь  
серия промо-роликов

N.o 156 ToonCoin  
продуктовый ролик

N.o 161 Браузер Луна  
продуктовый ролик

N.o 162 Оазис  
продуктовый ролик

N.o 163 Энва  
продуктовый ролик

N.o 164 Орикс  
продуктовый ролик

Это оглавление  
для удобного перехода  
на разные блоки  
презентации.

Нажмите на одну из  
строчек, и откроется  
нужный раздел.



# СОДЕРЖАНИЕ

## Внешние и внутренние коммуникации

Это оглавление для удобного перехода на разные блоки презентации.

Нажмите на одну из строчек, и откроется нужный раздел.

- N.o 165 **T1 | Большие данные**  
продуктовый ролик
- N.o 166 **Клауд**  
продуктовый ролик
- N.o 174 **Газпромбанк Автолизинг**  
графическое оформление  
имиджевого фильма
- N.o 177 **TNT и Бетсити**  
серия рекламных роликов
- N.o 178–181 **Positive Technologies**  
серия продуктовых роликов  
для саммита по безопасности
- N.o 186–187 **T1**  
серия OLV о программах  
«T1. Дебют» и «T1 Открытые школы»
- N.o 191 **АльфаСтрахование**  
имиджевый ролик для внутренних  
коммуникаций

- N.o 196 **Европлан**  
годовой отчет
- N.o 197 **ВТБ — ЧатБот**  
продуктовый ролик
- N.o 202 **Kaspersky Awareness**  
продуктовый ролик
- N.o 203 **ВТБ — Сбережения**  
продуктовый ролик
- N.o 205 **УК Корвет**  
имиджевый ролик
- N.o 206 **ВТБ — Завод сбережений**  
продуктовый ролик
- N.o 209 **Fonbet**  
продуктовый ролик

## СОДЕРЖАНИЕ

## Ивент и экспо

N.o 013 Google  
серия заставок для партнерской конференции

N.o 034 Red Apple  
графическое оформление конференции

N.o 054 Adidas  
графическое оформление выставочного стенда

N.o 145 Газпром  
графическое оформление выставочного стенда

N.o 167 Сбер  
графическое оформление стенда для выставки «Россия»

N.o 168 Роскадастр  
графическое оформление стенда для выставки «Россия»

N.o 171 Газпромбанк  
графическое оформление стенда для форума Finopolis

N.o 178–181 Positive Technologies  
серия продуктовых роликов для саммита по безопасности

N.o 183 СберСтрахование  
имиджевый ролик для стенда на ПМЭФ

N.o 184 СберСтрахование  
интерактивная игра для стенда на ПМЭФ

N.o 185 Сбер  
имиджевый ролик для стенда на ПМЭФ

N.o 192 ОрВД  
графическое оформление выставочного стенда

N.o 195 Сбер  
интро для мероприятия «СупремТизм»

N.o 198 Авиафлюид  
имиджевый ролик

N.o 199 Авиафлюид  
имиджевый ролик

N.o 200 Яндекс  
Интерактивная инсталляция «Нейро»

N.o 207 Tatneft  
ивент

Это оглавление для удобного перехода на разные блоки презентации.

Нажмите на одну из строчек, и откроется нужный раздел.



## СОДЕРЖАНИЕ

## Проекты в сфере культуры

Это оглавление для удобного перехода на разные блоки презентации.

Нажмите на одну из строчек, и откроется нужный раздел.

N.o 047 Неуловимые  
графическое оформление фильма

N.o 056 Неуловимые. Последний герой  
графическое оформление фильма

N.o 070 Гимаев говорит  
графическое оформление ТВ программы

N.o 078 Спорт с Василием Уткиным  
графическое оформление ТВ программы

N.o 113 Днюха  
графическое оформление фильма

N.o 114 Тренерский штаб  
графическое оформление ТВ программы

N.o 115 На гол старше  
графическое оформление ТВ программы

N.o 170 Родные люди  
графическое оформление сериала

N.o 175 Короче, план такой  
графическое оформление сериала

N.o 176 Дизайн — это глагол  
графическое оформление документального фильма

N.o 188 Музей Крыма и Новороссии  
графическое оформление залов

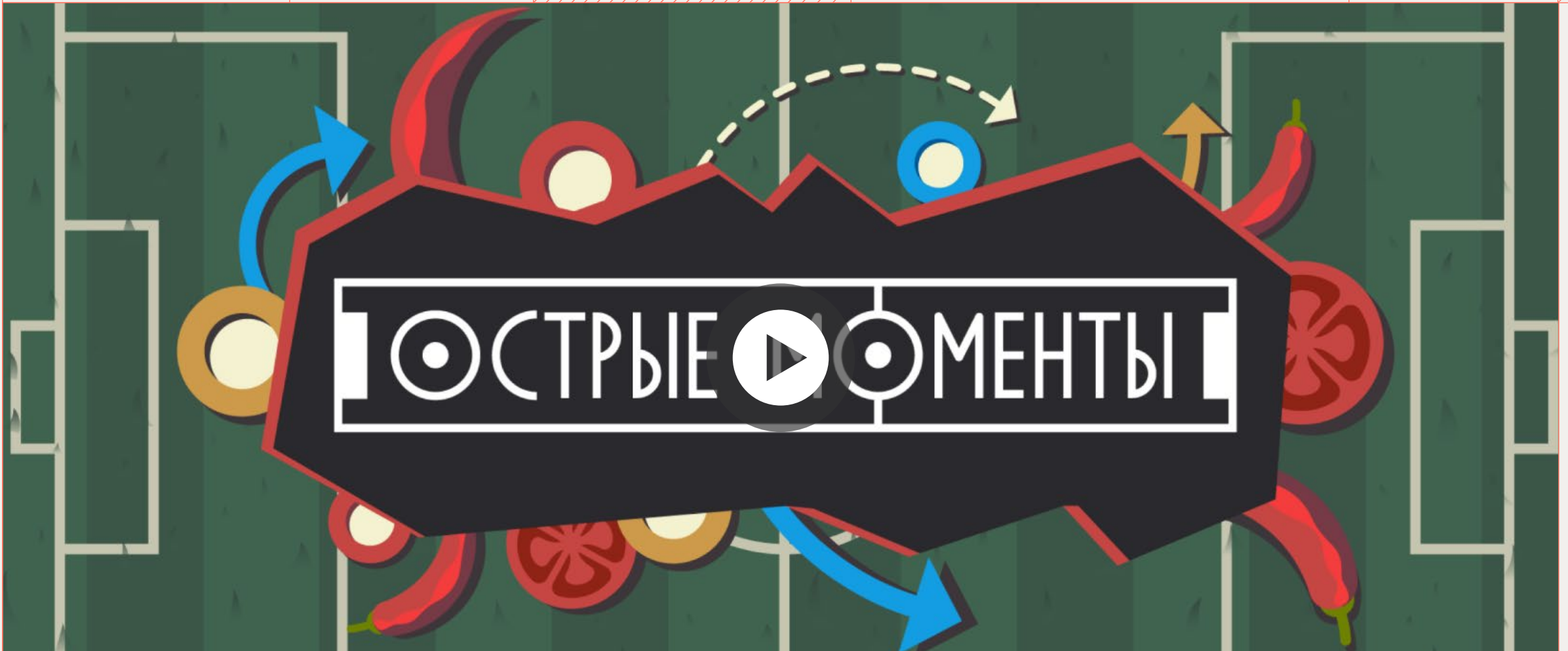
N.o 188.1 Музей Крыма и Новороссии  
битва при Молодях

N.o 188.2 Музей Крыма и Новороссии  
фильм «Русь и дикое поле»

N.o 188.3 Музей Крыма и Новороссии  
походы Петра I и Голицына

N.o 208 Fake App | «Две полоски»  
графическое оформление сериала





## ГОРЯЧЕ МОМЕНТЫ С HEINZ

### Задача

Создать серию видеороликов с результатами прошедших матчей, их статистикой и прогнозами на предстоящие матчи чемпионата мира по футболу в Бразилии 2014 года.

### Решение

Перед нами стояла непростая задача — создать 10 видеороликов общим хронометражом 20 минут. Главная сложность заключалась в сроках реализации. На производство каждой серии проекта у команды было всего по одному рабочему дню.

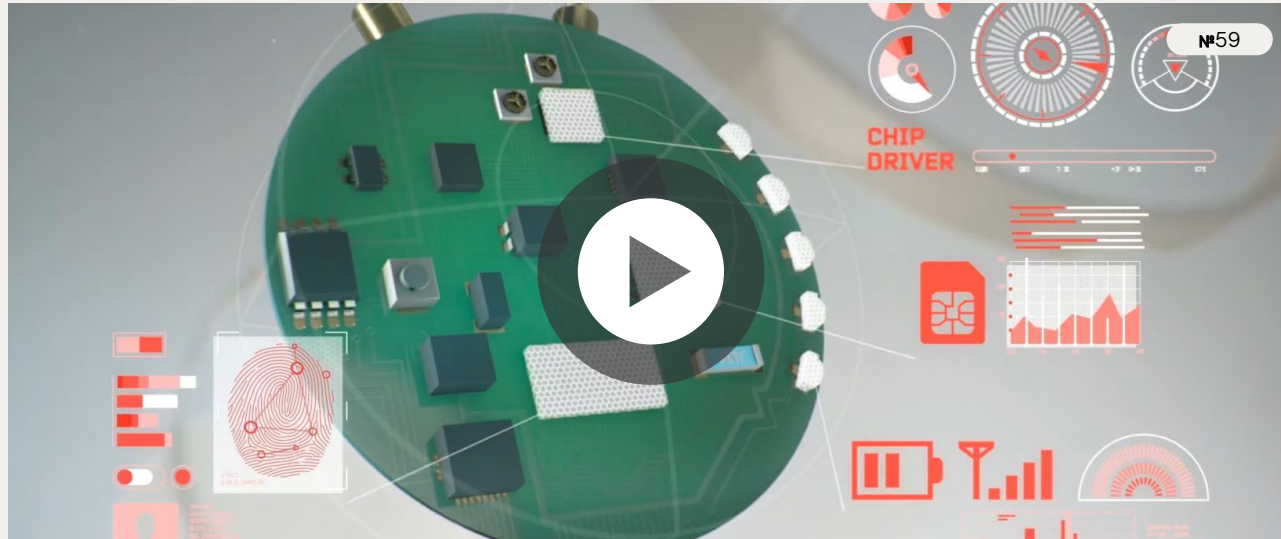
### Сроки

10 рабочих дней





В роликах мы совместили инфографику и персонажную анимацию, а также интегрировали в кадры спортивную атрибутику и продукты Heinz. В итоге нам удалось емко, но интересно преподнести аналитическую информацию, а также привлечь внимание футбольных фанатов к продуктам спонсора.



# LOCKEE

## ЗАДАЧА

Разработать промо-ролик о трекере «Lockee».

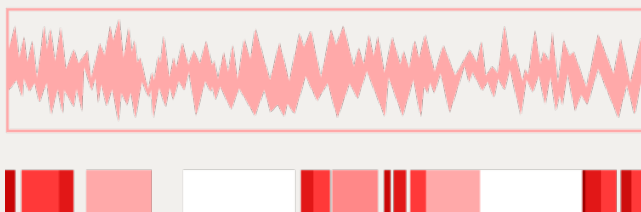
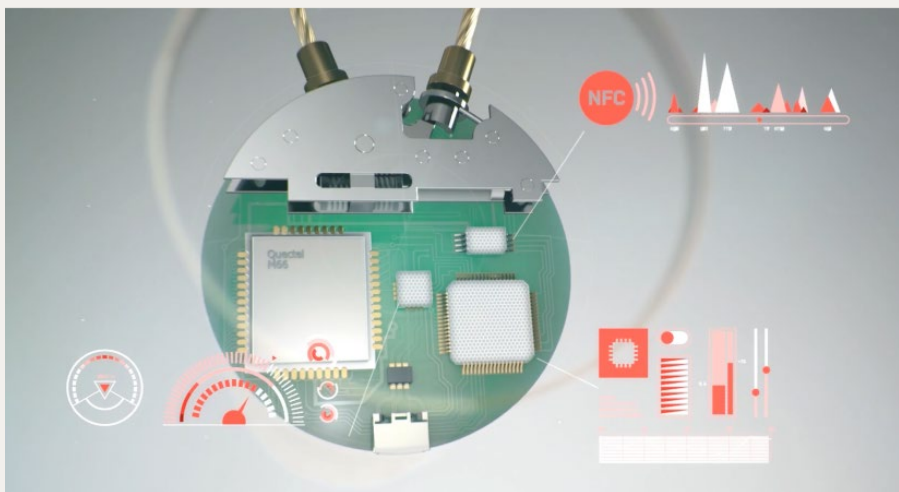
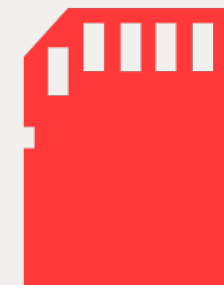
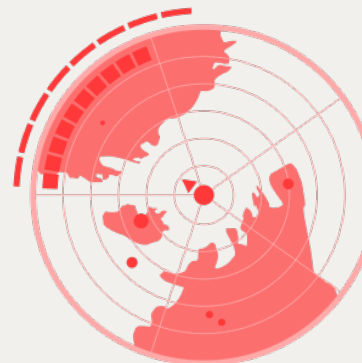
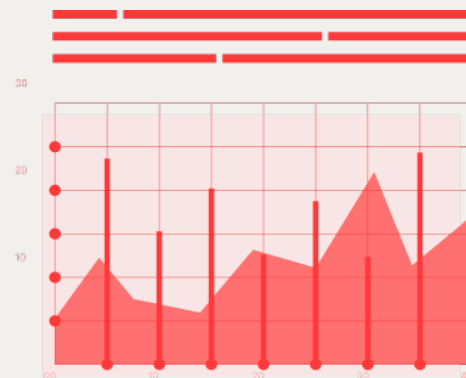
## СРОКИ

30 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы объединили съемочный материал, 2D, 3D и инфографику.





personal  
identification...  
039476\_0029\_2  
0255\_866\_1  
00\_18829292\_10  
complete coincidence  
of all characteristics

Это позволило кратко и информативно описать функции трекера «Lockee» — отслеживание багажа, транспортных средств или местонахождения людей.



# ФОРМ- КРАУДСПЕЉС

## ЗАДАЧА

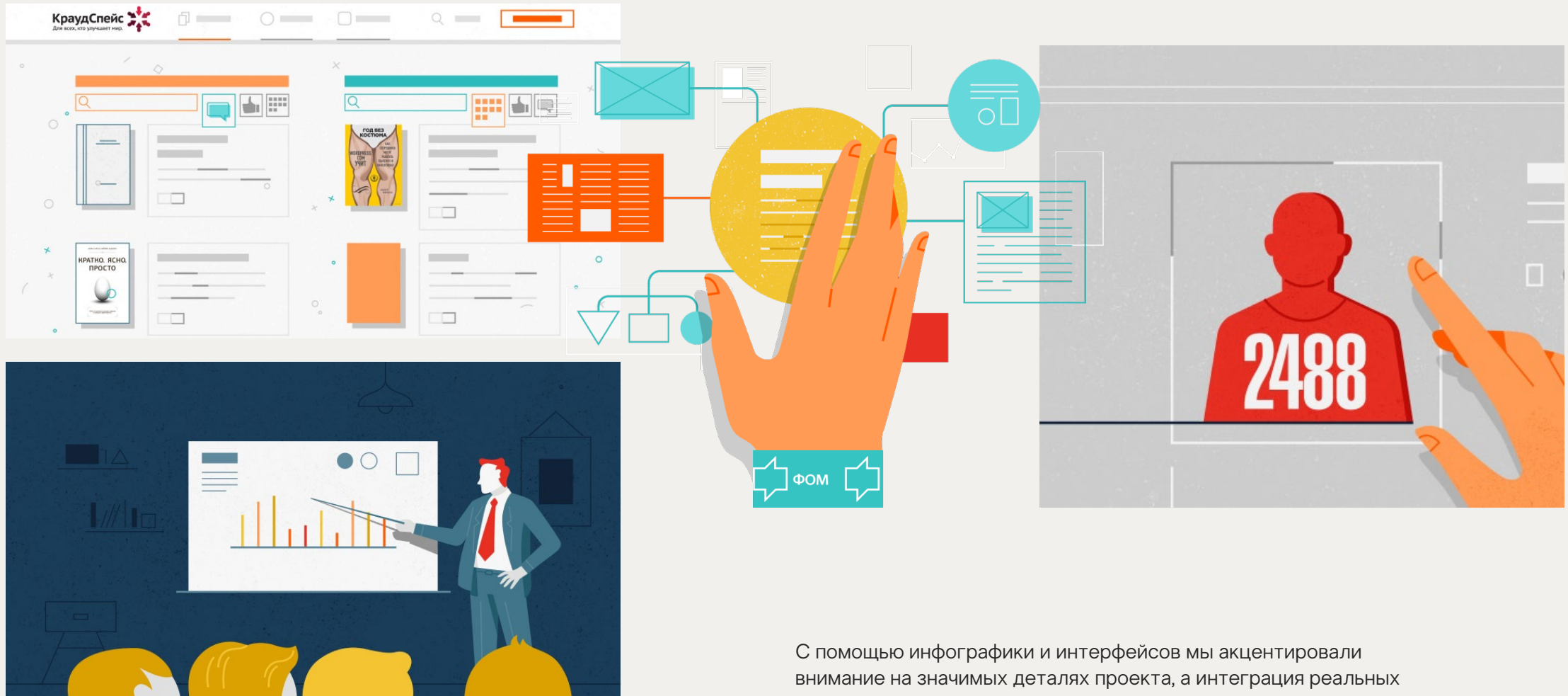
Разработать инфографичный промо-ролик для фонда «Общественное мнение».

## СРОКИ

17 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

В видео о проекте «Топ-книга года в России» мы подробно рассказали, как народное голосование использовалось для формирования шорт-листа новых бизнес-книг.



С помощью инфографики и интерфейсов мы акцентировали внимание на значимых деталях проекта, а интеграция реальных объектов в 2D-мир ролика помогла подчеркнуть объективность шорт-листа.



## CSR-CONNECT

### ЗАДАЧА

Разработать видео, рассказывающее о продукте консалтинговой компании в сфере КСО.

### СРОКИ

24 рабочих дня

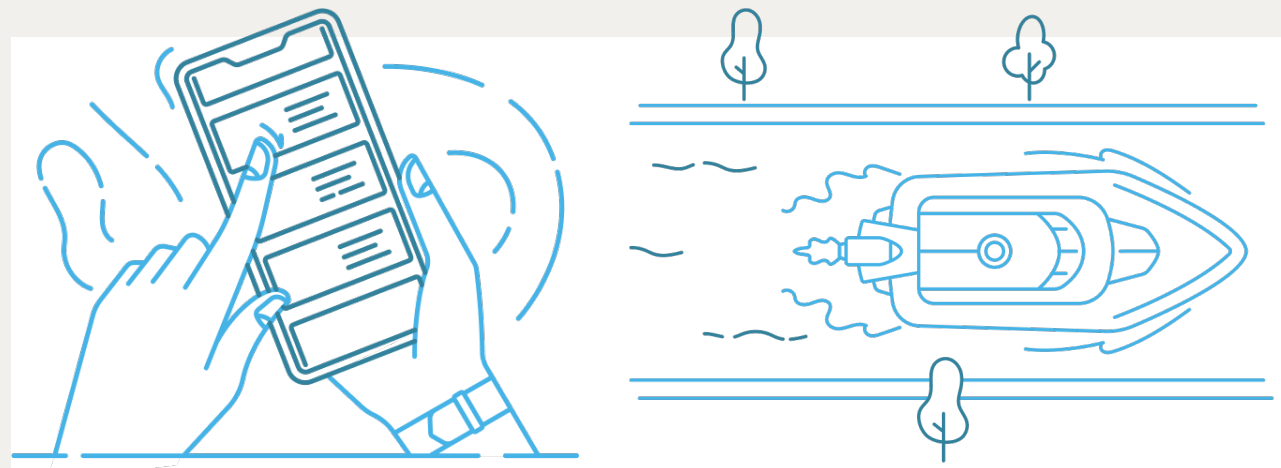
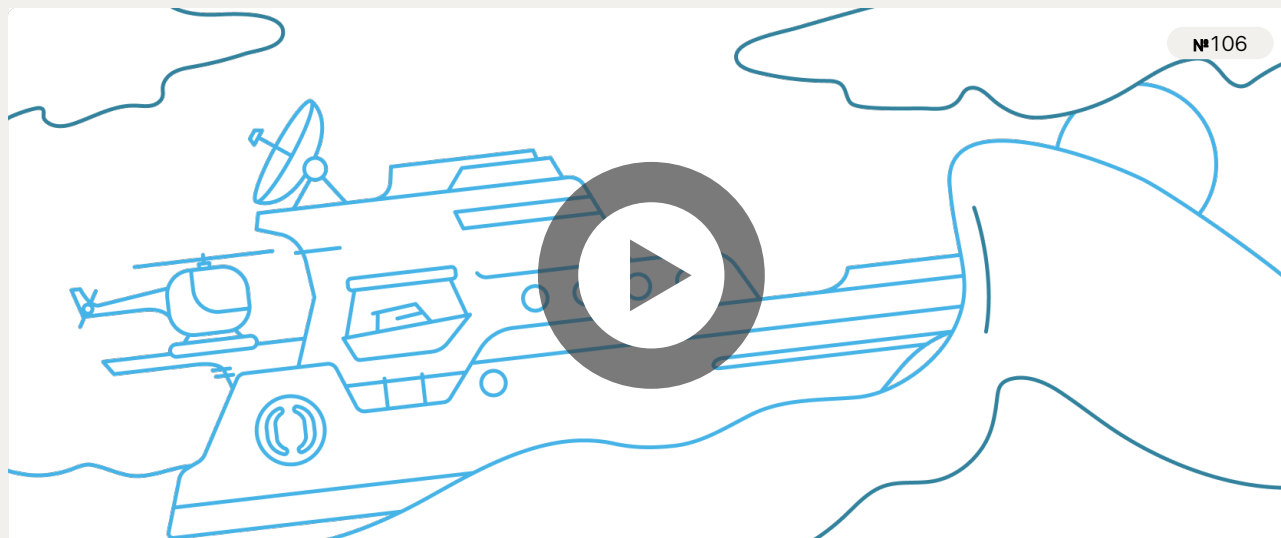
### РЕШЕНИЕ

Мы создали видео, объясняющее принцип работы новой электронной системы управления для консалтинговых компаний.





С помощью персонажей сотрудников, иконок и стилизованных интерфейсов нам удалось лаконично упаковать большой объем информации о компании и ее новой платформе.



# БАНК ОТКРЫТИЕ

## ЗАДАЧА

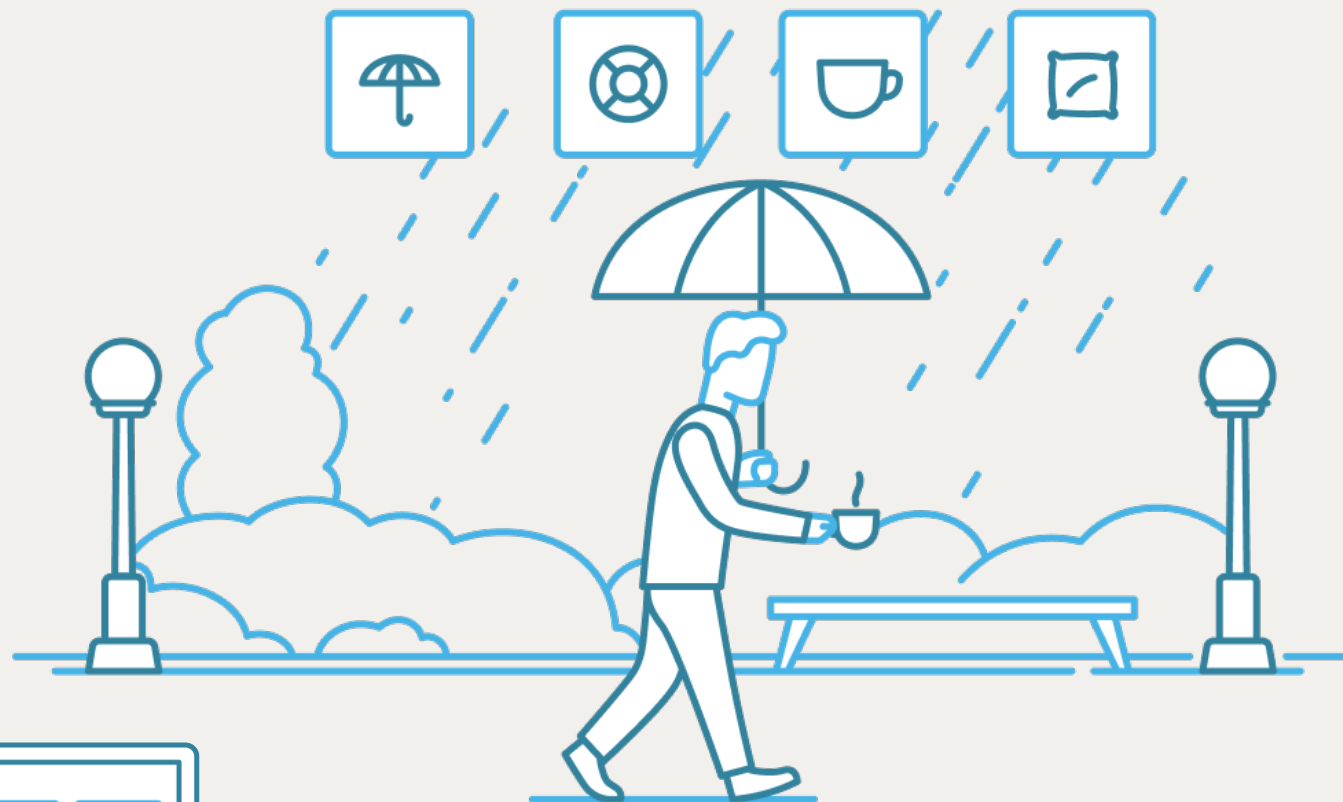
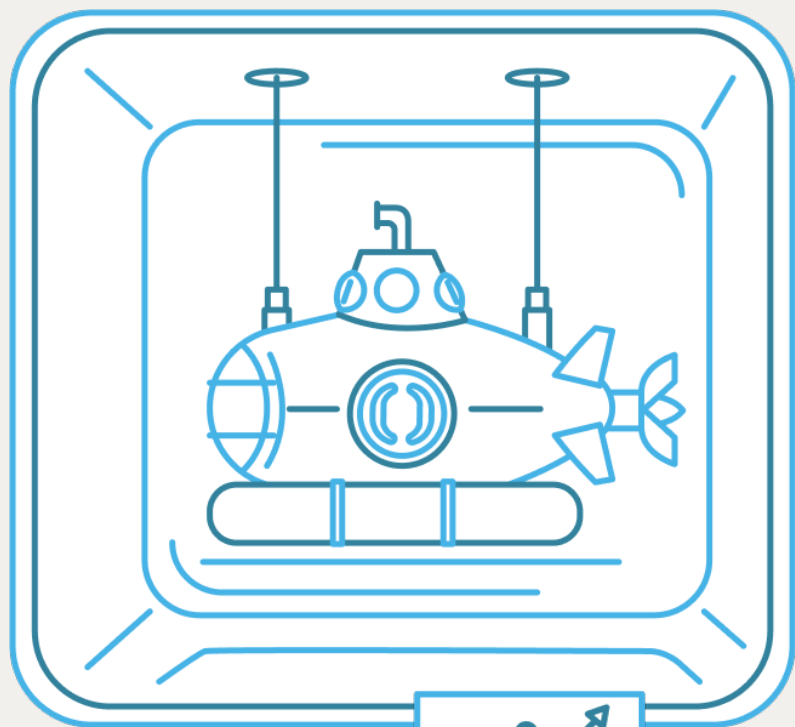
Создать 2D видео о стратегии развития банка «Открытие»

## СРОКИ

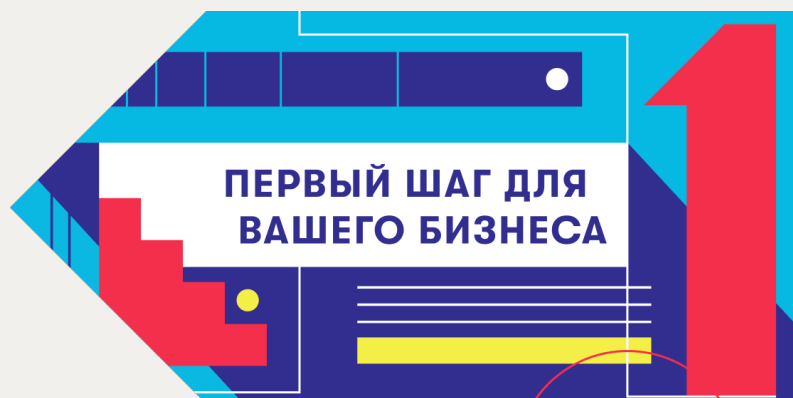
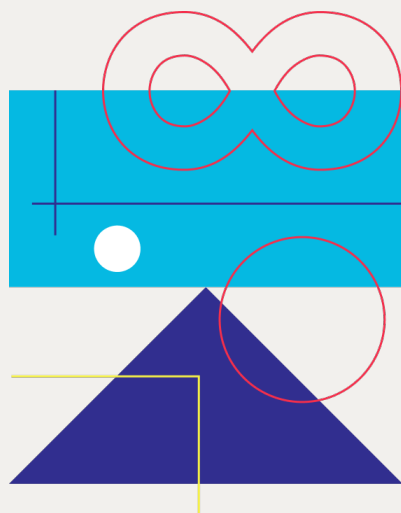
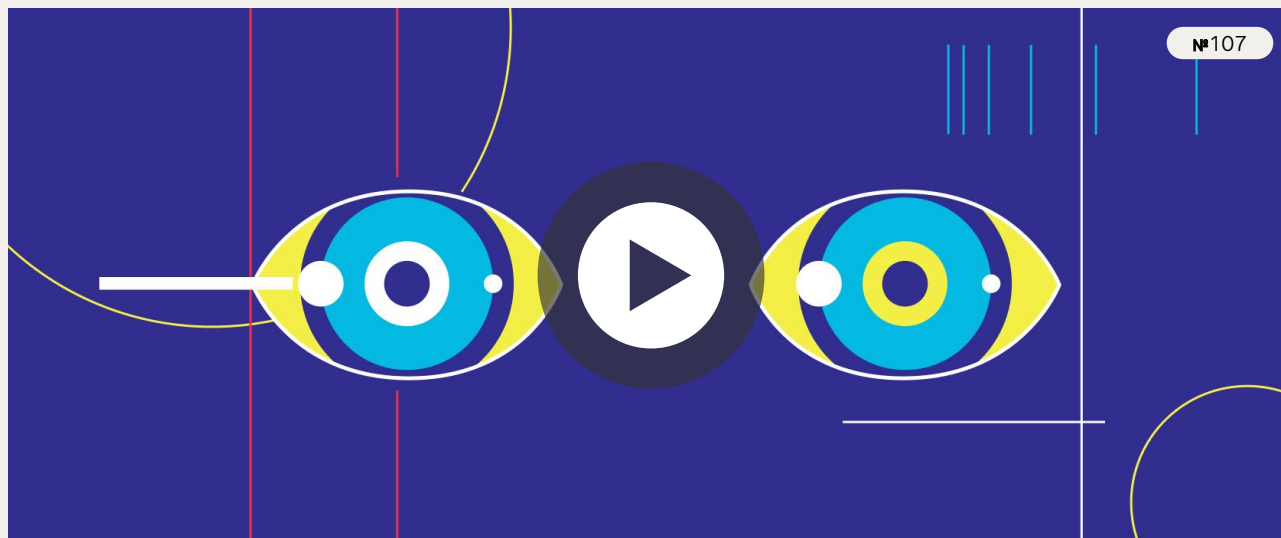
22 рабочих дня

## РЕШЕНИЕ

В основе визуального решения лежит минималистичная контурная графика в фирменных цветах банка «Открытие».



С помощью персонажей сотрудников, иконок и стилизованных интерфейсов нам удалось лаконично упаковать большой объем информации о компании и ее новой платформе.



# БАНК ОТКРЫТИЕ

## ЗАДАЧА

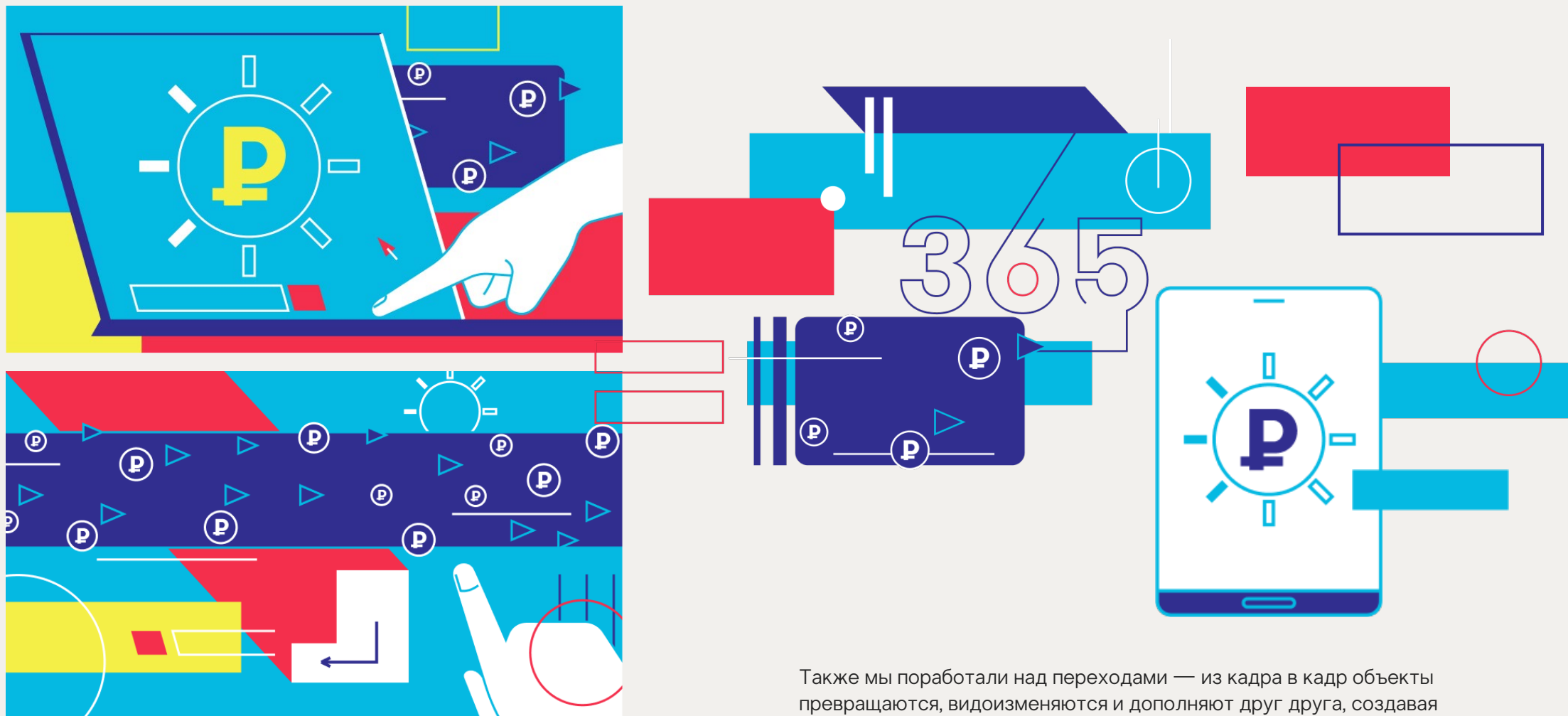
Разработать серию рекламных 2D роликов о продуктах банка «Открытие»

## СРОКИ

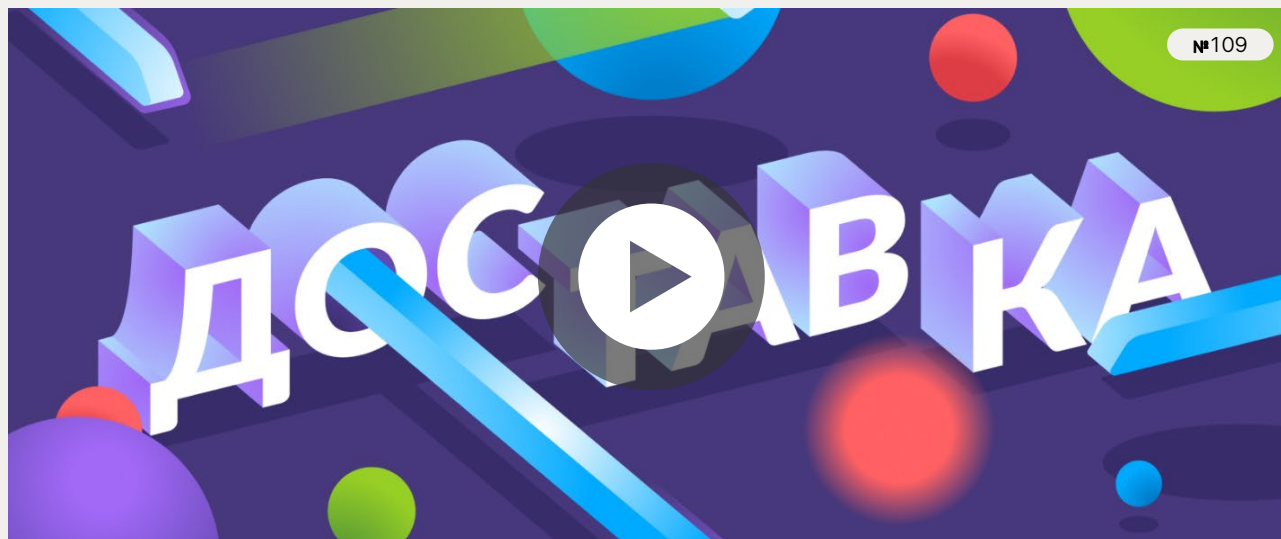
35 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Чтобы показать преимущества и особенности продуктов банка «Открытие» для бизнеса, мы разработали собственный стилистический подход. В его основу легли геометрические фигуры, крупная типографика и акцентная цветовая палитра.



Также мы поработали над переходами — из кадра в кадр объекты превращаются, видоизменяются и дополняют друг друга, создавая единое «бесшовное» повествование. В итоге получились емкие, но при этом яркие и понятные аудитории ролики.



# АВИТО ДОСТАВКА

## ЗАДАЧА

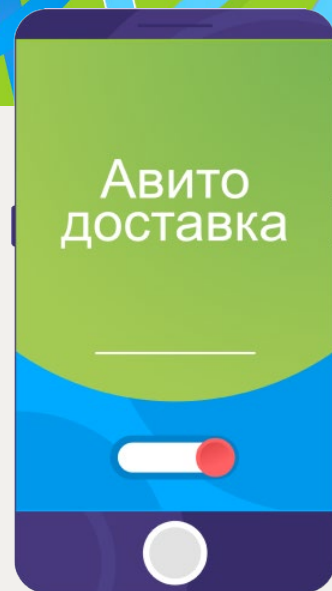
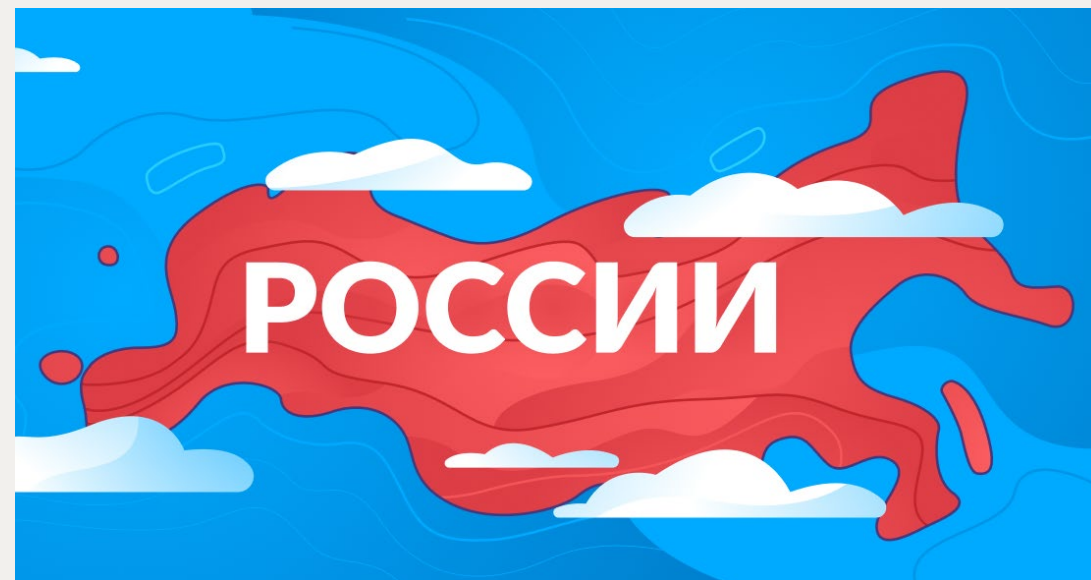
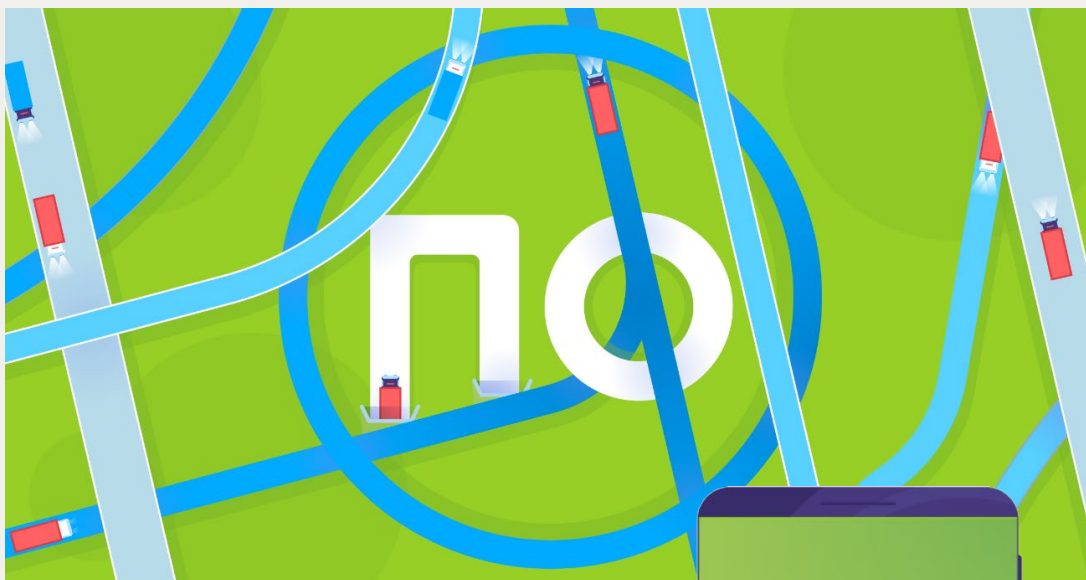
Создать рекламное видео о доставке интернет-сервиса Авито

## СРОКИ

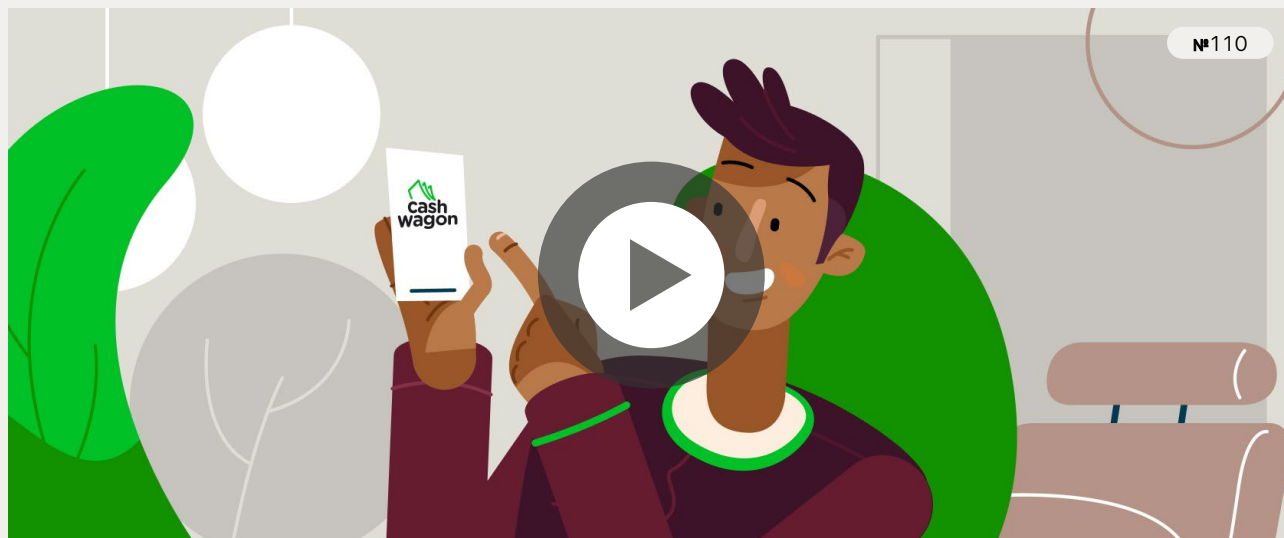
19 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Совместив фирменный стиль клиента с яркой и динамичной 2D-анимацией мы продемонстрировали возможности Авито-доставки по всей России.



Совместив фирменный стиль клиента с яркой и динамичной 2D-анимацией мы продемонстрировали возможности Авито-доставки по всей России.



# CASHWAGON

## ЗАДАЧА

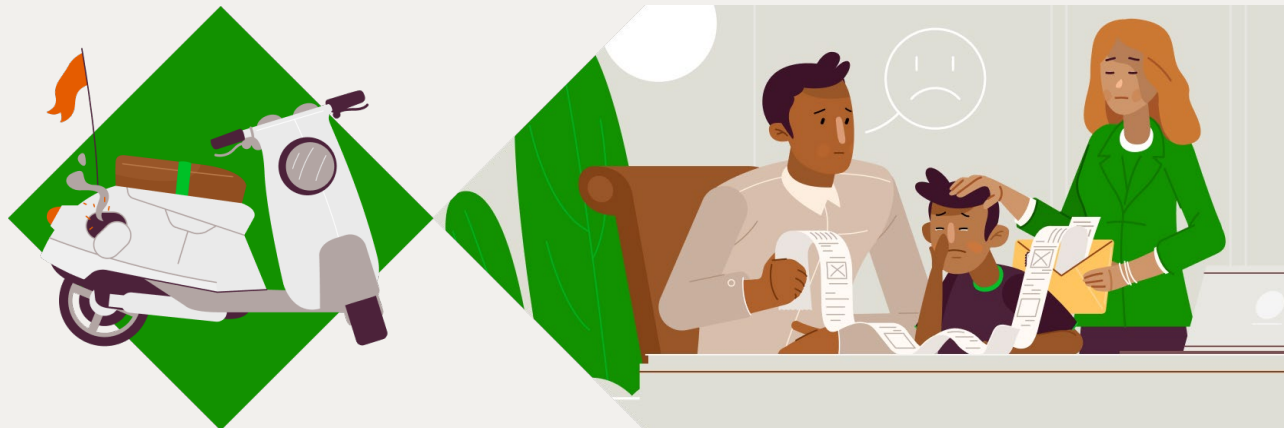
Создать ролик для сервиса финансовых услуг «Cashwagon»

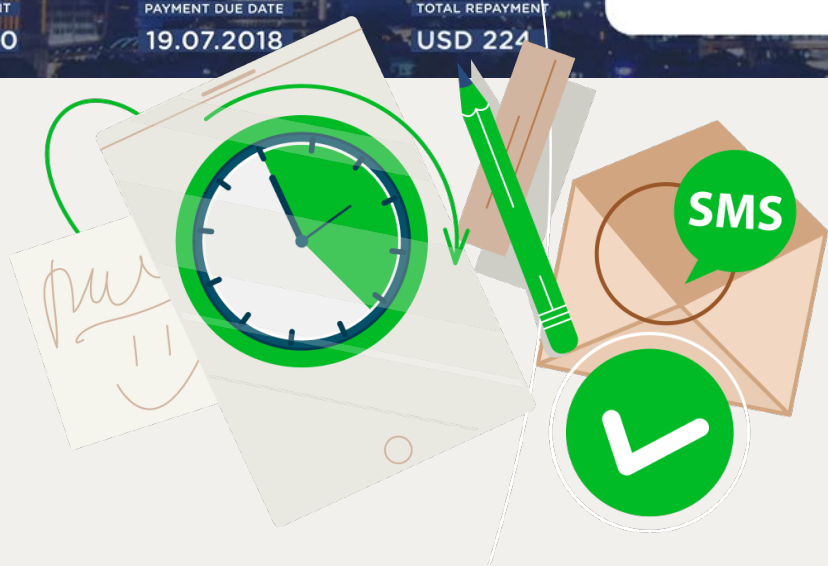
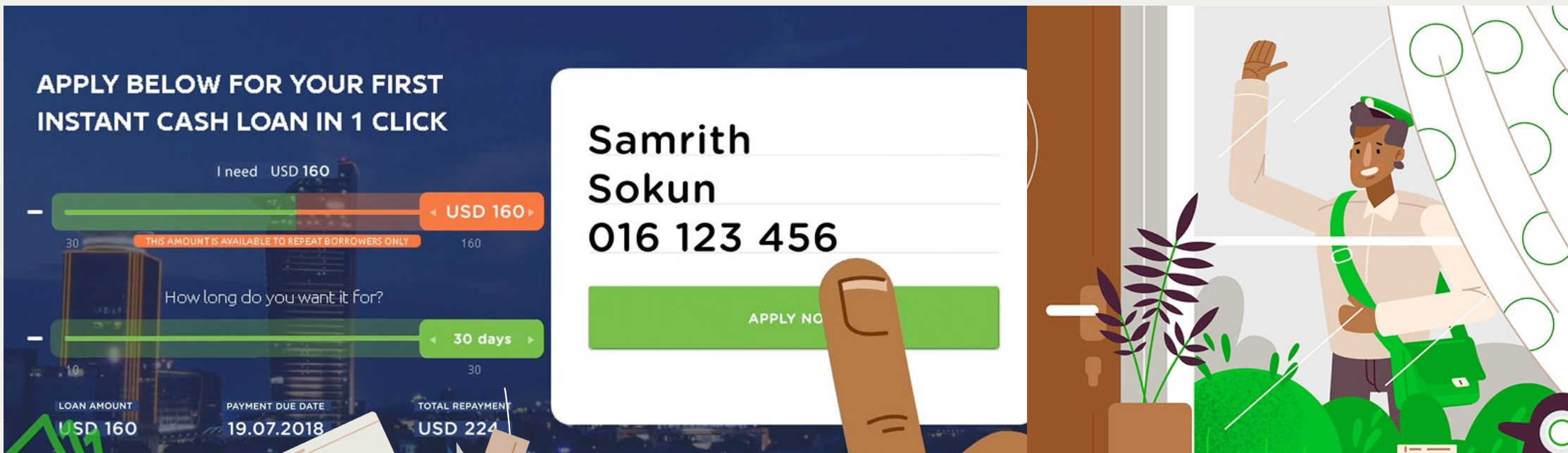
## СРОКИ

23 рабочих дня

## РЕШЕНИЕ

Мы показали работу компании с помощью простого, но знакомого целевой аудитории сюжета. У главного героя — семьянина произошла неприятность, но сервис «Cashwagon» помог быстро решить проблему.





На основе стилистики и цветовой палитры клиента наша команда разработала семью 2D персонажей и окружающую среду, а также интегрировала в ролик интерфейс сайта сервиса, чтобы наглядно продемонстрировать удобство его использования.



# ЦУНАМИ

## ЗАДАЧА

Создать промо-ролик для демонстрации преимуществ платформы онлайн-страхования «Цунами»

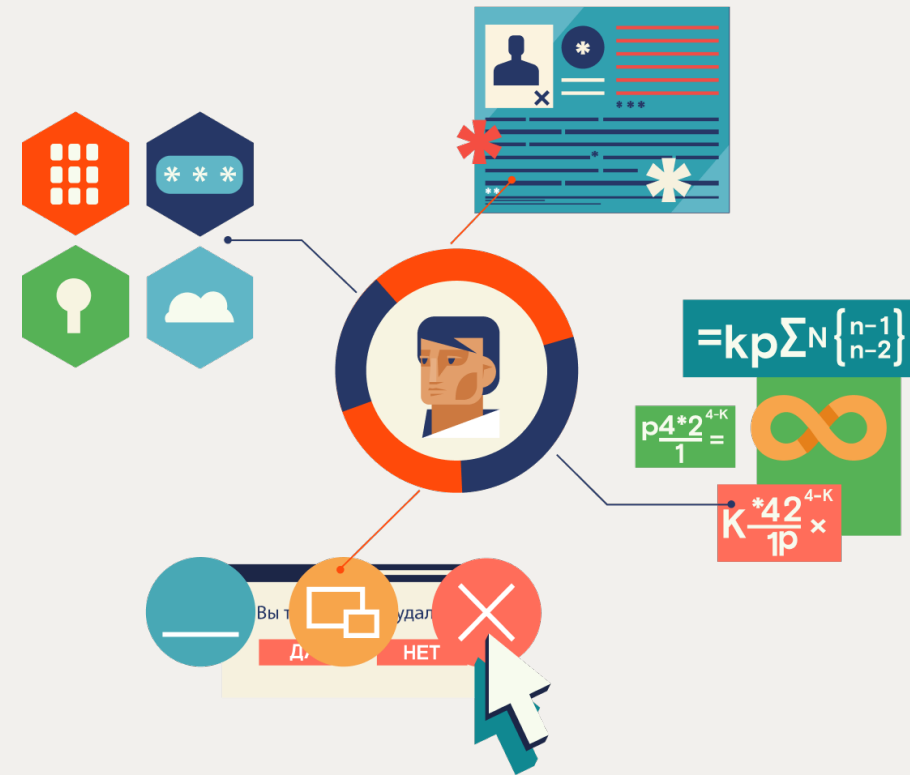
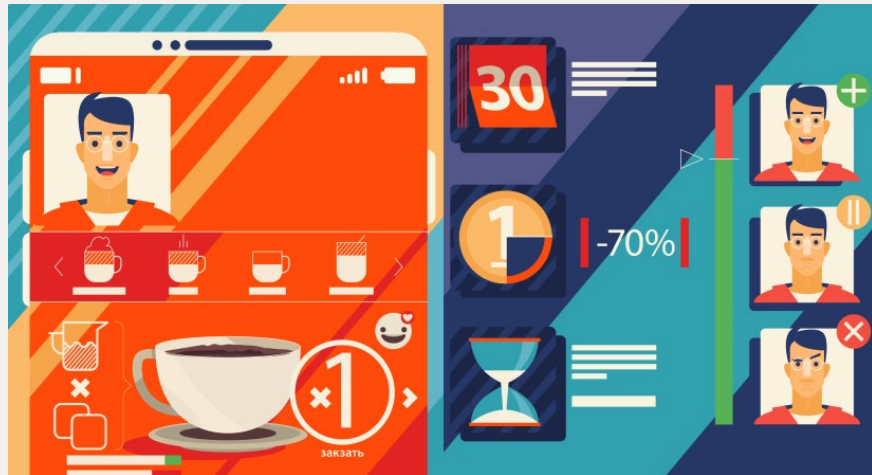
## СРОКИ

21 рабочий день

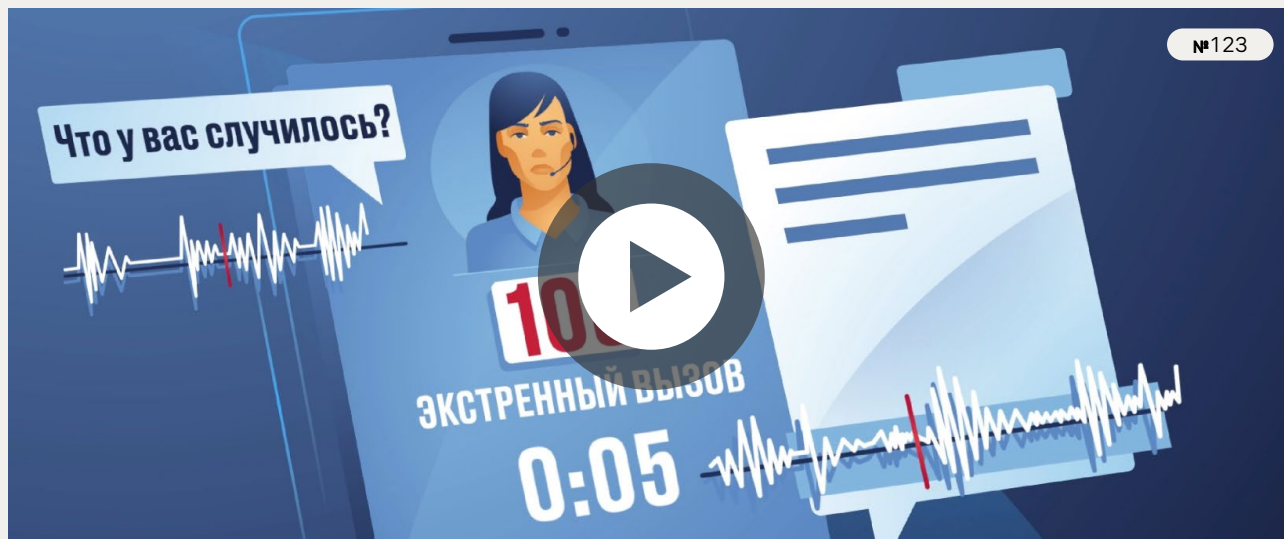
## РЕШЕНИЕ

«Мы создали продукт, который сами хотели бы использовать» — эта фраза клиента вдохновила нас на создание по настоящему яркого, динамичного и немного юморного ролика.





Контрастные цвета, геометричные паттрны, необычные переходы, стилизованные интерфейсы и бодрый закадровый голос - все это цепляет внимание зрителя и наглядно показывает, как пользоваться платформой «Цунами».



# МОСКОВСКАЯ СКОРАЯ ПОМОЩЬ

## ЗАДАЧА

Разработать информативное промо-видео для Московской скорой помощи.

## СРОКИ

36 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

С помощью этого проекта мы рассказали о скорой помощи Москвы как о современном, технологичном медицинском сервисе.





Первый ролик — о машинах скорой помощи. Мы детально показали всю специальную технику внутри машины, а также применение и функции этих и приборов.

Второй ролик рассказывает как вызвать скорую помощь и что происходит после вызова пациента. Мы продемонстрировали алгоритм работы специальной программы, используемой сотрудниками контакт-центра, а также различные причины вызова и последующие ответы оператора.



# OPEN TRADE

## ЗАДАЧА

Создать продуктовый ролик о платформе Open Trade — профессиональном сервисе для корпоративных клиентов, осуществляющих операции на финансовых рынках.

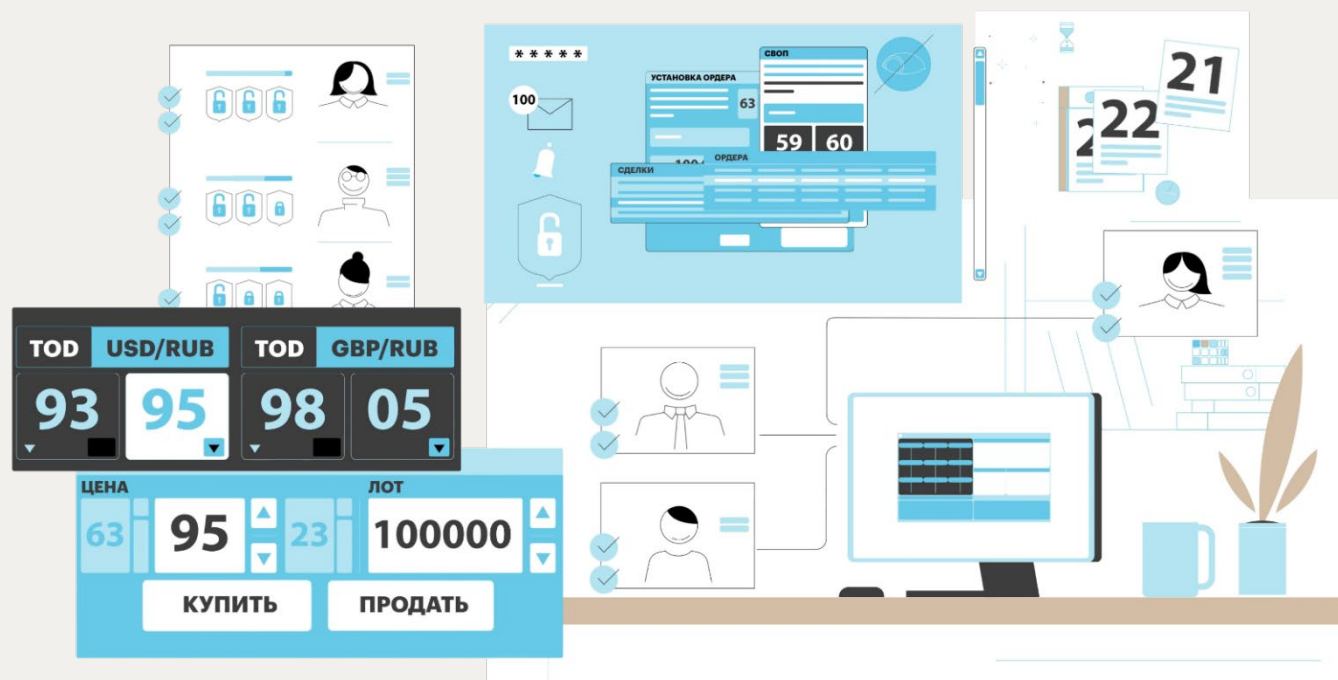
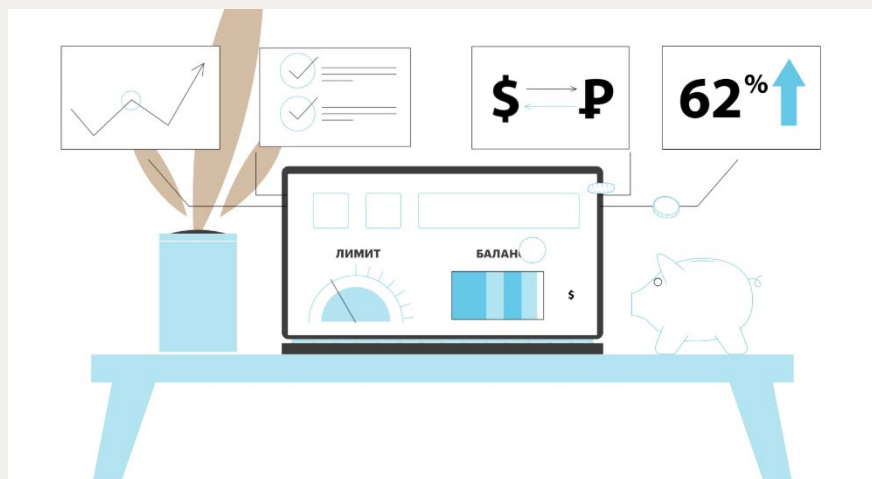
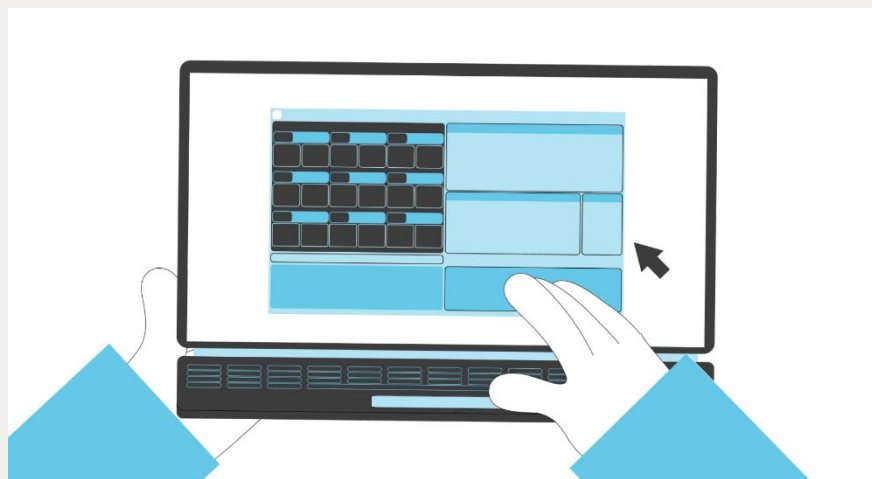
## СРОКИ

17 рабочих дней

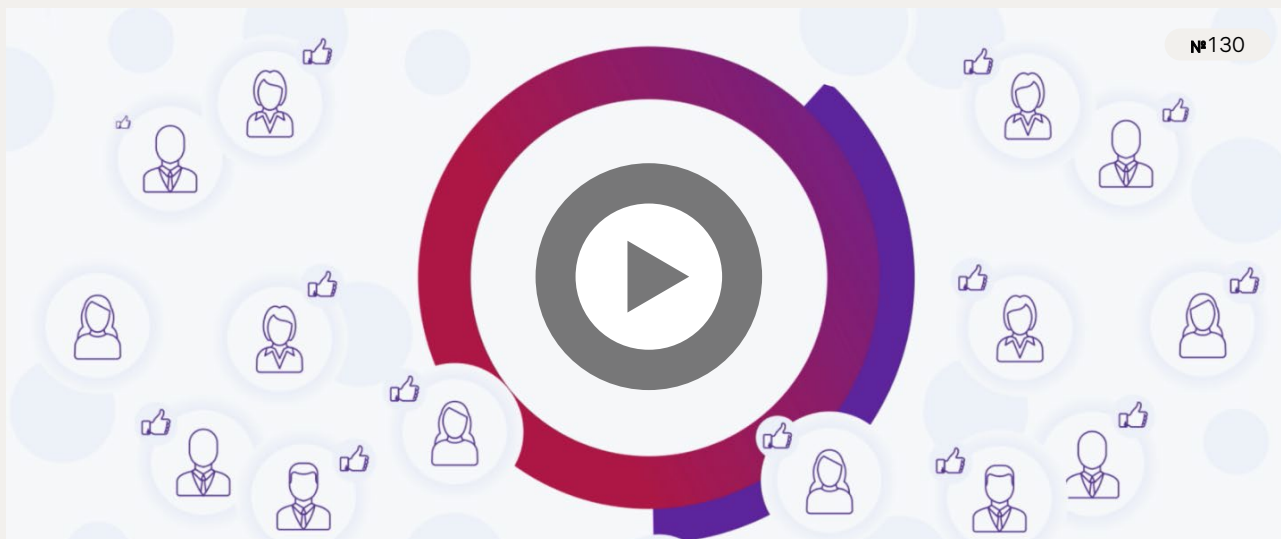
## РЕШЕНИЕ

Мы разработали стилистическое направление, которое подчеркивает удобство и простоту использования Open Trade.





Геометричные объекты, тонкие линии и интерфейсы наглядно показывают функционал сервиса, а харизматичный персонаж олицетворяет целевую аудиторию продукта и добавляет эмоциональности в ролик.



# СТРАТЕГИЯ «ПЛАНЕТА CASH»

## ЗАДАЧА

Создать информативный ролик, который расскажет аудитории о преимуществах и новой стратегии компании.

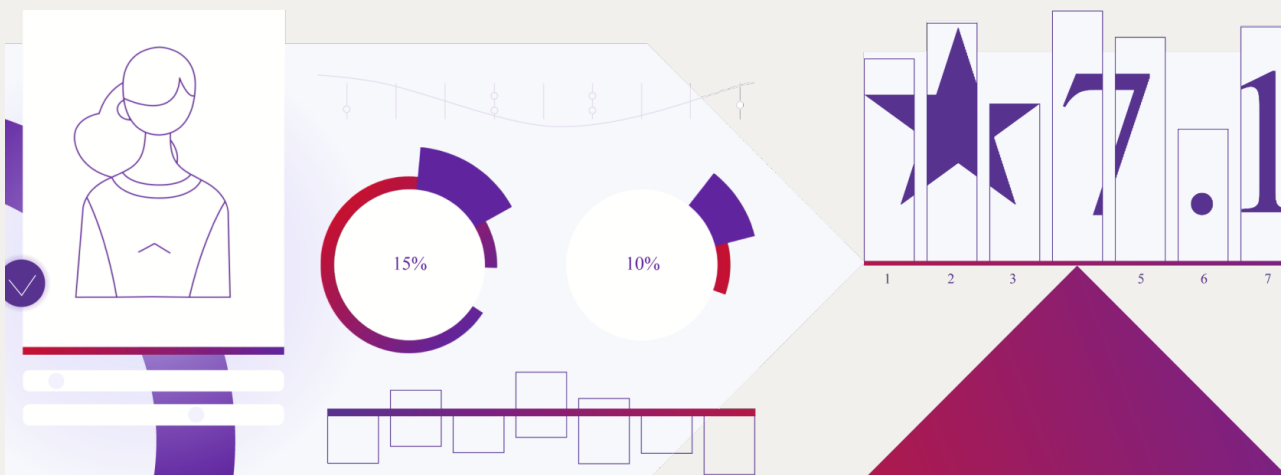
## СРОКИ

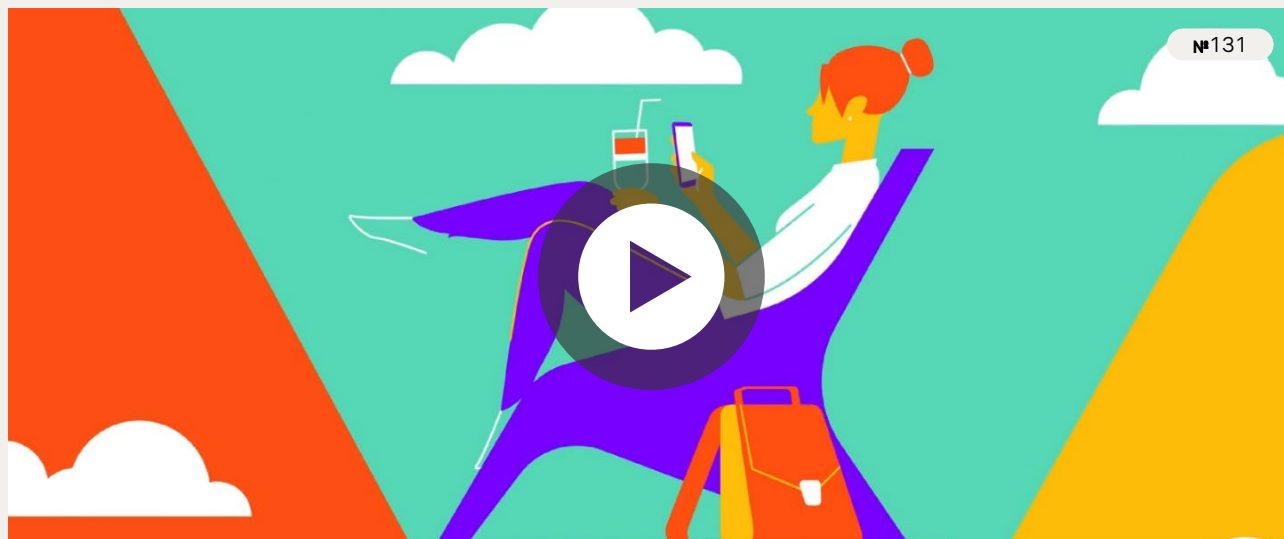
22 рабочих дня

## РЕШЕНИЕ

Нам предстояло не только грамотно упаковать большое количество информации, но и отразить переход компании из офф-лайн формата в режим онлайн сервиса.

Чтобы решить эти задачи мы использовали минималистичную инфографику, а также создали простых, но харизматичных персонажей. Цветовое решение ролика мы сделали монохромным — использовали всего один основной цвет и несколько его оттенков.





## РОСТЕЛЕКОМ «НОВЫЙ ТАРИФ»

### ЗАДАЧА

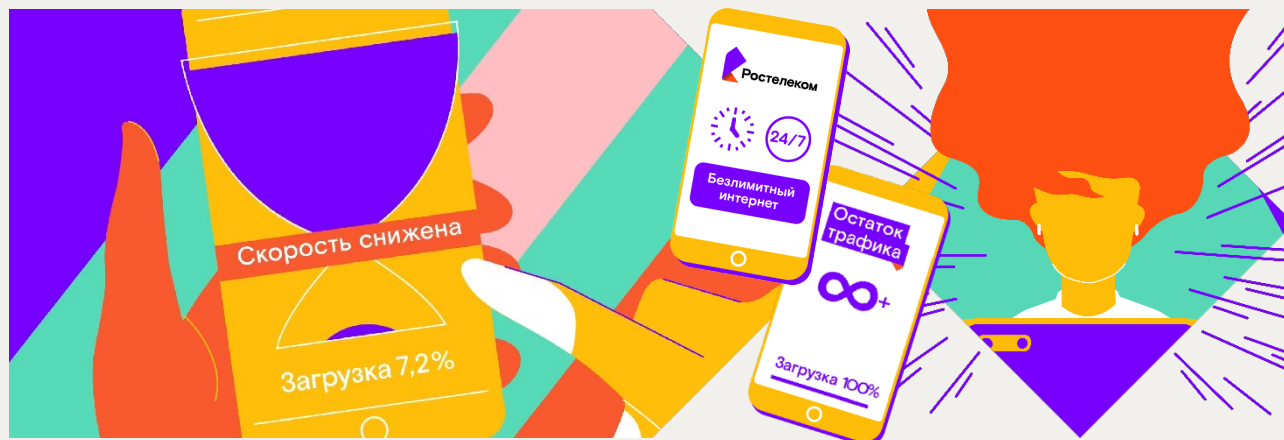
Разработать рекламный ролик о новых тарифах компании «Ростелеком».

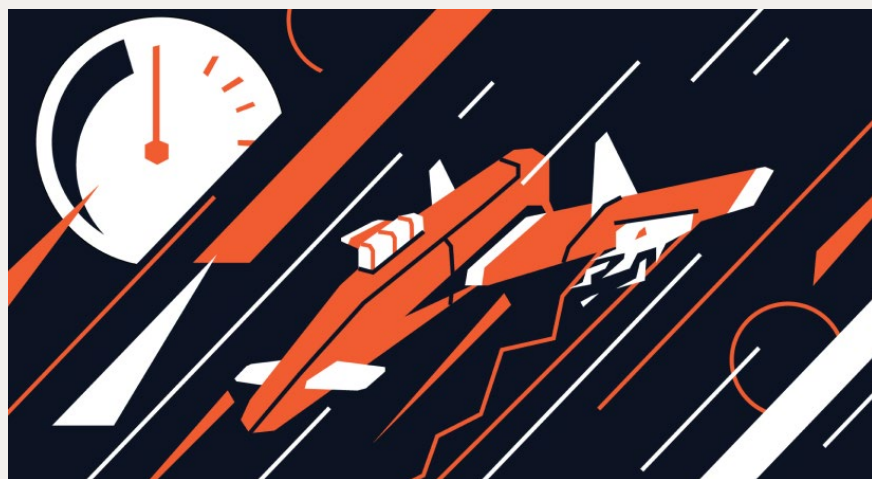
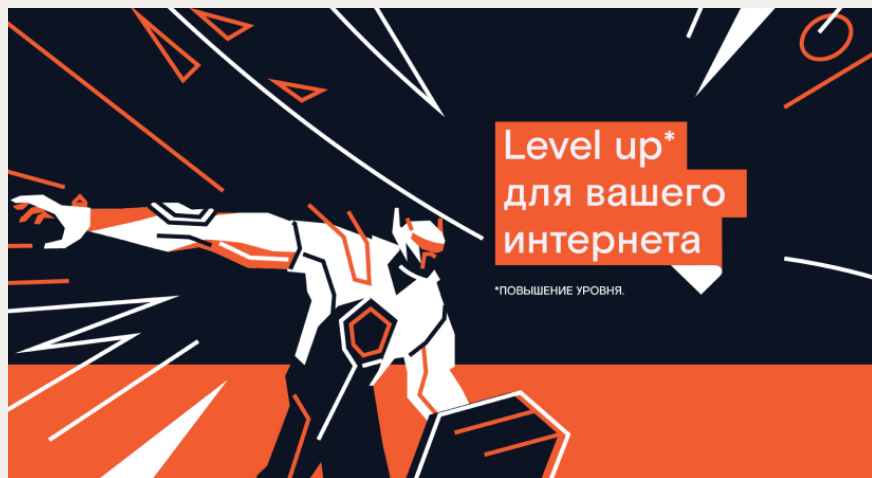
### СРОКИ

29 рабочих дней

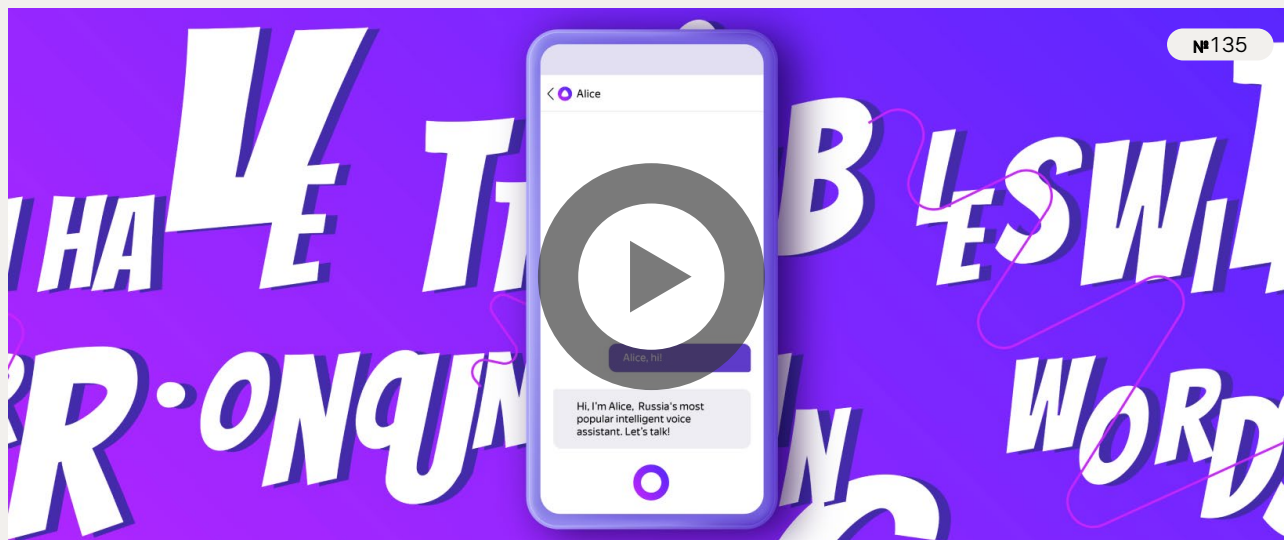
### РЕШЕНИЕ

Для «Ростелеком» мы создали серию OLV в яркой бренд-палитре компании.





С помощью минималистичной flat графики и интерфейсов, интегрированных в смартфон героини, мы демонстрируем преимущества нового тарифного плана. Абстрактные геометрические фоны добавляют динамики, не отвлекая зрителя от основной сути.



# ЯНДЕКС «EASY TO SAY»

## ЗАДАЧА

Создать продуктовое видео о возможностях голосового помощника Алисы от Яндекса.

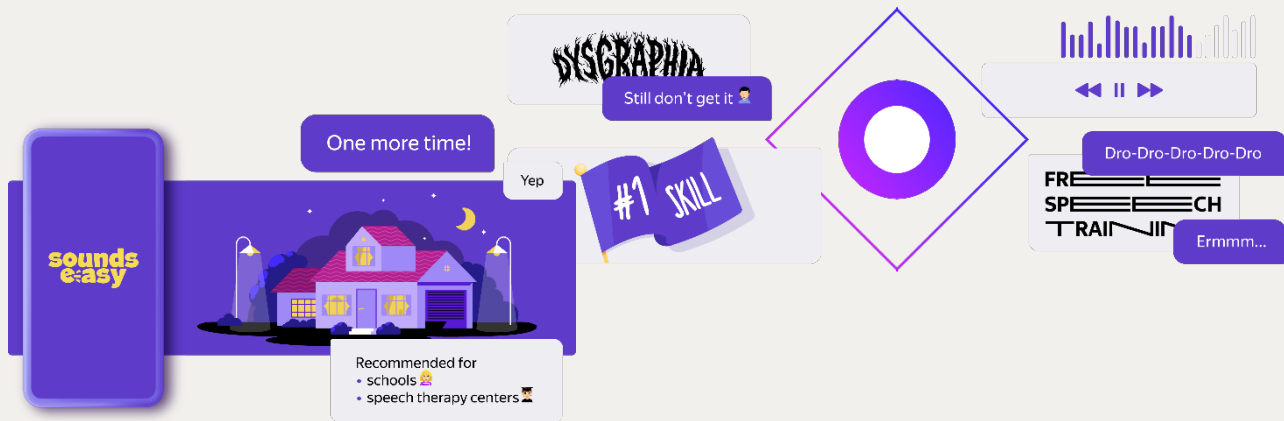
## СРОКИ

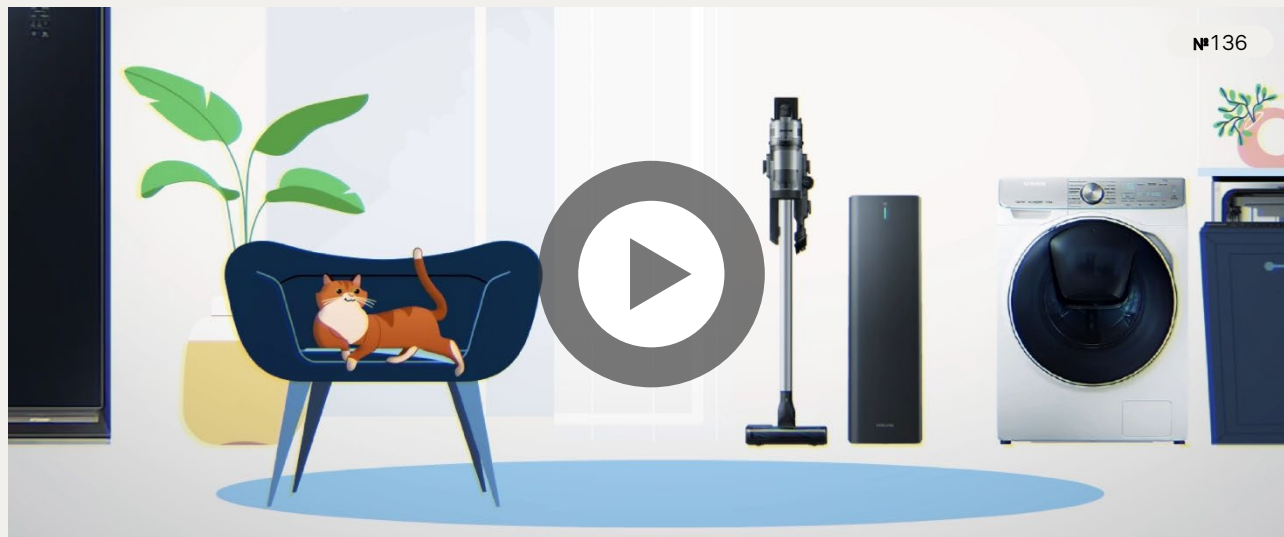
27 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы создали продуктовое видео для Яндекса о самом популярном в России голосовом помощнике Алисе и его симуляторе Easy to Say для обучения детей правильному произношению.

Видео представляет собой диалог между ребенком и Алисой в приложении, который мы показали через реальные интерфейсы сервиса. С помощью масштабирования и анимации диалоговых окон мы расставили акценты и обратили внимание зрителей на основные преимущества симулятора.





# 5 шагов на пути к спокойствию

## ЗАДАЧА

Создать анимационный ролик о продуктах Samsung, которые защищают дом от вирусов и бактерий.

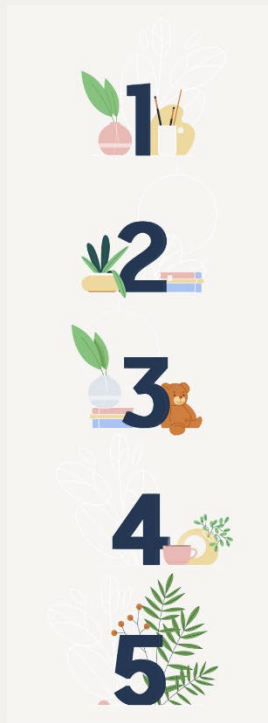
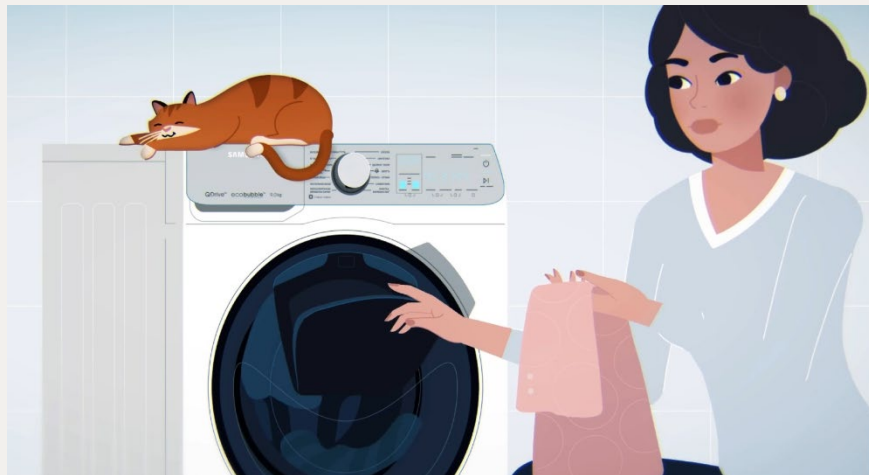
## СРОКИ

28 рабочих дней

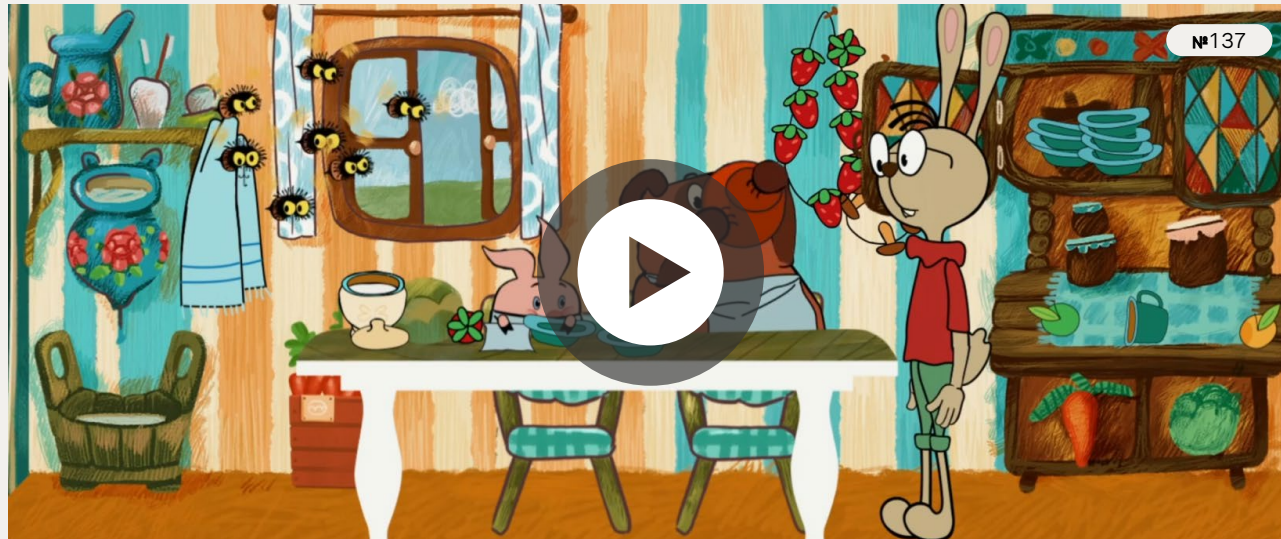
## РЕШЕНИЕ

Особое пожелание клиента — стилизовать товары Samsung, сохранив узнаваемость и реалистичность, а также гармонично интегрировать их в 2D окружение.





Мы разработали линейку персонажей, фоны и визуализацию техники бренда в flat стилистике и добавили покадровую анимацию. Таким образом мы показываем, как работает современная техника в доме счастливой семьи.



# СОЮЗМУЛЬТПАРК

## ЗАДАЧА

Графическое оформление для детского парка развлечений «Союзмультпарк».

## СРОКИ

37 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы создали векторные рисунки и анимацию персонажей советского мультфильма «Винни Пух». Анимация выполнена в технике покадровой отрисовки, что делает ее живой и эмоциональной.





Мы подготовили все необходимые сцены, а коллеги из Hello Computer использовали их на игровом движке Unity для создания интерактивной игры.



# CORDIANT

## ЗАДАЧА

Создать рекламный ролик для холдинга Cordiant — российского лидера по производству шин.

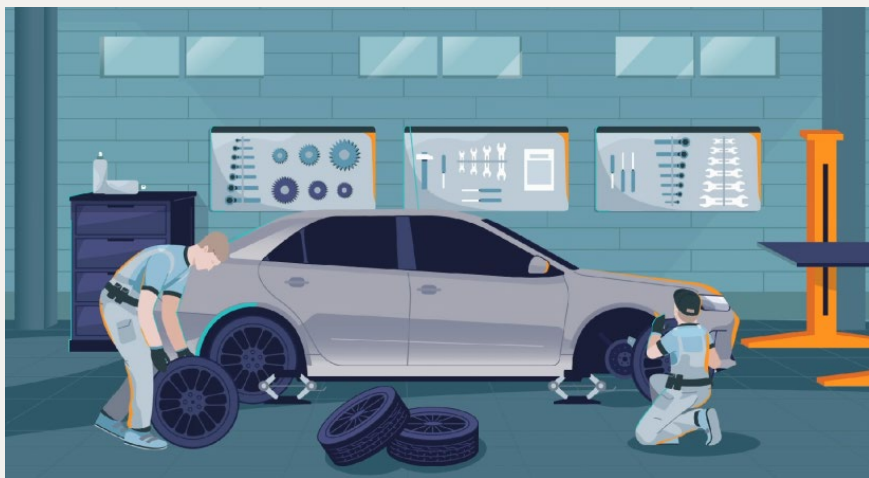
## СРОКИ

26 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Ролик выполнен в технологии компьютерной перекладки с частичной покадровой прорисовкой.





Мы добавили элементы интерфейса в ролик, чтобы показать сложный процесс выбора шин в интернете и таким образом выделили предложение от Cordiant — просто сканируй чек и получи кэшбэк.



# VIEWN.RU

## ЗАДАЧА

Создать яркий промо-ролик, который расскажет про возможности нового интерактивного видеоплеера Viewn.

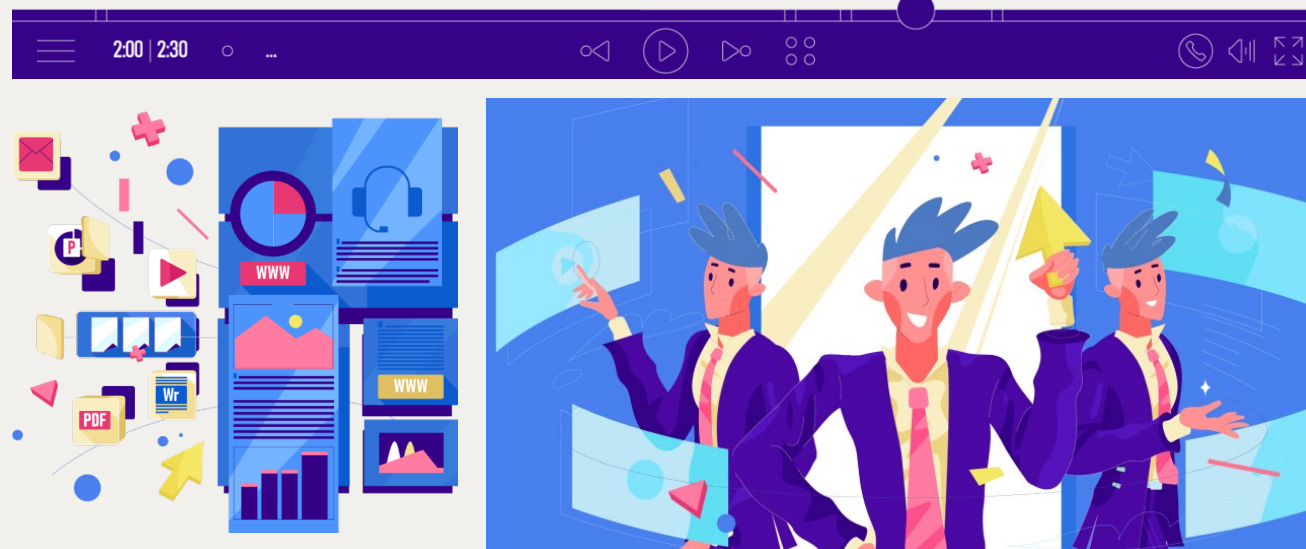
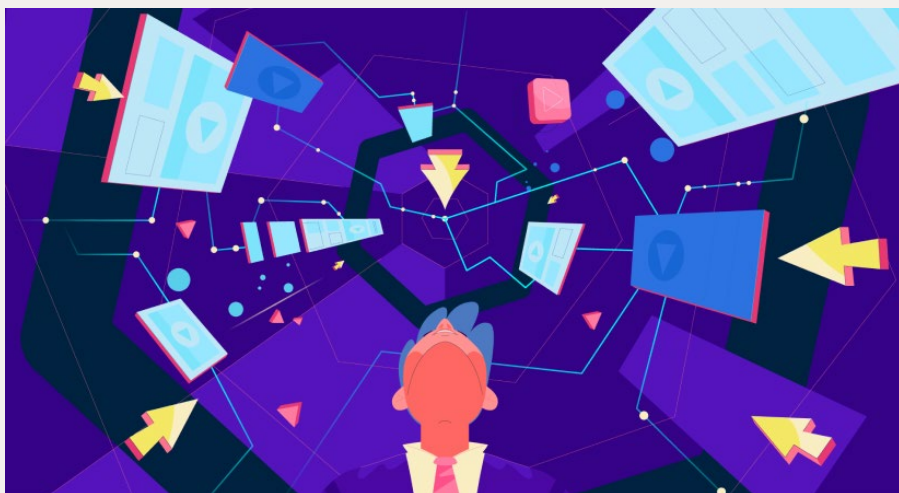
## СРОКИ

39 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

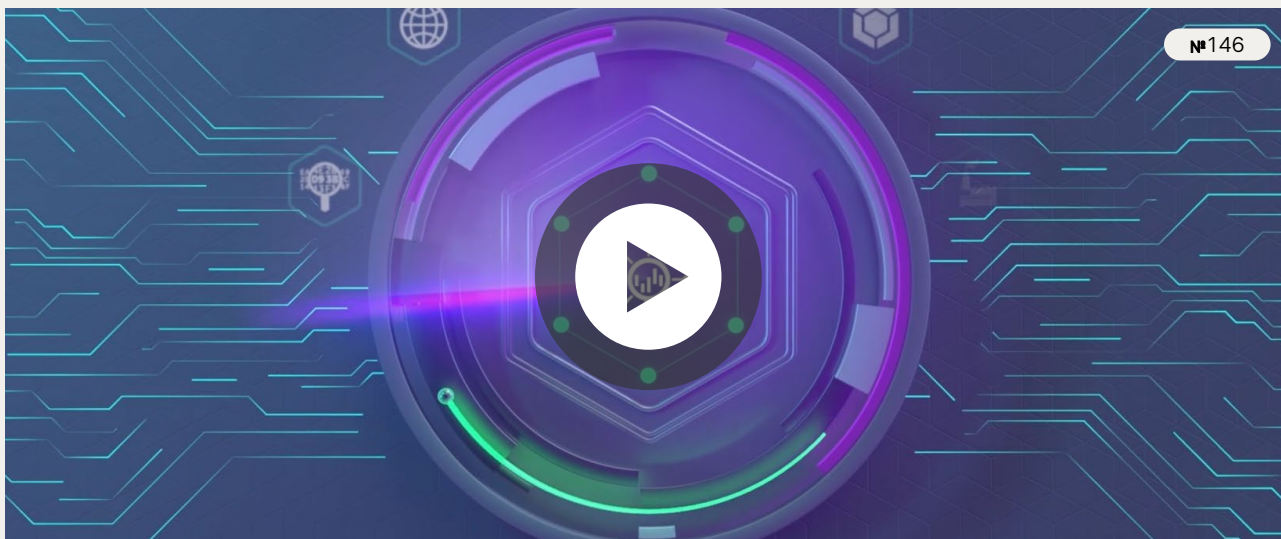
В основе сюжета лежит пользовательский путь — мы разработали персонажа и с помощью него продемонстрировали взаимодействие клиента с продуктом.





Для анимации главного героя мы использовали большое количество покадровой анимации, чтобы его движения и переходы между кадрами были динамичными и интересными.

Также мы добавили в ролик элементы интерфейсов плеера — они не только показывают уникальный функционал Viewn, но и выстраивают композицию кадров и мир вокруг персонажа.



# KASPERSKY PYRAMID

## ЗАДАЧА

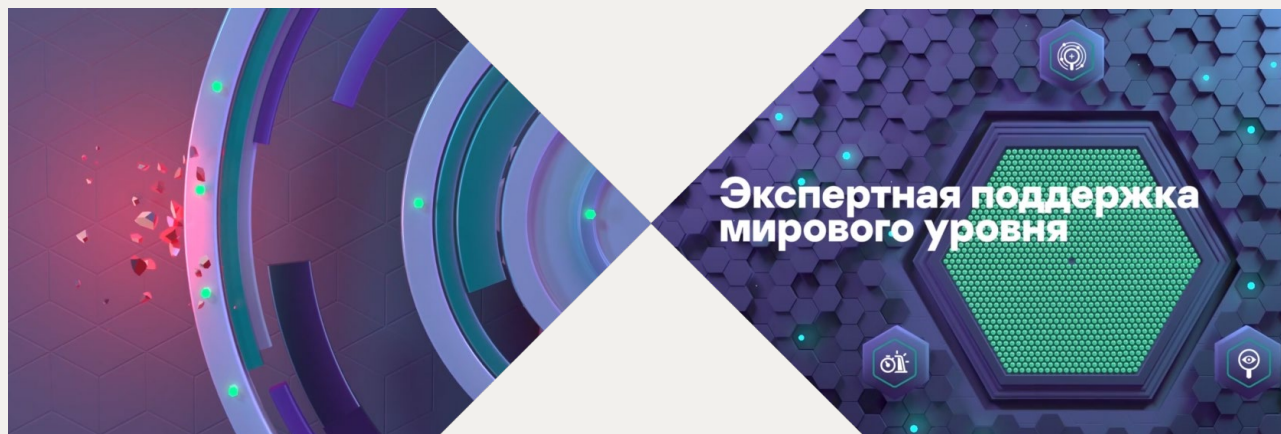
Создать ролик о новом продукте  
Лаборатории Касперского.

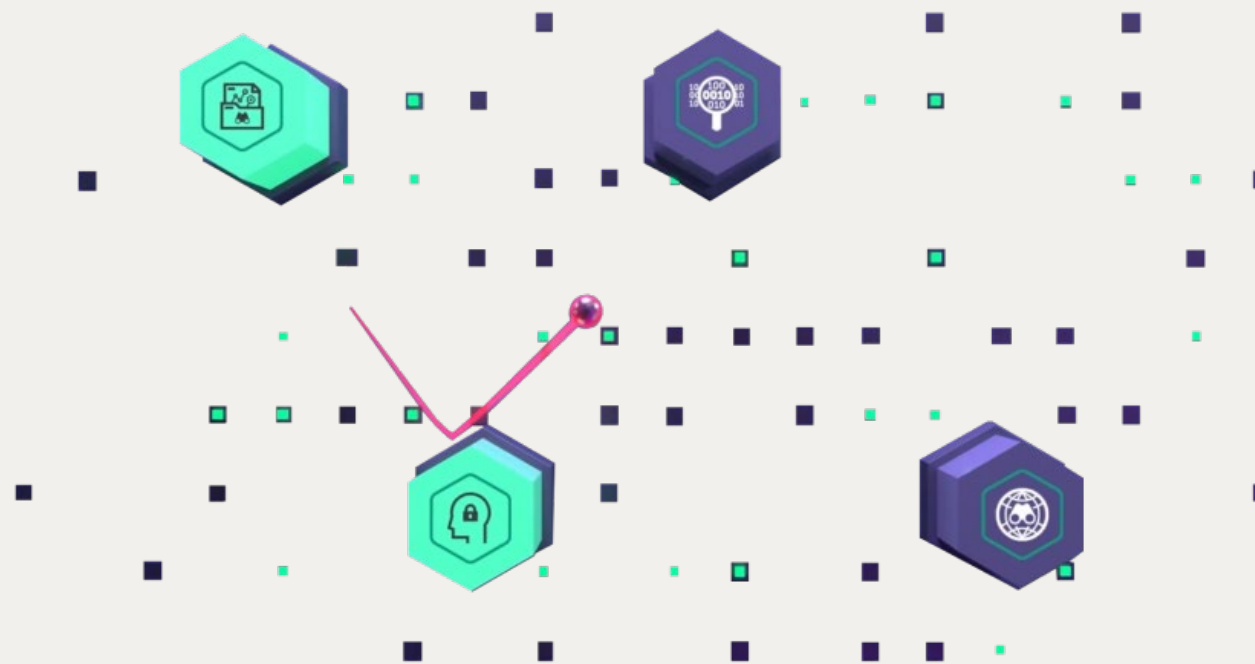
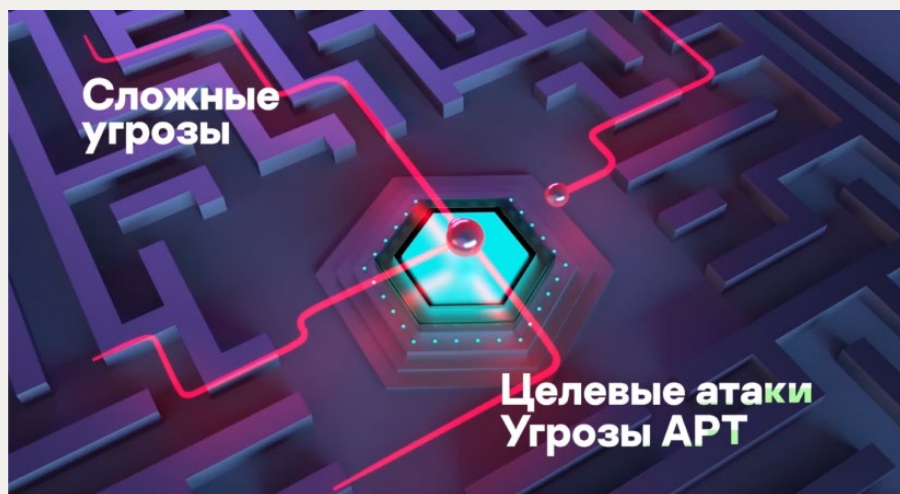
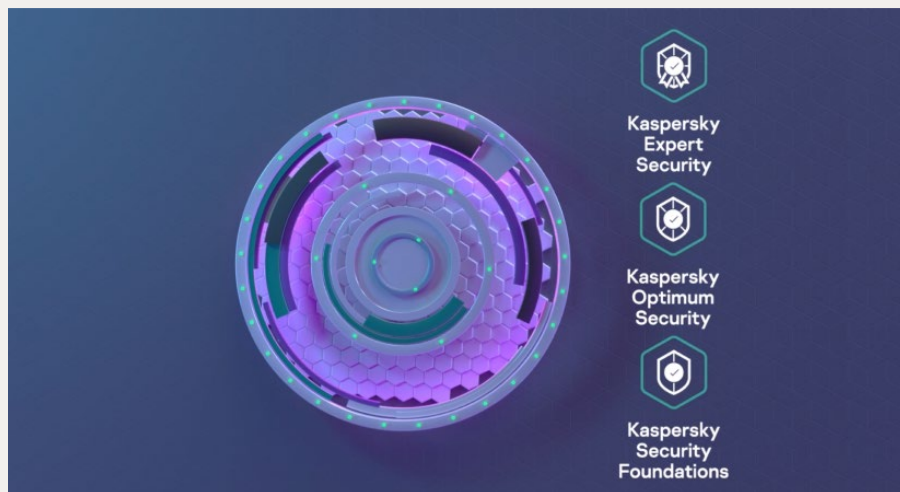
## СРОКИ

29 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

С помощью образов, заложенных в простые  
геометричные фигуры, мы рассказали  
о преимуществах нового продукта компании и  
уникальном трехуровневом подходе  
к IT-безопасности.





Холодная цветовая гамма отсылает к технологичности, а зеленый бренд-цвет Касперского символизирует кибербезопасность нового поколения.



# FERRONORDIC

## ЗАДАЧА

Создать графическое оформление имиджевого ролика для крупнейшего дилера дорожно-строительной техники в России и СНГ — компании Ferronordic.

## СРОКИ

33 рабочих дня

## РЕШЕНИЕ

При разработке графического оформления мы совместили стилизованную 3D инфографику и съемочные кадры в единое целое, чтобы показать технологичность и прогрессивность компании.





Также мы интегрировали в ролик реалистичные 3D-модели настоящей техники Ferronordic.



## ТЕЛЕКОМ БЛОК

### ЗАДАЧА

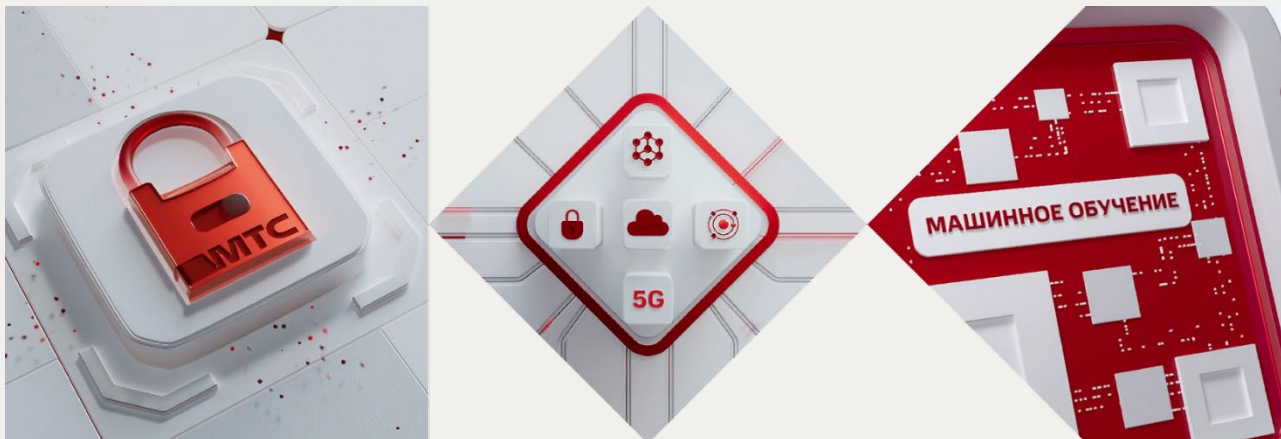
Создать 3D видео о продуктах компании «МТС»

### СРОКИ

25 рабочих дней

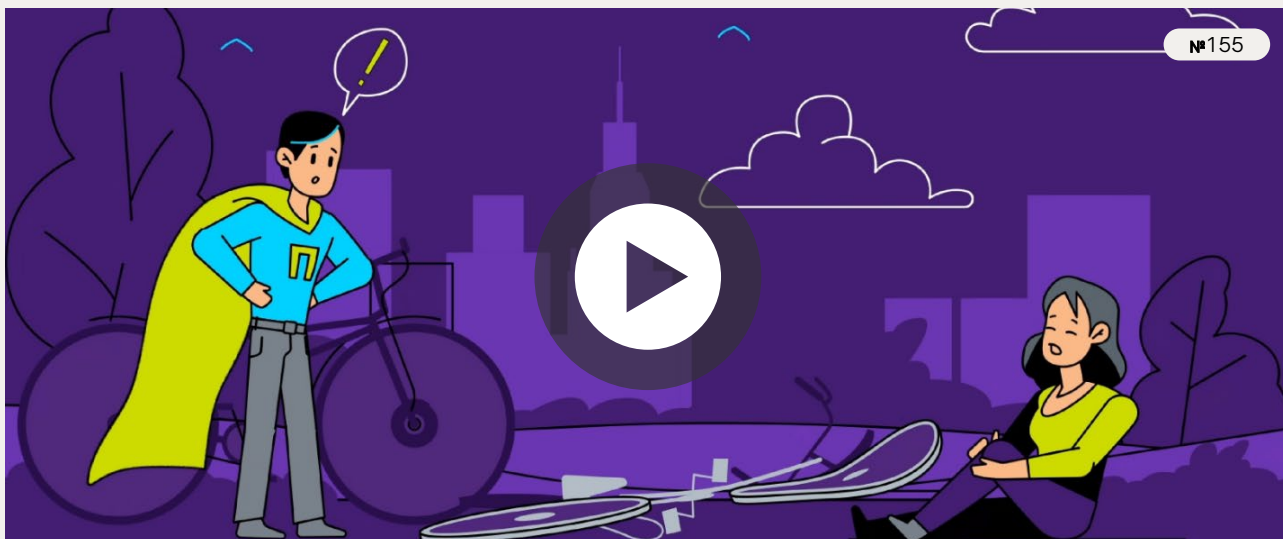
### РЕШЕНИЕ

Мы создали ролик для сотрудников компании, который рассказывает про экосистему инновационных сервисов МТС.





С помощью 3D графики, основанной на геометрических формах и иконок мы продемонстрировали разные направления и продукты, а также сделали яркие акценты на самом важном с помощью бренд-цвета компании.



# РЕНЕССАНС ЖИЗНЬ

## ЗАДАЧА

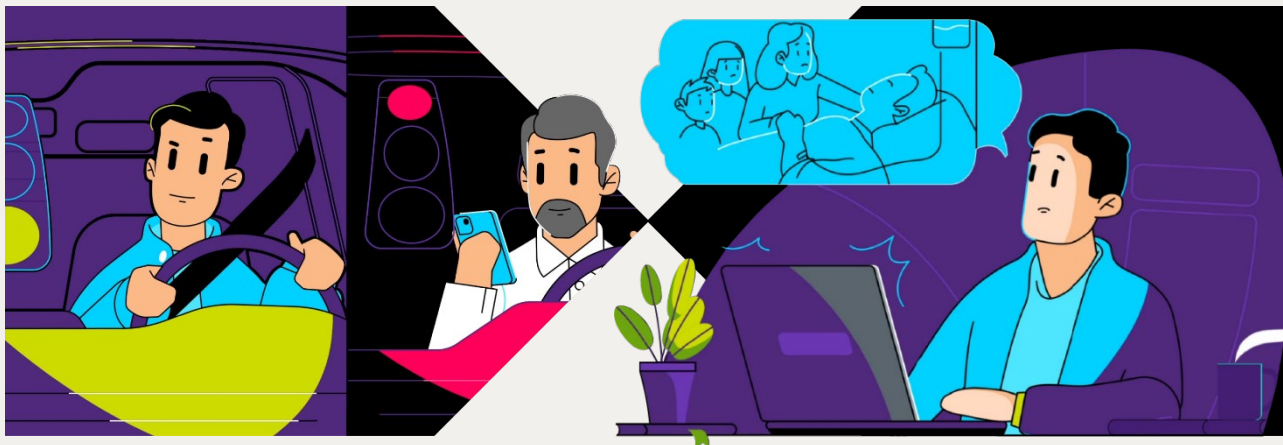
Создать серию промо-роликов для сервиса «Ренессанс жизнь».

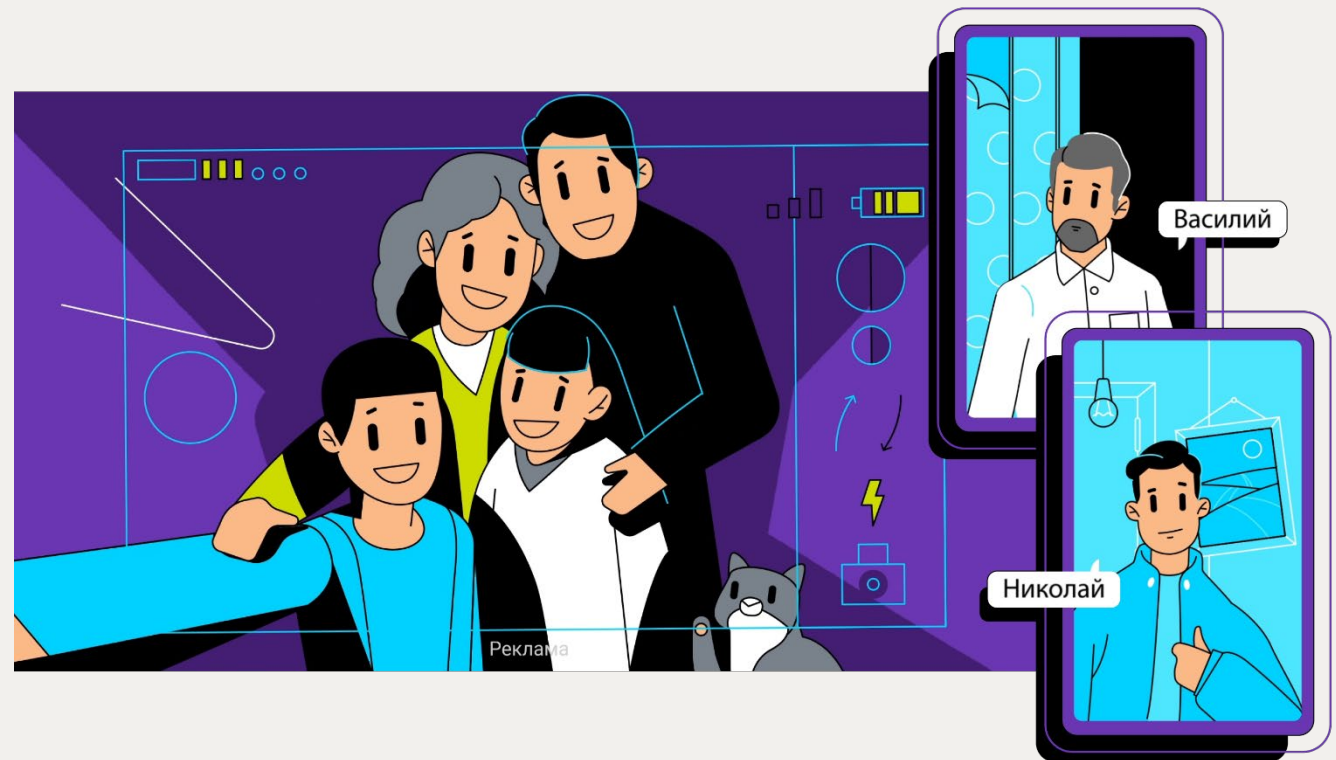
## СРОКИ

27 рабочих дней

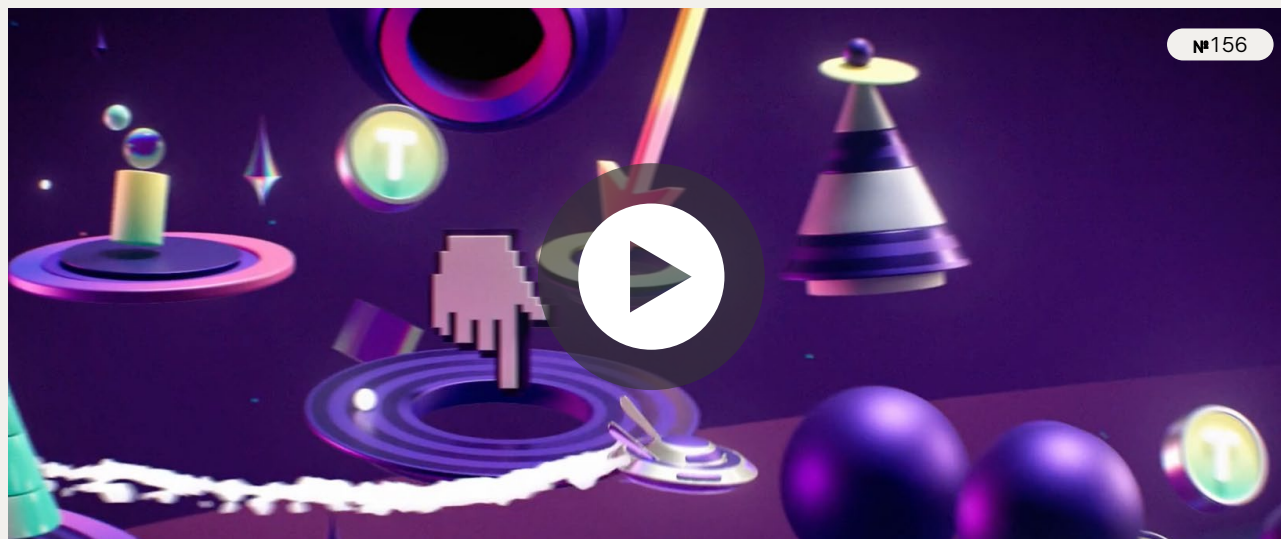
## РЕШЕНИЕ

В роликах разворачиваются две разные истории, которые рассказывают как важно вовремя принять правильное решение и застраховать свою жизнь.





Обе работы выполнены в flat-технологии. Стилистика строится на простых формах, но выглядит интересно благодаря акцентным линиям и яркой цветовой палитре «Ренессанс жизнь».



№156

# TOONCOIN

## ЗАДАЧА

Разработать яркую и динамичную рекламу для новой криптовалюты ToonCoin.

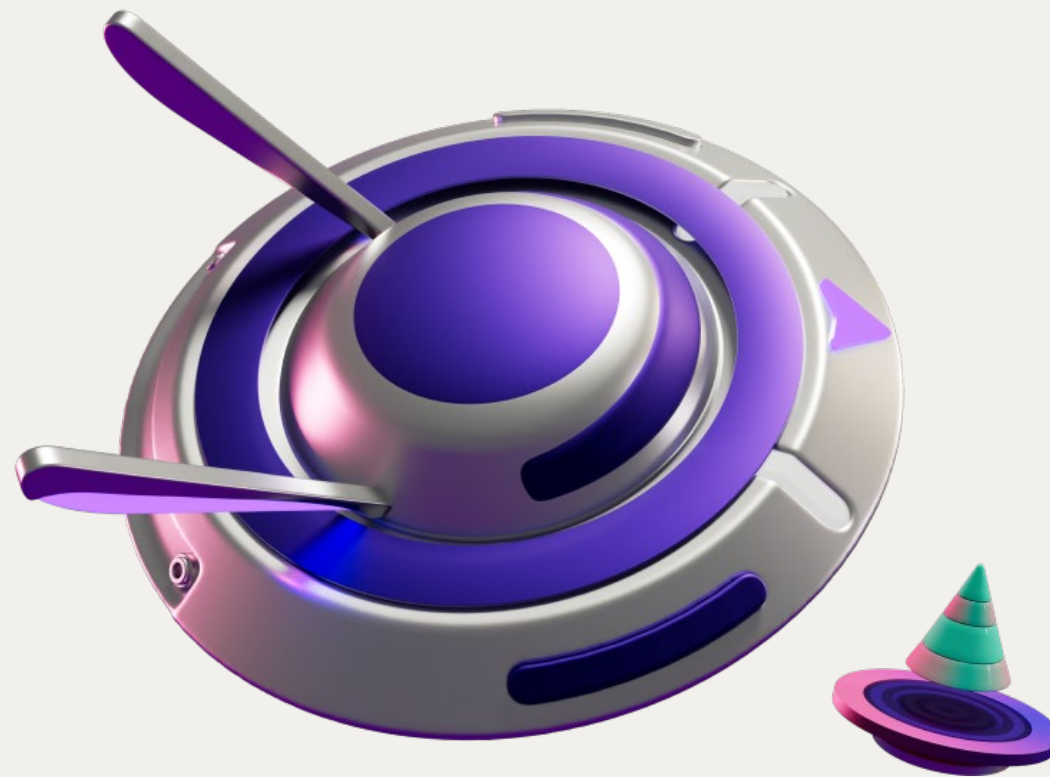
## СРОКИ

32 рабочих дня

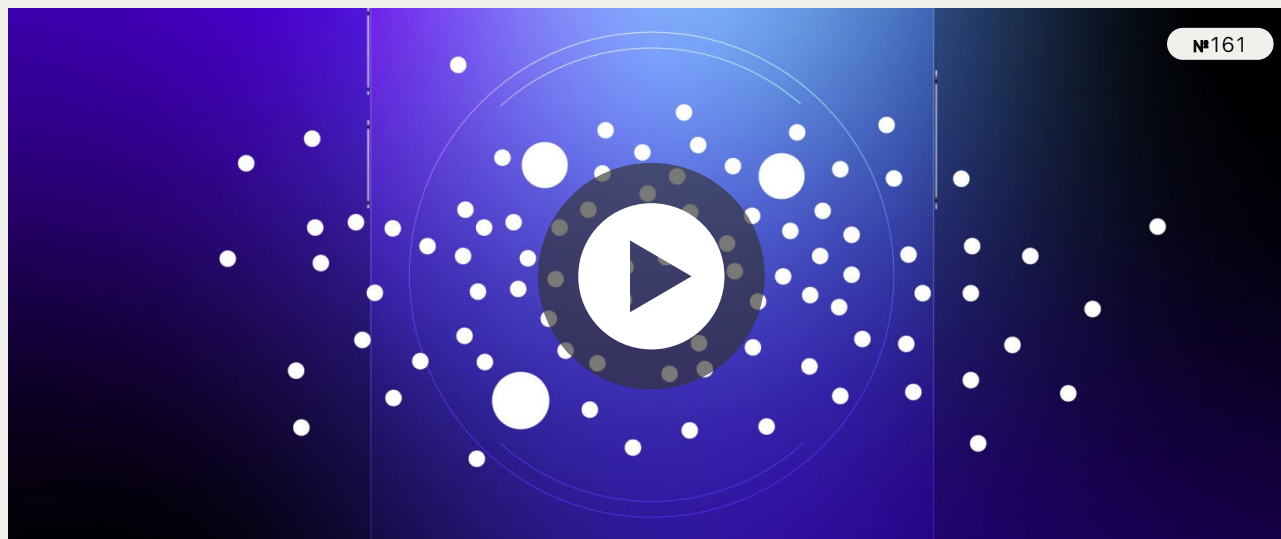
## РЕШЕНИЕ

Для рекламы ToonCoin мы выбрали космическую концепцию.





Изначально ролик предполагался полностью в 2D графике, но команда студии решила разнообразить его стилизованными 3D элементами и добавить рисованного маскота — зайца. В итоге получился цепляющая и разнообразная, но в то же время информативная реклама, полностью отражающая суть продукта.



# БРАУЗЕР ЛУНА

## ЗАДАЧА

Браузер «Луна» — это полностью российская разработка с уникальным функционалом. Перед нами стояла задача создать 2D видео о браузере «Луна» — информативно рассказать о нём и показать все его возможности.

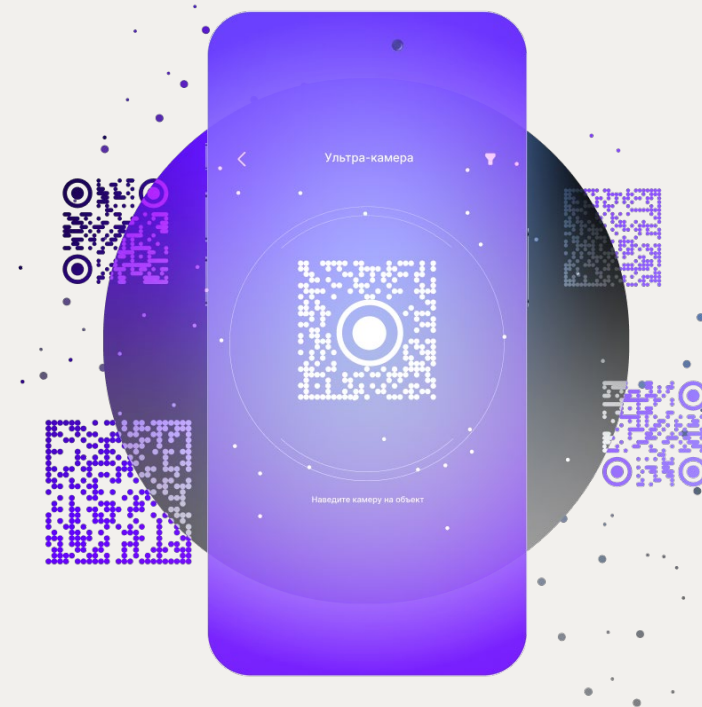
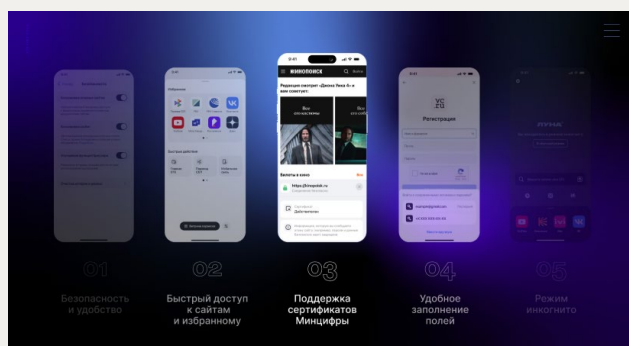
## СРОКИ

19 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

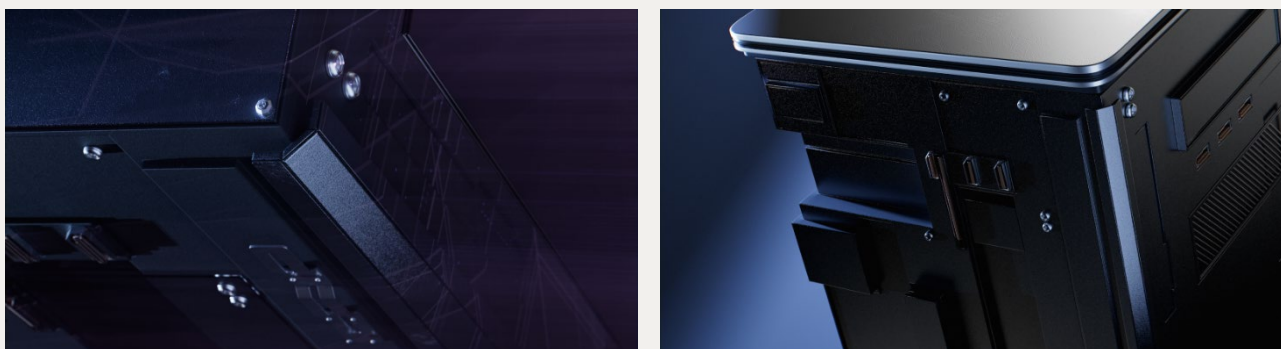
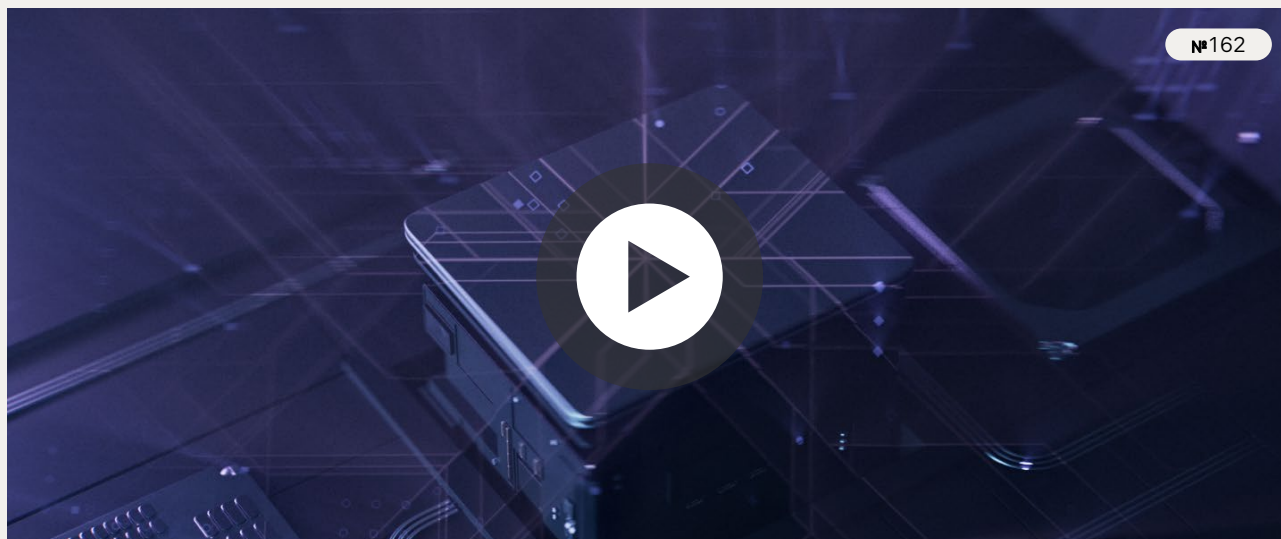
При создании 2D видео мы работали с фирменным стилем браузера Луна и интегрировали в него анимированную типографику, неоновые акценты и абстрактные графические элементы.





Эффект глубины изображения достигается за счет совмещения подвижного объемного градиента на фоне и флэт-графики на переднем плане.

Также, мы нестандартно использовали настоящие интерфейсы браузера — на протяжении ролика они находятся не только в телефоне, но и выходят за его рамки, перемещаясь по кадру.



# ОАЗИС

## ЗАДАЧА

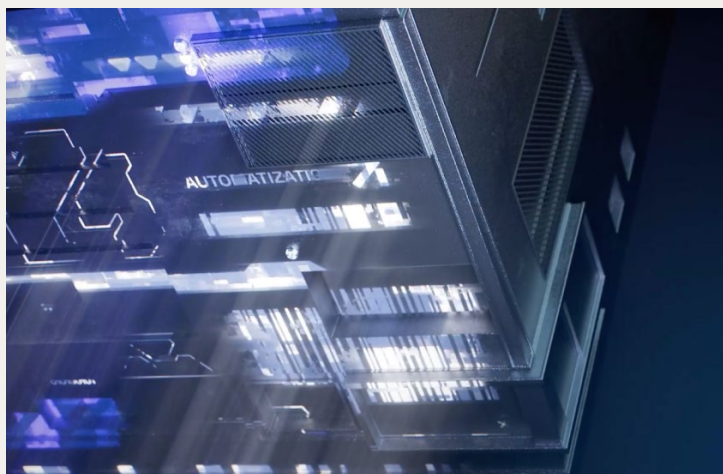
«ОАЗИС» — это решение для комплексного управления рисками, проверочной деятельностью, управления процессами и контрольными процедурами. Перед нами стояла задача создать 3D видео о продукте «ОАЗИС», в котором необходимо отразить надёжность и технологичность продукта, а также заложить в видео тематику авиации.

## СРОКИ

27 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Для продукта Т1 ОАЗИС мы разработали ролик в технологии 3D. Специфика стилистики заключается в использовании технологичных фрагментированных форм, механизмов и мелких элементов.



Мы преобразовали конструкцию самолета в узнаваемые визуальные образы, чтобы через них раскрыть возможности продукта. Еще одна яркая особенность ролика — проекция анимированных интерфейсов с использованием объемного света.



## ЭНВА

### ЗАДАЧА

Программа «ЭНВА» — это комплексное решение для обеспечения единого процесса организации закупок. Перед нами стояла задача создать 2D видео о программе «ЭНВА», в котором необходимо отобразить атмосферу авиации.

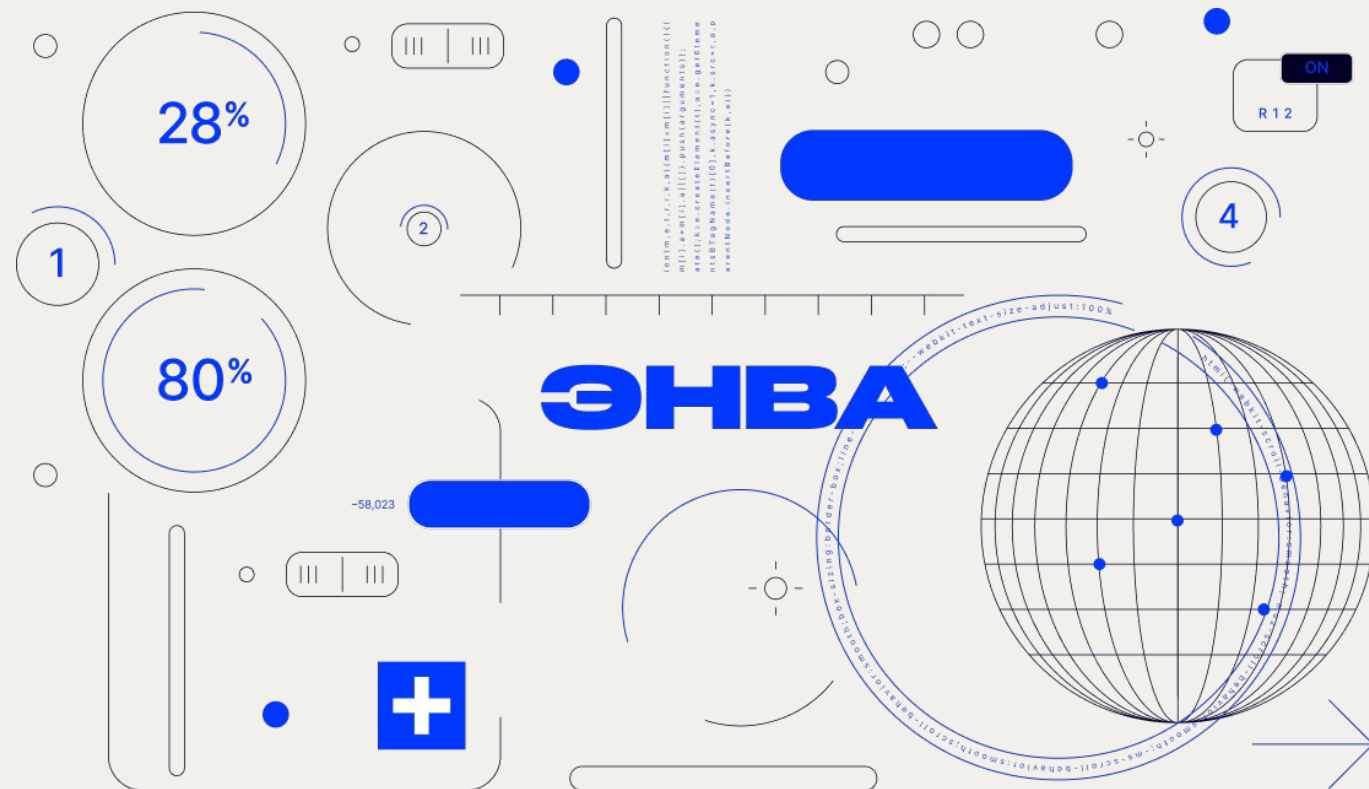
### СРОКИ

17 рабочих дней

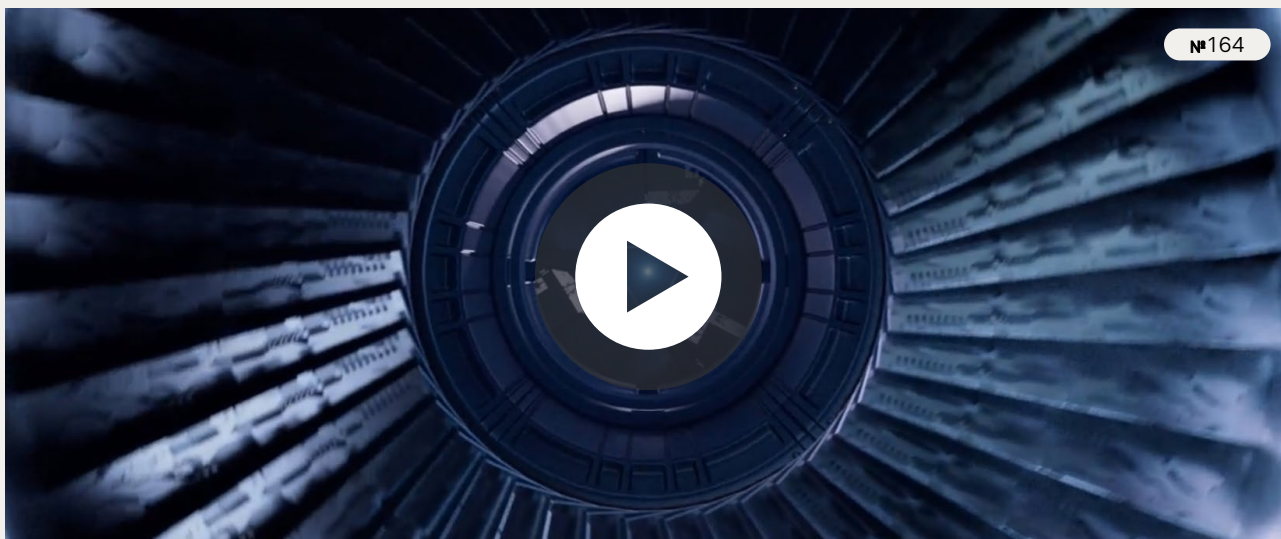
### РЕШЕНИЕ

Мы раскрыли авиа тематику через конкретные образы разных систем аэропорта — терминалы, служебные машины, диспетчерская, паспортный контроль и самолеты.





Также, мы сравнили четкую работу сервиса со слаженной системой аэропорта. При помощи эффекта «с высоты птичьего полета» нам удалось наглядно продемонстрировать эту аналогию.



## ОРИКС

### ЗАДАЧА

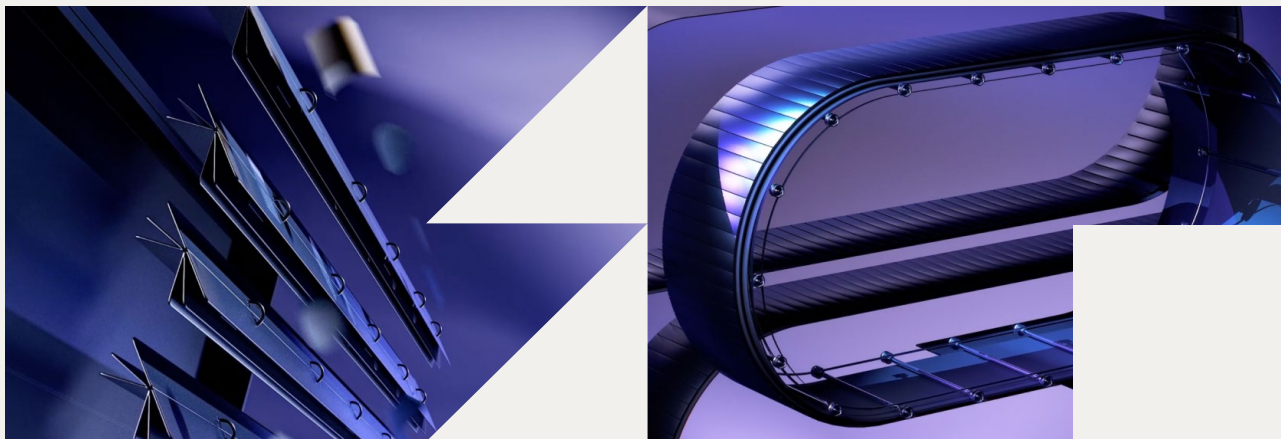
Сервис «ОРИКС» открывает клиентам доступ к статистике рисков, сформированной на основе данных активных участников рынка. Перед нами стояла задача создать 3D видео о сервисе «ОРИКС» и заложить в него атмосферу авиации.

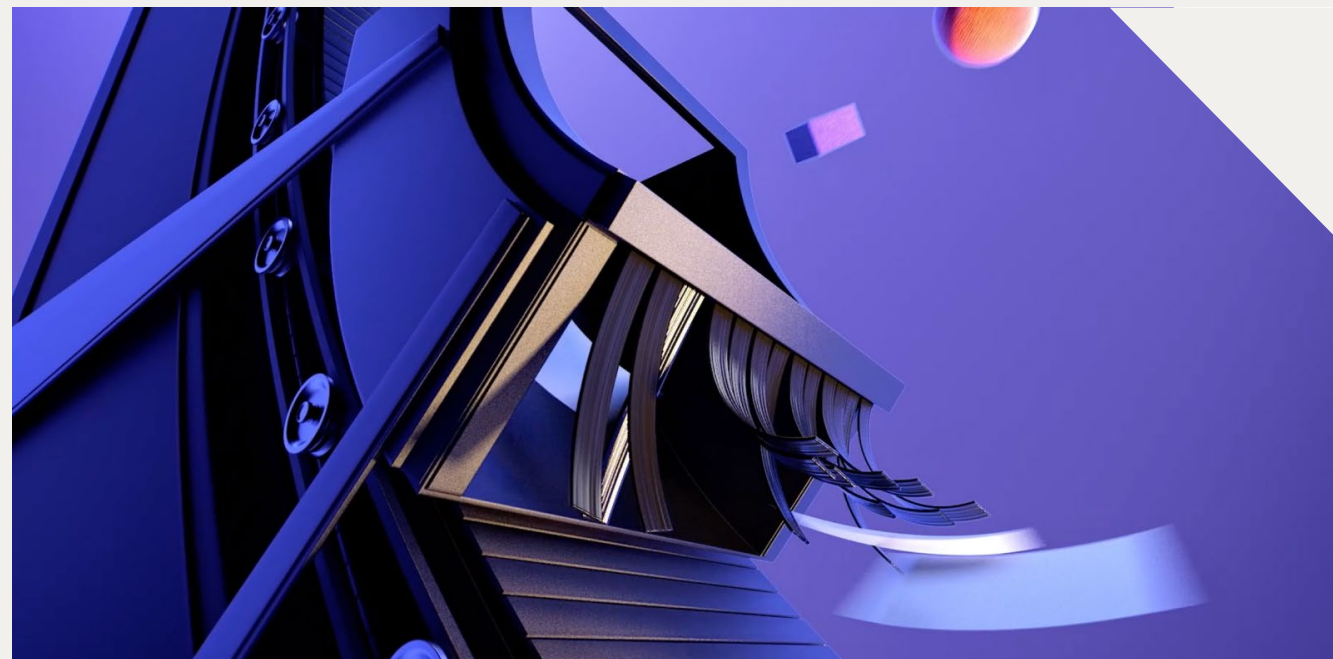
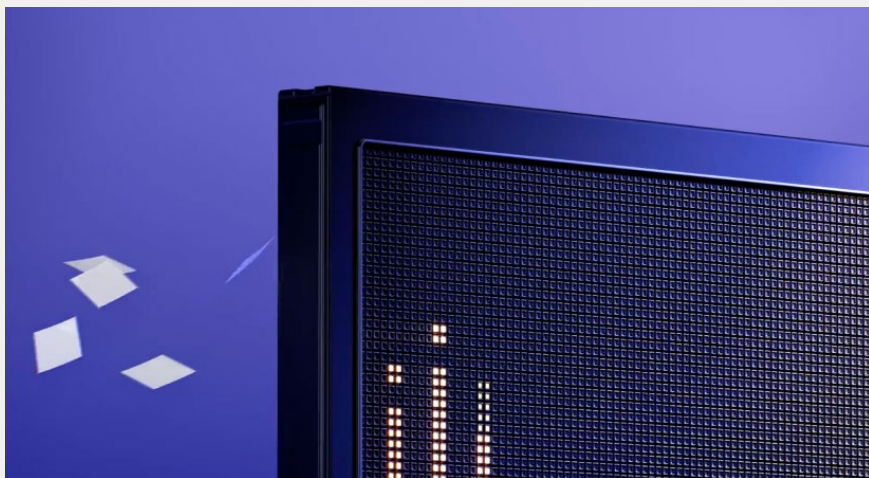
### СРОКИ

25 рабочих дней

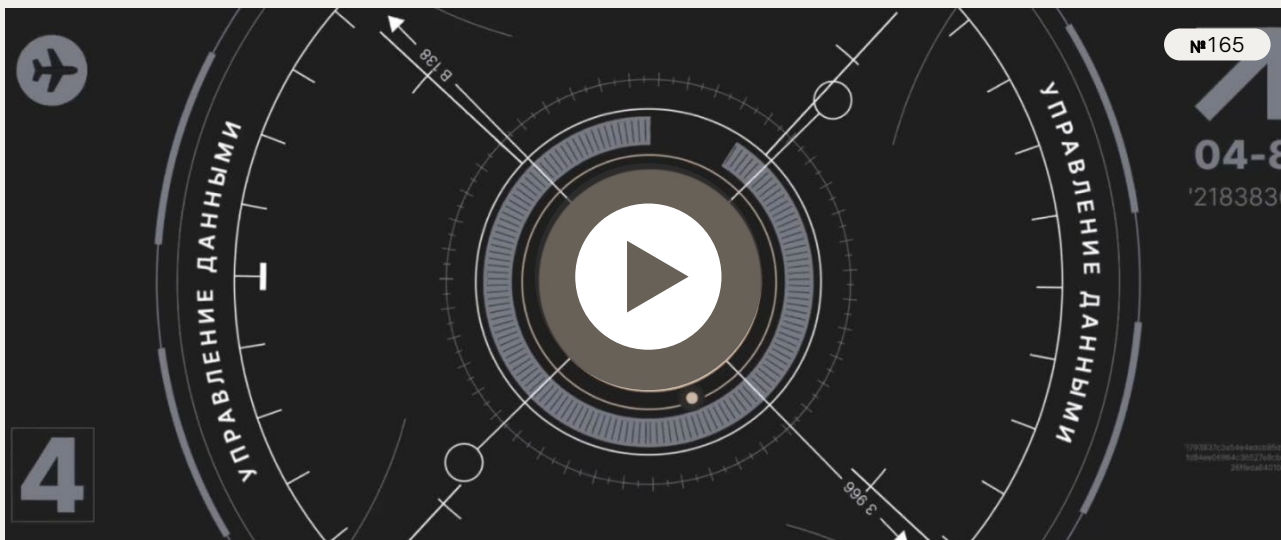
### РЕШЕНИЕ

Через переход геометрии в бумагу мы показываем основную суть продукта — шифрование и хранение данных. Главная фишка — это необычные текстуры разной бумаги или ее абстрактная имитация, а также реалистичная проработка поверхностей и пластичность объектов.





При создании ролика мы работали в рамках фирменной палитры продукта, а также ввели несколько ярких акцентных цветов для выделения важных действий и элементов.



# T1 БОЛЬШЕ ДАННЫЕ

## ЗАДАЧА

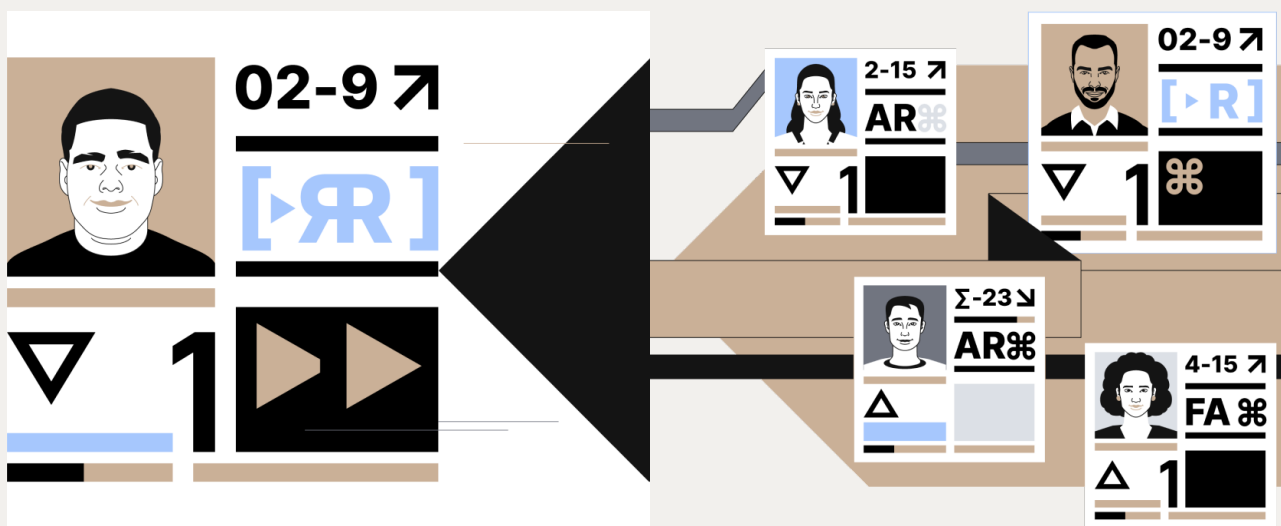
«Большие данные под ключ» — это российская разработка, которая объединяет в себе три ключевых компонента — хранилище данных, управление данными и бизнес-аналитика. Перед нами стояла задача создать 2D ролик о новой аналитической платформе, а также заложить в него тематику авиации.

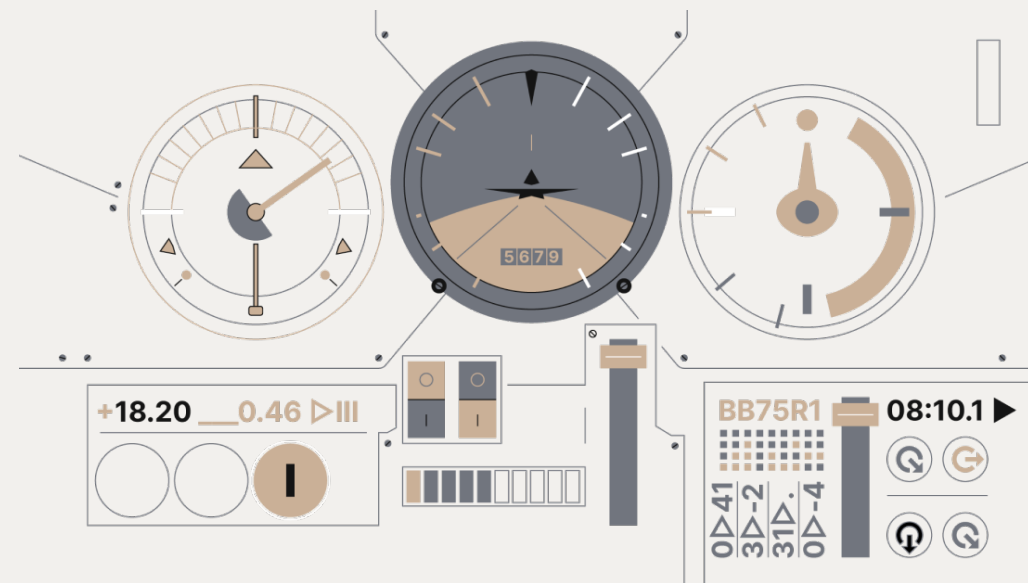
## СРОКИ

10 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы создали ролик о новом продукте Ходинга T1, в котором не только подробно рассказали о платформе и ее функциях, но и необычно раскрыли заданную клиентом аэро тематику.





При создании ролика мы использовали узнаваемые авиационные знаки - типографика, навигация, разметка на взлетных полосах, показатели на приборах внутри кабины пилота и так далее. Мы оживили эти символы и через них раскрыли основную суть продукта.



## КЛАУД

### ЗАДАЧА

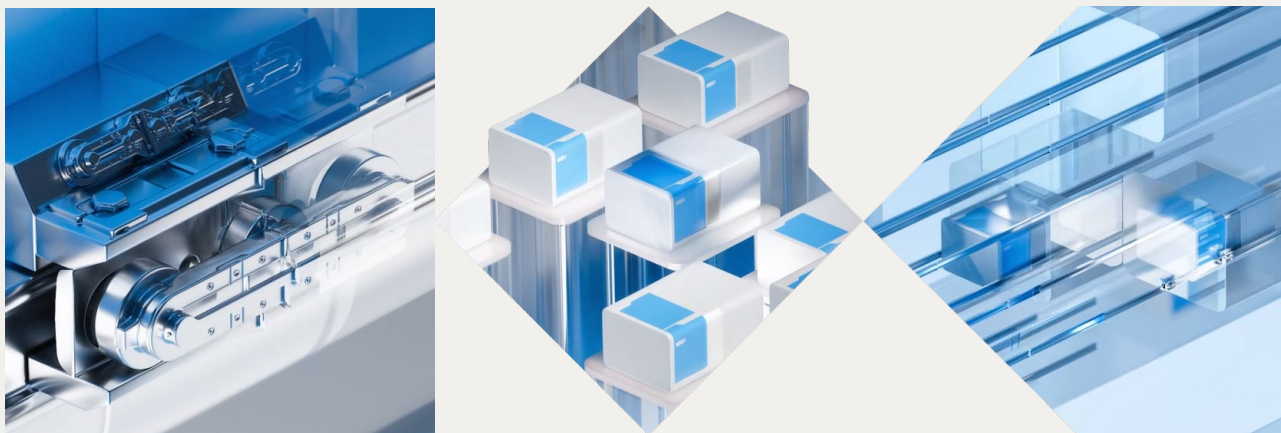
Cloud — это облачная IT-инфраструктура, включающая в себя полный комплекс сервисов и решений для бизнеса. Перед нами стояла задача создать 3D видео о продукте «Cloud» и заложить в него атмосферу авиации.

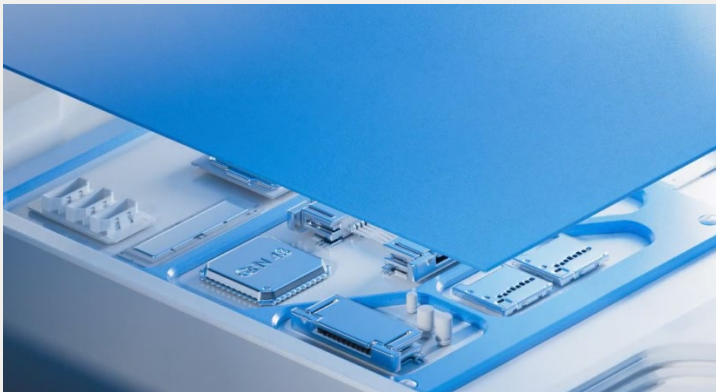
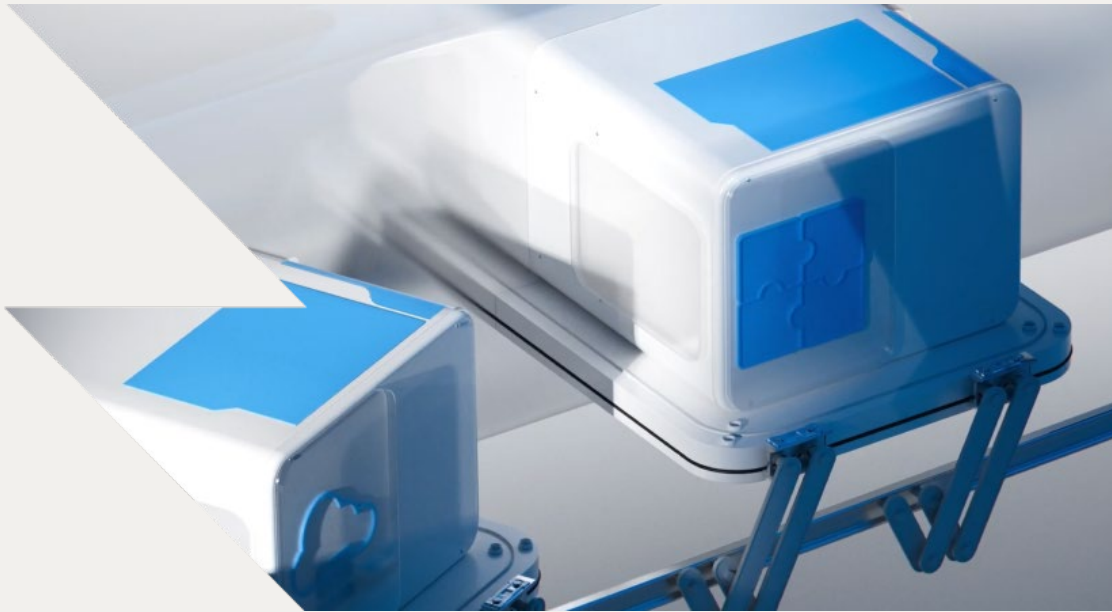
### СРОКИ

25 рабочих дней

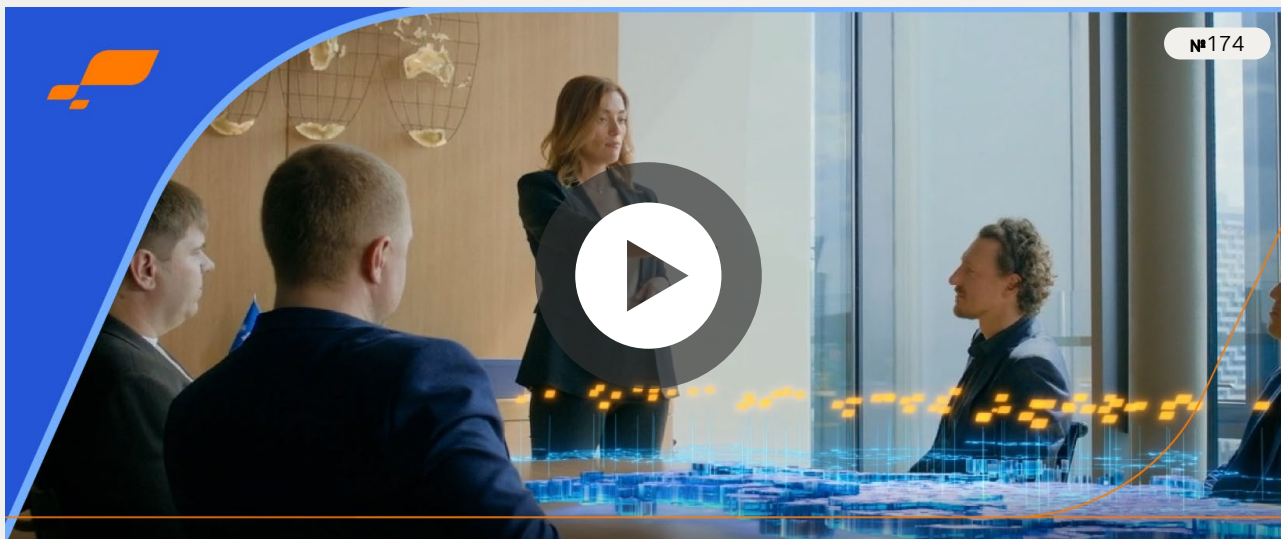
### РЕШЕНИЕ

При создании ролика мы работали с мягкими формами, светом с рассеянными тенями, градиентами, и простыми, но эффектными материалами — пластик, стекло и металл.





Используя разные образы и графические приемы мы продемонстрировали основной функционал сервиса — переход реальных объектов и данных в облачное информационное пространство.



# ГАЗПРОМБАНК АВТОЛИЗИНГ

## ЗАДАЧА

Создать графическое оформление корпоративного видео для Газпромбанк Автолизинг на основе фирменного стиля клиента.

## СРОКИ

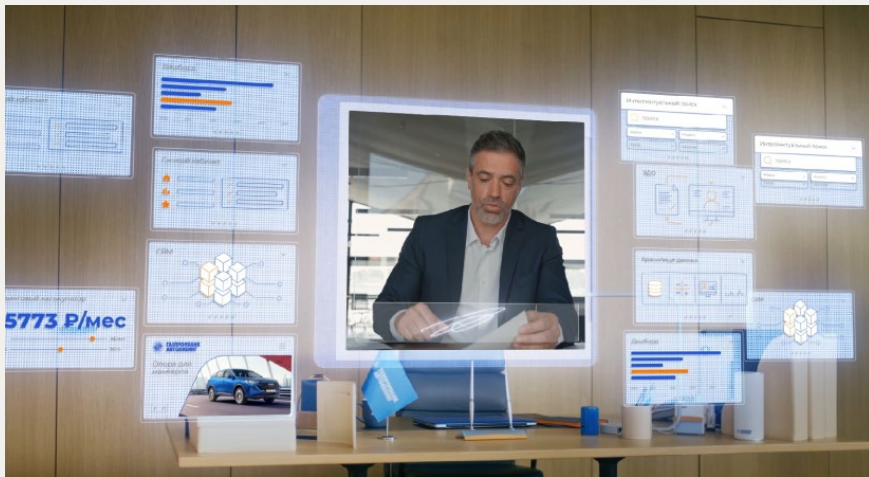
32 рабочих дня

## РЕШЕНИЕ

С помощью 2D и 3D графики мы показали успехи компании за 5 лет.

Для реализации full CG сцен мы проанализировали современную архитектуру Москвы и воссоздали множество настоящих домов, а также повторили более 15 единиц коммерческих и легковых автомобилей.





2D графика создавались на основе брендбука клиента. Чтобы адаптировать фирменный стиль компании под съемочные кадры и сюжет, мы разработали дополнительные графические элементы.



# ТНТ И БЕТСИТИ

## ЗАДАЧА

Создать серию рекламных ТВ-роликов для ТНТ и Бетсити.

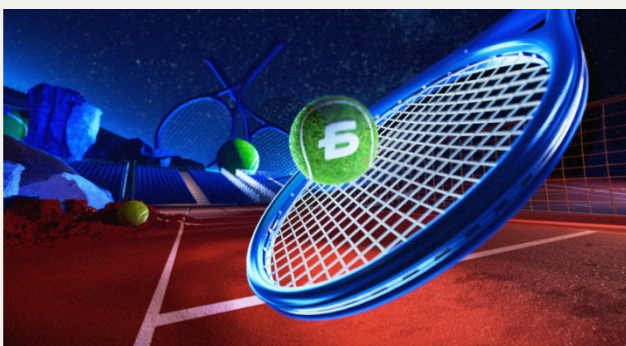
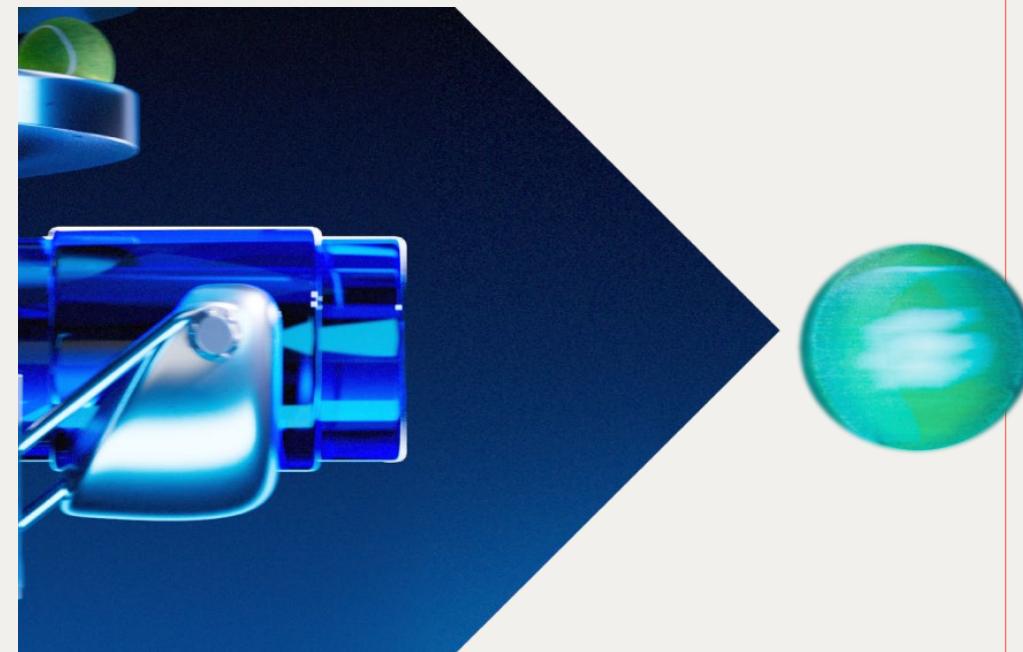
## СРОКИ

29 рабочих дней

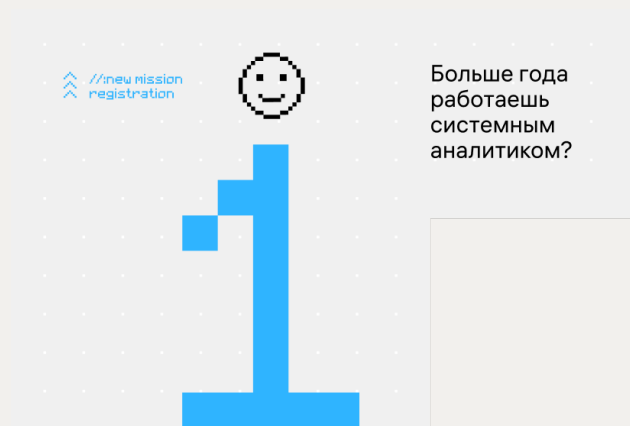
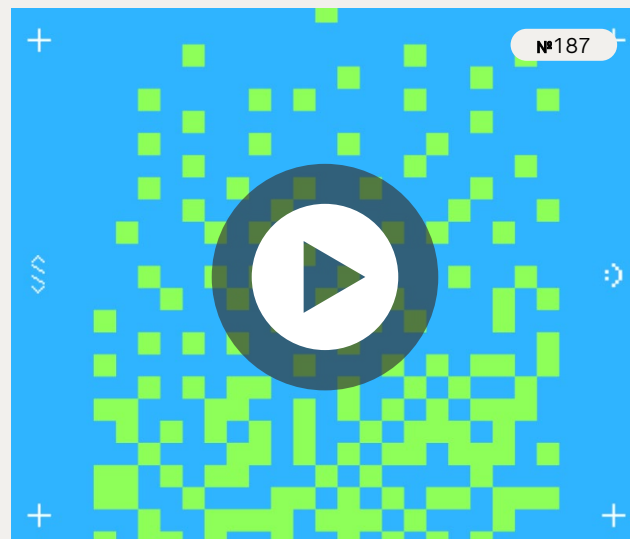
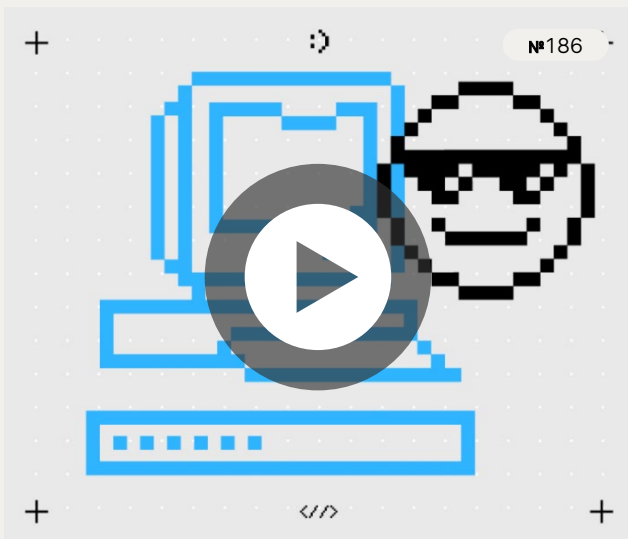
## РЕШЕНИЕ

Два ролика со схожей тематикой, но совершенно разными концепциями. Для предновогодней рекламы Бетсити мы создали оригинальные модели футуристичной обуви и «поставили» их на лезвия коньков, а также разработали заснеженный 3D город из спортивной атрибутики.





В рекламу к открытию нового спортивного сезона мы заложили концепцию «Галактика спорта». Сюжет ролика строится на узнаваемых спортивных образах, которые интегрированы в необычное космическое окружение.



# ХОЛОШНГ Т1

## ЗАДАЧА

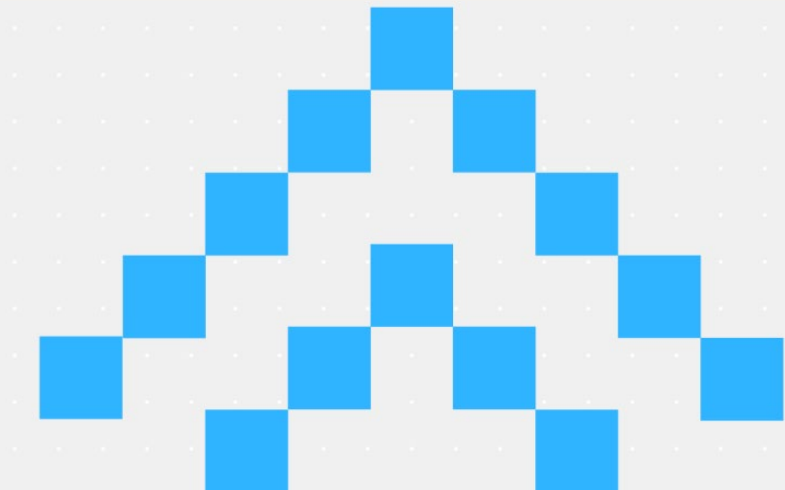
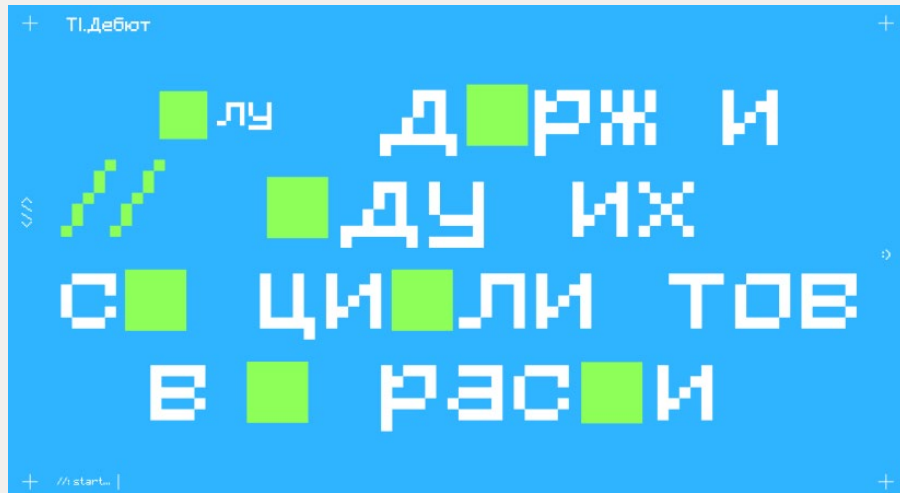
Открытые школы — это карьерные программы холдинга Т1 для начинающих специалистов. Перед нами стояла задача создать ролики, которые вдохновят молодых людей попробовать себя в IT-сфере и пройти обучение или стажировку в Т1.

## СРОКИ

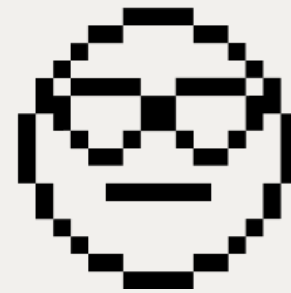
19 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы выстроили визуальный язык проекта на главном элементе айдентики Т1 Дебют — пикселях. Чтобы ролики получились информативными, мы составили из пикселей образы, иконки и эмодзи. Сделать ролики ближе к IT-тематике и уйти от абстракций нам помогли небольшие акцентные знаки, связанные с программированием — стрелки, точки и квадратные скобки.



ПРОЕЗД, >>>>>  
>>>>> ПИТАНИЕ,  
ПРОЖИВАНИЕ >>>>>



Титры в роликах реализованы с помощью анимированной типографики. Мы совместили минималистичный, легко читаемый шрифт с отдельными словами, составленными из пикселей, чтобы акцентировать внимание зрителей на важных тезисах.



# альфа СТРАХОВАНИЕ

## ЗАДАЧА

Создать имиджевый 3D ролик, который расскажет о компании и ее достижениях.

## СРОКИ

20 рабочих дней

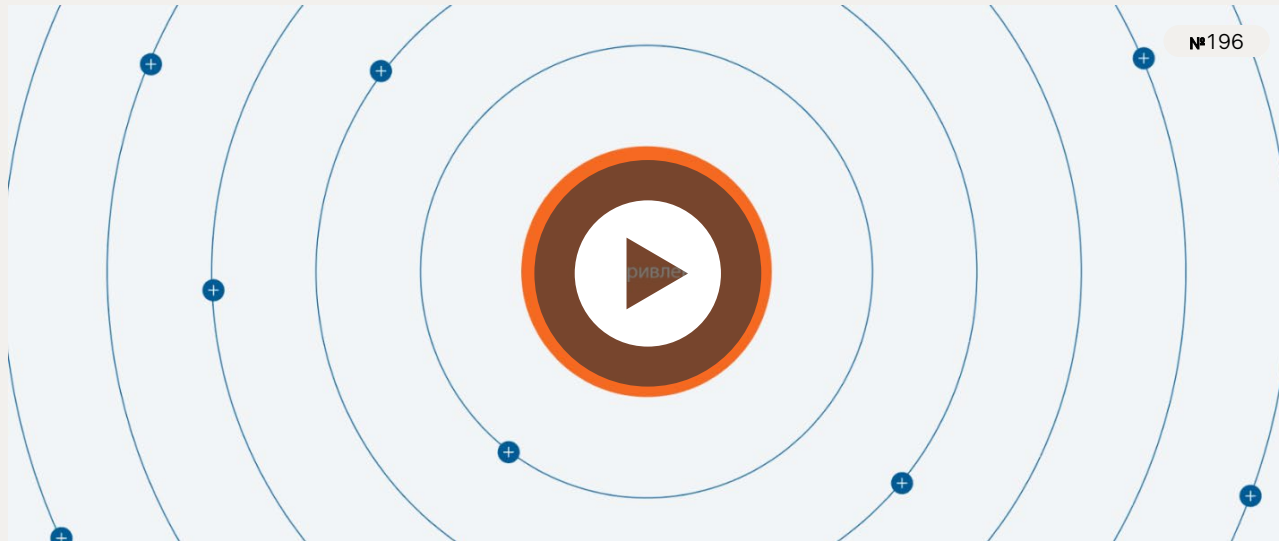
## РЕШЕНИЕ

Особое пожелание от клиента — масштабно показать достижения АльфаСтрахования. Мы решили эту задачу с помощью концепции «Город Альфа», в рамках которой интегрировали текстовые тезисы о компании в технологичную городскую среду.





Титры появляются в ролике в виде билбордов, больших вывесок и объемных надписей на зданиях. Также, мы добавили объекты, которые дополнительно подчеркивают информацию в кадре, например автомобиль, платежный терминал, смартфон и медицинский кабинет. Финальный результат получился детализированным и реалистичным, но при этом понятным и информативным.



# ЕВРОПЛАН

## ЗАДАЧА

Создать видеотчет за 2023 год компании Европлан. Сделать видео незатянутым и вовлекающим, но при этом информативным .

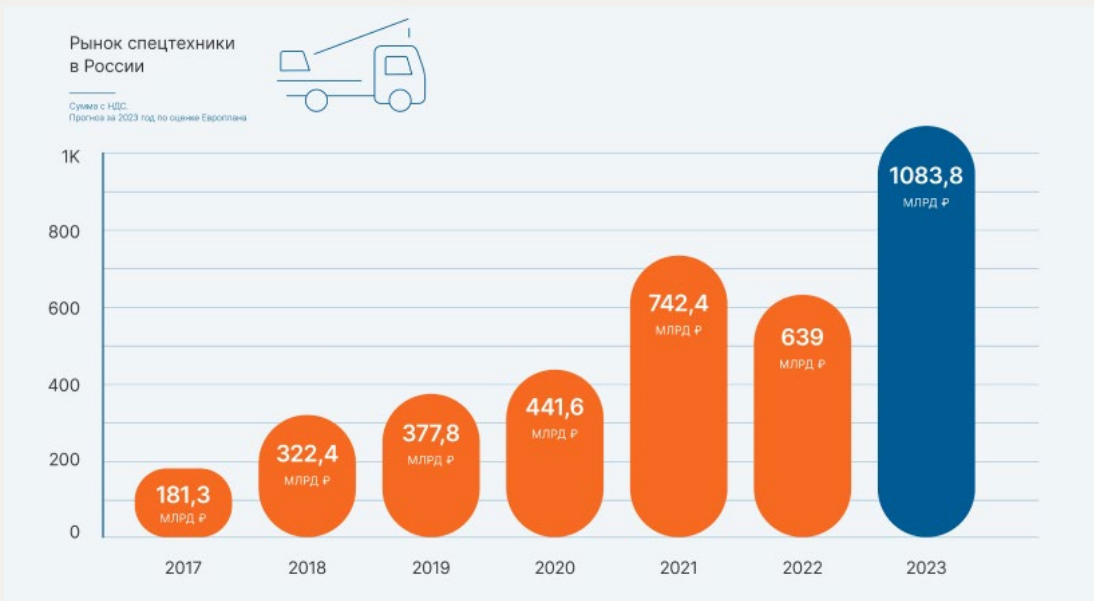
## СРОКИ

17 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Для Европлана мы создали информативный 2D ролик, который рассказывает об успехах лизинговой компании за 2023 год.





### Повторные клиенты

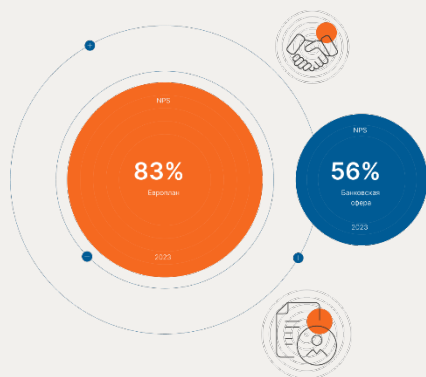
Стратегия Европлана — сохранить максимальную гибкость продукта

**75**

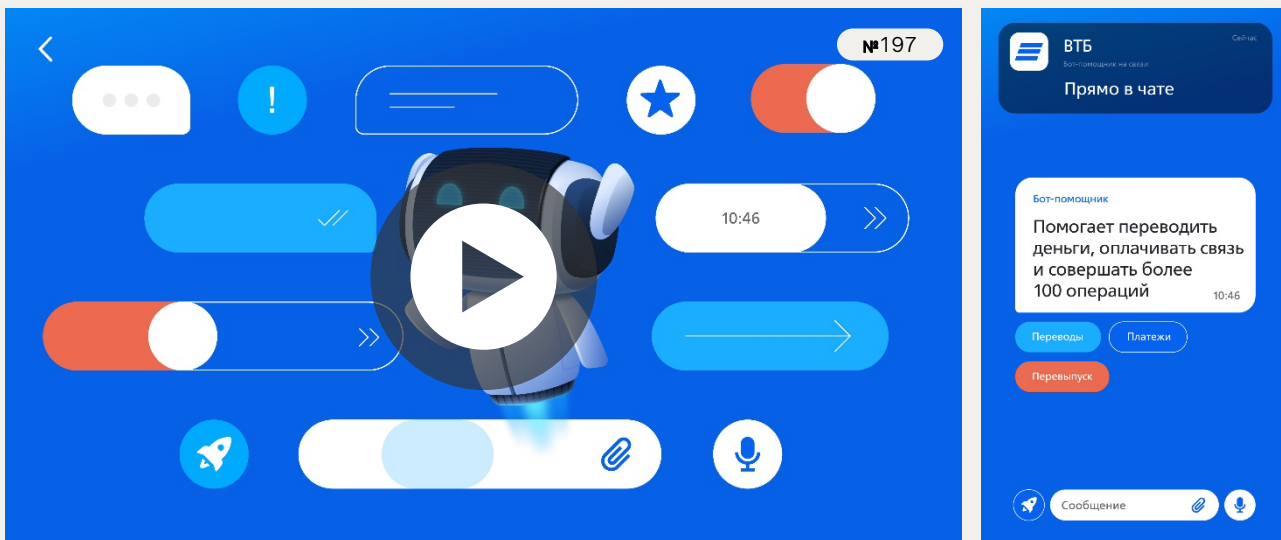
Мы уникальны — коммерческое предложение подстраивается под потребности клиента по 75 параметрам

Это более целенаправленная коммуникация с клиентом!

- Сумма договора или платежа
- Аванс от 0% до 40% с шагом 1 рубль
- 8 вариантов графика возврата аванса
- 5 вариантов графика оплаты аванса
- 2 варианта финансирования
- Срок от 12 до 84 месяцев



За основу мы взяли фирменный стиль Европлана, состоящий из геометрических фигур и нескольких цветов, а также разработали дополнительные элементы, чтобы отразить всю нужную информацию. Для акцентов на важном и разбивки повествования на сцены мы использовали заголовки с крупной типографикой, а для демонстрации различных данных подбирали инфографические приемы: стилизованные графики, диаграммы, таблицы и так далее. Динамичная анимация делает ролик легким для восприятия, но при этом не отвлекает зрителей от титров в кадрах.



# ВТБ — ЧАТБОТ

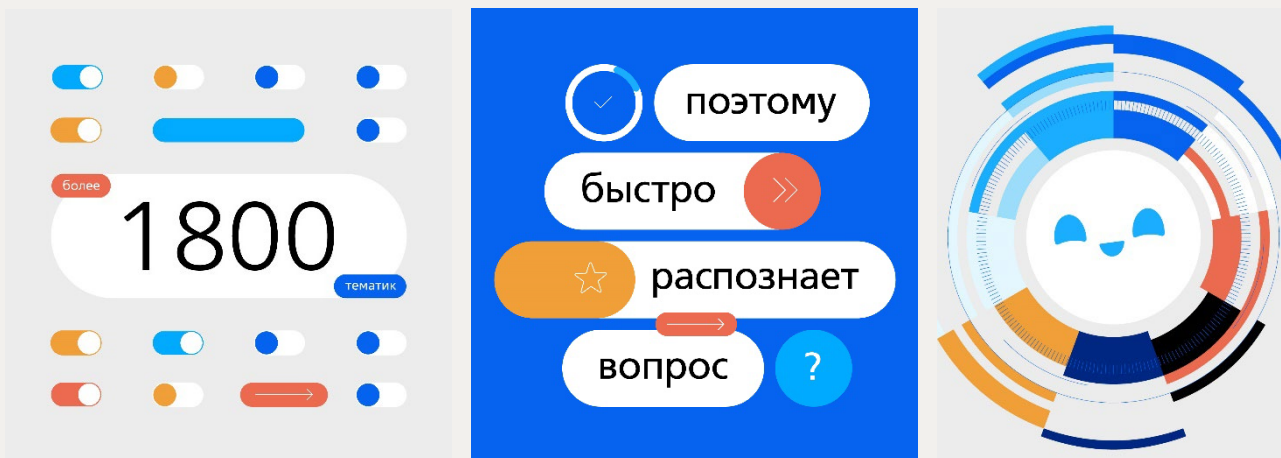
## ЗАДАЧА

Создать 2D видео о виртуальном помощнике «Чат-бот ВТБ» в графическом стиле, чтобы поднять к нему уровень доверия у пользователей

## РЕШЕНИЕ

Клиент пришёл с запросом на повышение узнаваемости и доверия своему помощнику чат-боту, и заявить о нем динамично и свежо. Поэтому мы предложили зацепить зрителей ярким визуалом: расширить цветовую палитру и совместить крупную типографику, рассказывающую об УТП сервиса, с реальными элементами интерфейса чат-бота ВТБ. Маскота чат-бота мы интегрировали в ролик в двух форматах: как целостного персонажа — для узнаваемости, и только его мимику — для эмоциональности. Лицо персонажа появляется в баблах сообщений и отвечает на запрос пользователя.

В итоге получился позитивный, привлекающий внимание ролик, доносящий при этом всю необходимую информацию.





# KASPERSKY AWARENESS

## ЗАДАЧА

Подготовить продуктовый ролик в фирменном тёмном стиле Лаборатории Касперского. Нужно было уместить все ключевые преимущества нового решения в короткий хронометраж и сохранить визуальную целостность бренда.

## РЕШЕНИЕ

Мы создали динамичный ролик с сочетанием 3D и 2D графики, добавили плавные переходы и цветовые акценты, чтобы подчеркнуть технологичность продукта. Разработали новые модели и иконки, пополнив фирменную библиотеку компании. Подготовили версии на русском и английском языках, чтобы ролик можно было использовать в международных кампаниях. Итог — универсальный инструмент продвижения, который стал показателем нашей экспертизы в работе с IT-сектором.





# ВТБ – СБЕРЕЖЕНИЯ

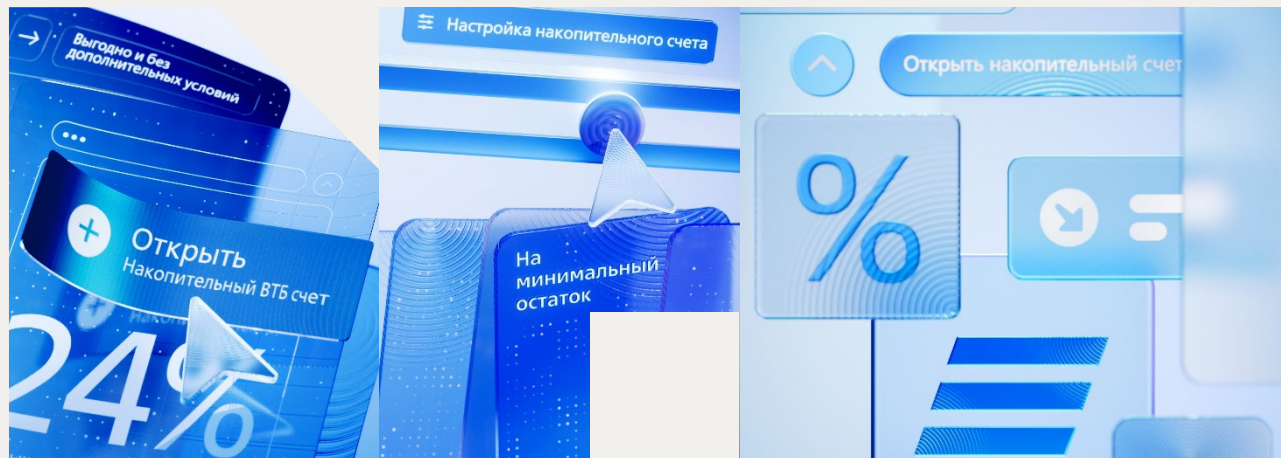
## ЗАДАЧА

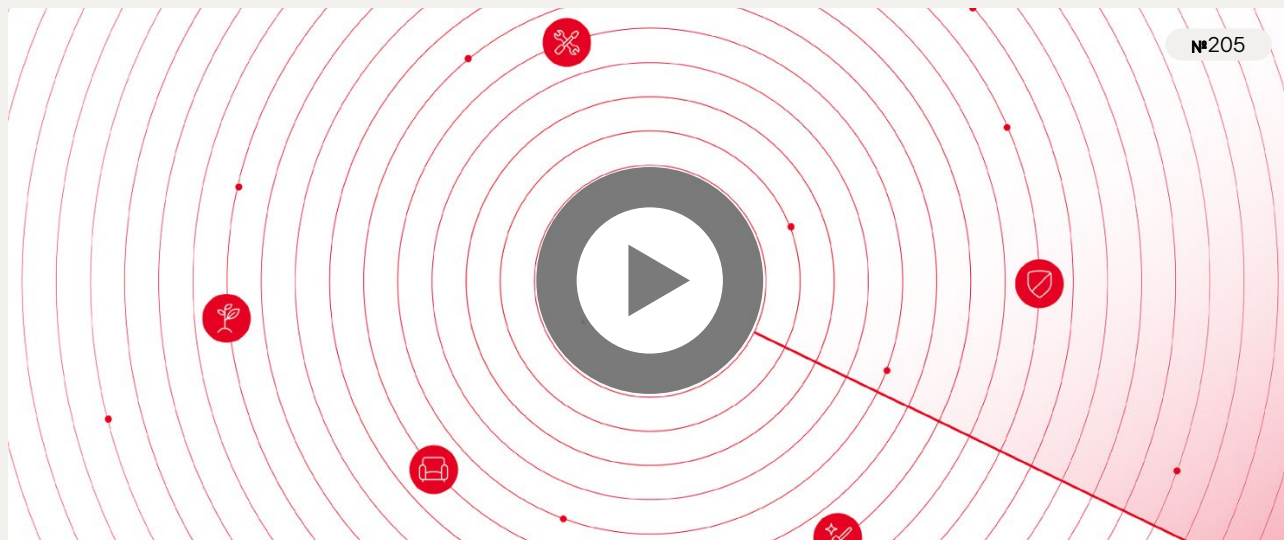
Создать вертикальное видео для социальных сетей о продукте «ВТБ Сбережения», показав его преимущества

## РЕШЕНИЕ

Для ВТБ банка мы создали 3D ролик о сберегательном счете и его преимуществах. Перед запуском проекта команда «Тушите свет» провела небольшое исследование внутри коллектива, и выявила что помимо выгодных условий счета, очень важно показать удобство самого приложения. Чтобы отразить комфорт и простоту использования, мы взяли реальные интерфейсы приложения ВТБ и сделали их «кинетическими», с интересной динамикой и мягкой, завораживающей анимацией, чтобы кнопки и ползунки, отвечающие за настройку счета, хотелось буквально «потрогать руками».

УТП сберегательного счета мы доносим до зрителей с помощью типографики, которая органично интегрирована в общую композицию кадров. В итоге получился необычный, привлекающий внимание ролик, который доносит всю необходимую информацию.





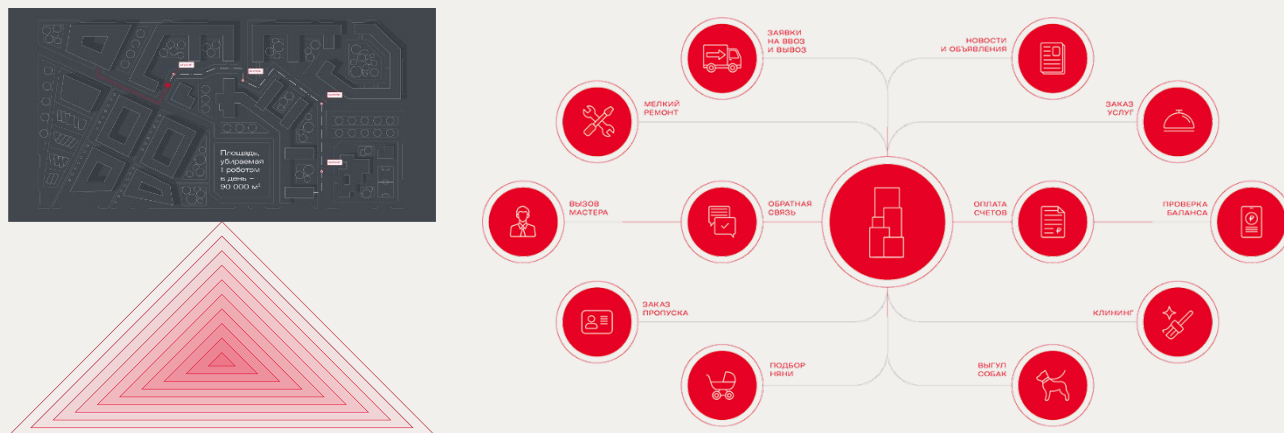
# УК КОРВЕТ

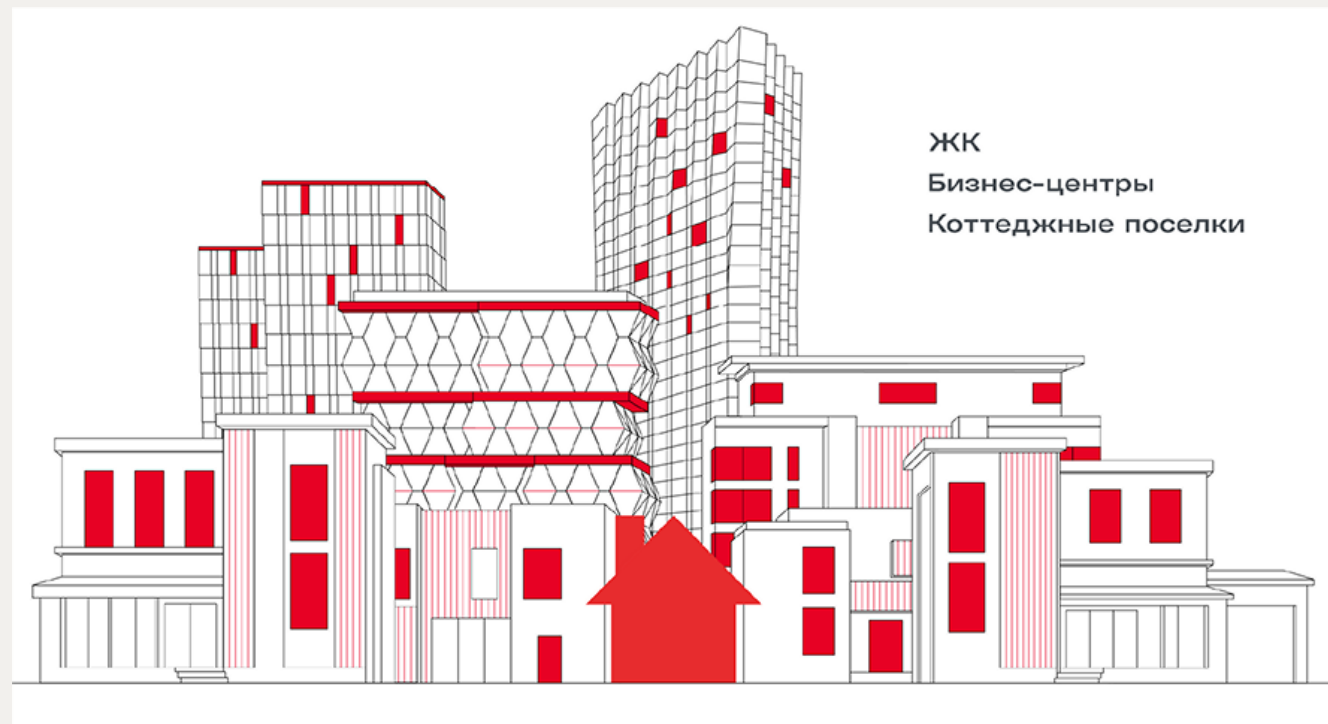
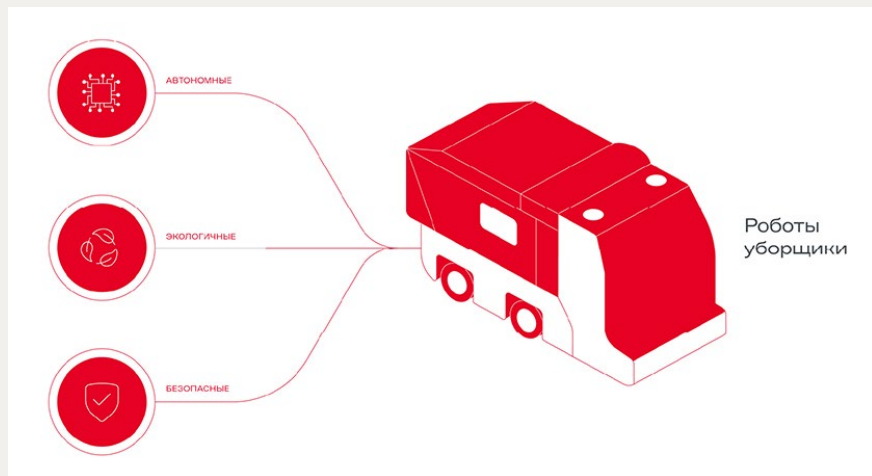
## ЗАДАЧА

Перед нами стояла задача не только создать ролик об услугах управляющей компании Корвет, но и обыграть в нем морскую тематику, так как Корвет — это, также, название класса надводных кораблей.

## РЕШЕНИЕ

Мы разработали концепцию «Море возможностей», в рамках которой представили зрителям услуги УК Корвет с помощью морских форм, переплетенных с инфографикой.





Ролик получился достаточно легким для восприятия за счет минималистичной стилистики, но при этом информативными и отсылающим к названию компании за счет работы с образами и плавной анимации.



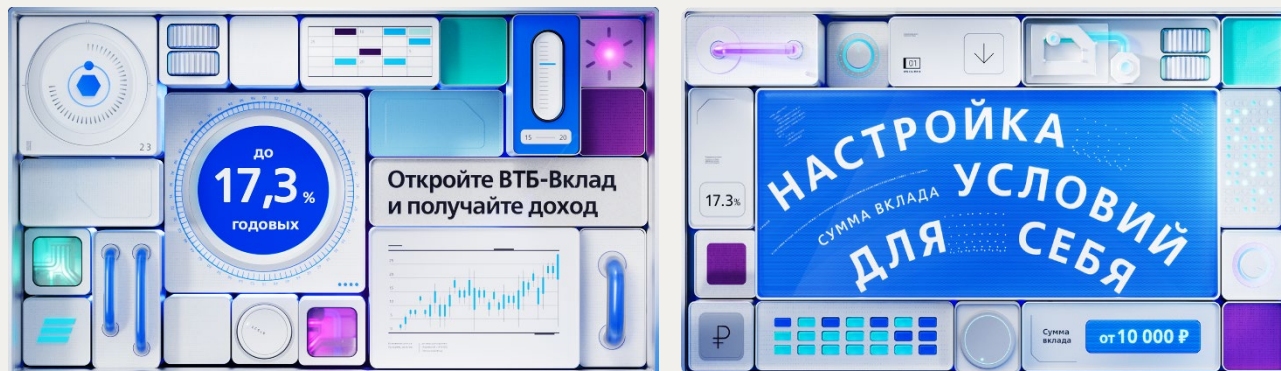
## ВТБ — ЗАВОД СБЕРЕЖЕНИЙ

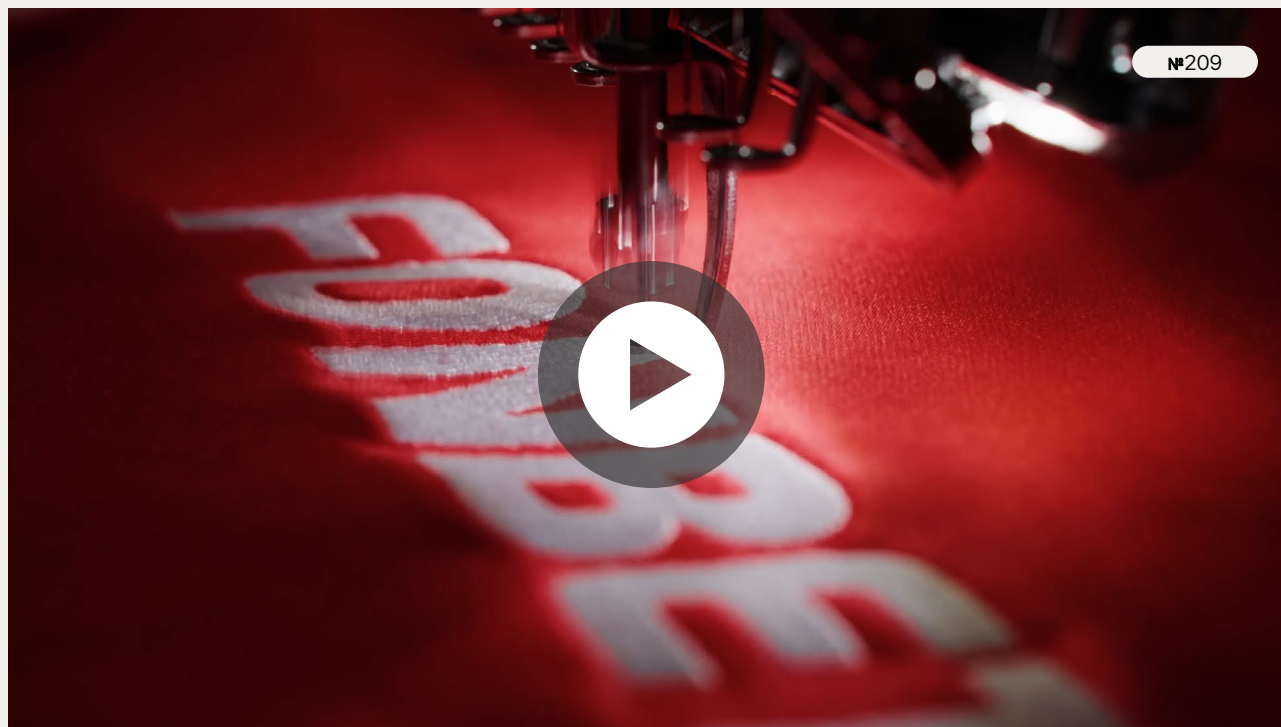
### ЗАДАЧА

Создать ролик для соцсетей банка ВТБ, который ясно и наглядно покажет гибкие условия по вкладам. Важно было уйти от банального рекламного видео и предложить оригинальное визуальное решение.

### РЕШЕНИЕ

Мы разработали 3D-ролик в формате одного непрерывного кадра. В нём условия вклада визуализируются как элементы конструктора: цифры собираются из кубиков, показатели превращаются в статус-бары, а текст встроен прямо в трёхмерное пространство. Такой приём делает ролик динамичным и легко воспринимаемым.





# FOVBET

## ЗАДАЧА

Рассказать, про активы Fonbet

## СРОКИ

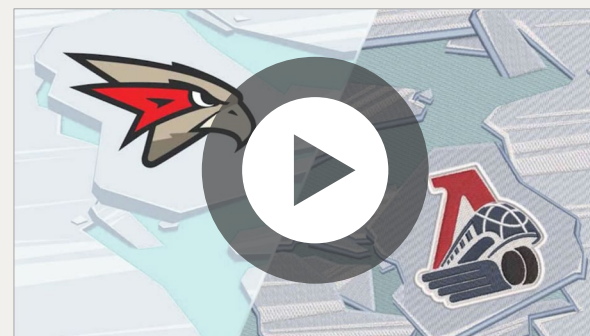
2 месяца

## РЕШЕНИЕ

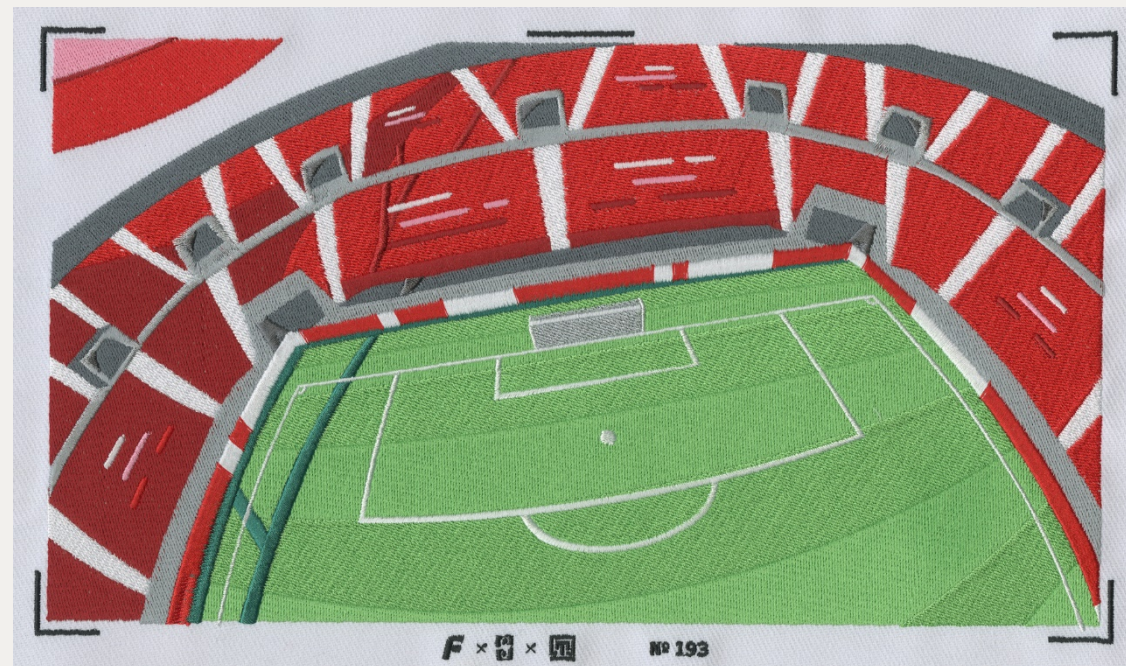
Команда студии разработала по настоящему аналоговый подход к реализации, а именно вышить ролик.

На первом этапе был создан весь ролик с использованием компьютерной графики. Для максимально точного воспроизведения движений объектов и пролётов камеры были задействованы 2D перекладка, покадровая анимация и 3D анимация.

Далее 40-секундный ролик был переведён в классический анимационный формат с кадровой частотой 12 кадров в секунду — получилось 480 кадров. Эти кадры были переданы на настоящую вышивку на ткани.



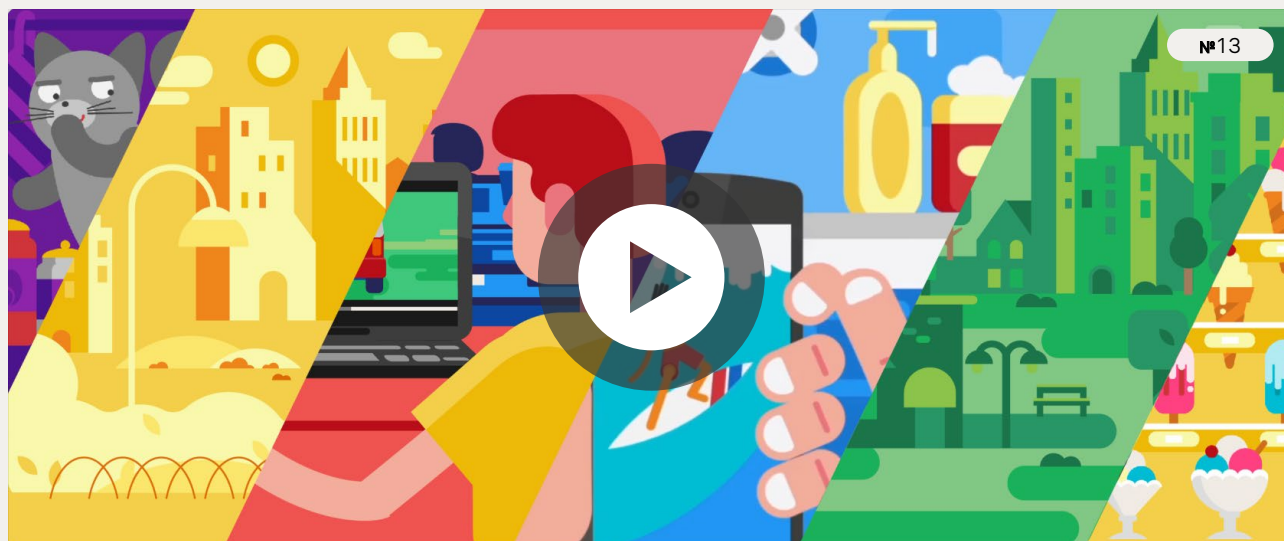
◀ Процесс производства ролика



После создания 480 вышитых кадров мы организовали бесконтактное сканирование каждого из них и собрали в единое видео.

В результате получился по-настоящему крафтовый 40-секундный ролик, полностью выполненный в технологии настоящей вышивки — первый проект такого масштаба на российском рынке.

Проект стал примером того, как крафтовые технологии могут сделать идею по-настоящему уникальной и выделить бренд на фоне конкурентов.



# GOOGLE

## ЗАДАЧА

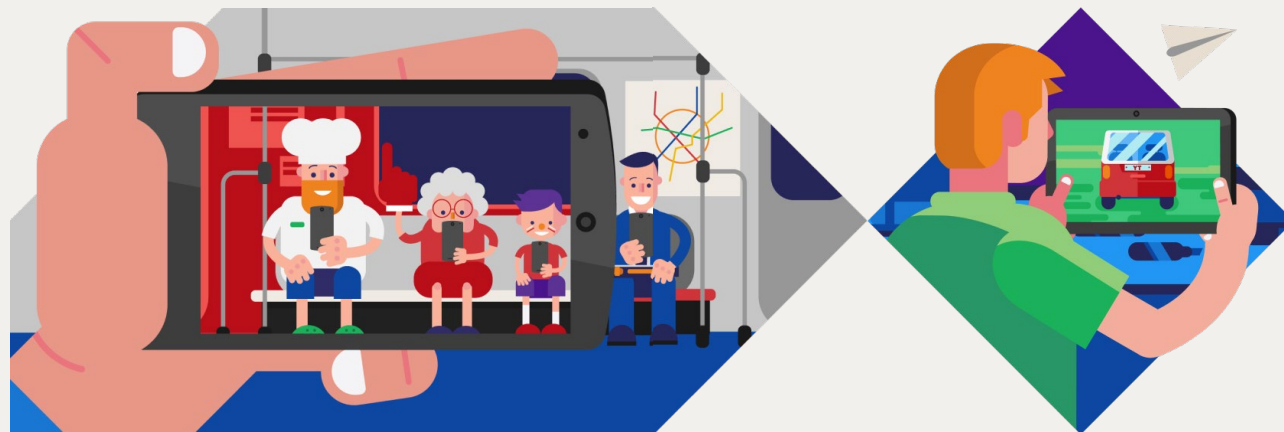
Создать заставки для конференции, которые будут проигрываться перед выступлениями спикеров и демонстрировать темы их докладов.

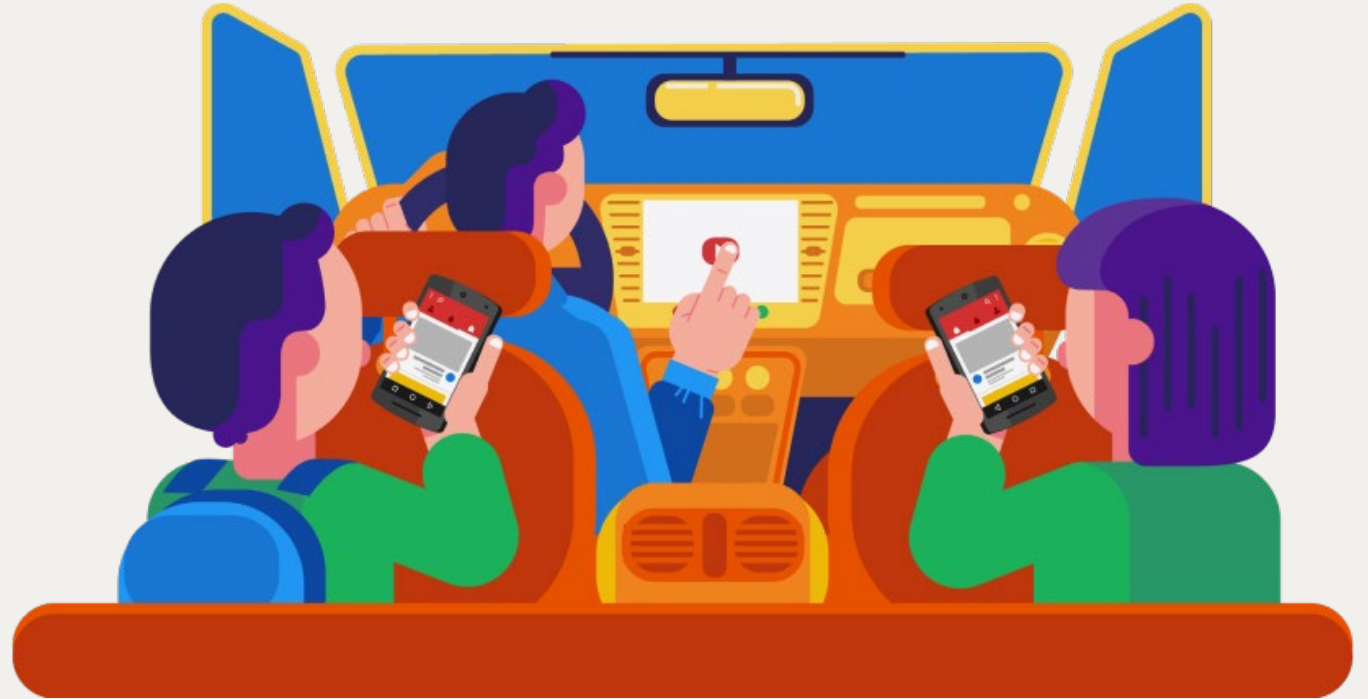
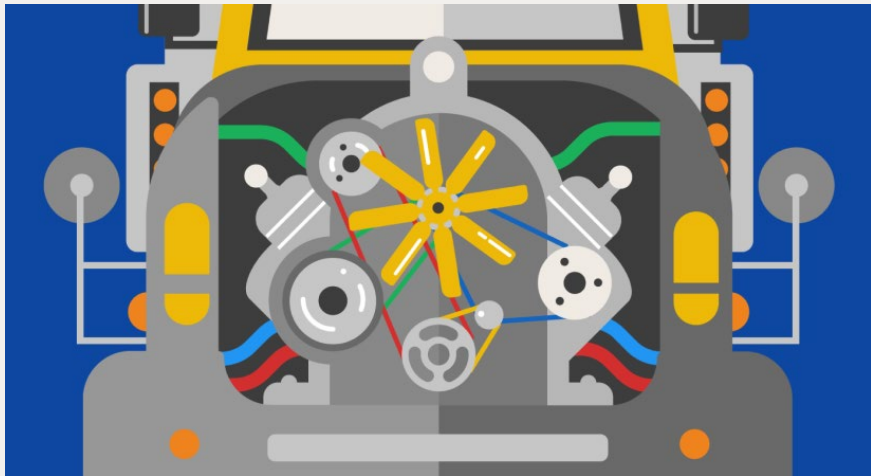
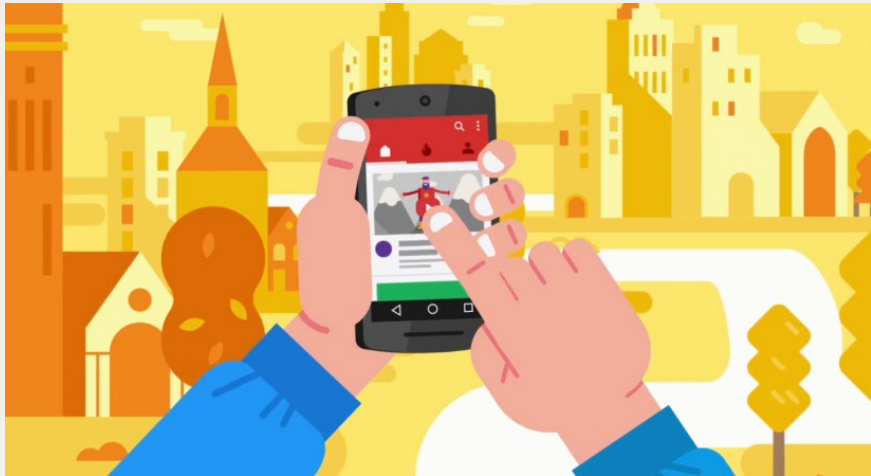
## СРОКИ

4 рабочих дня

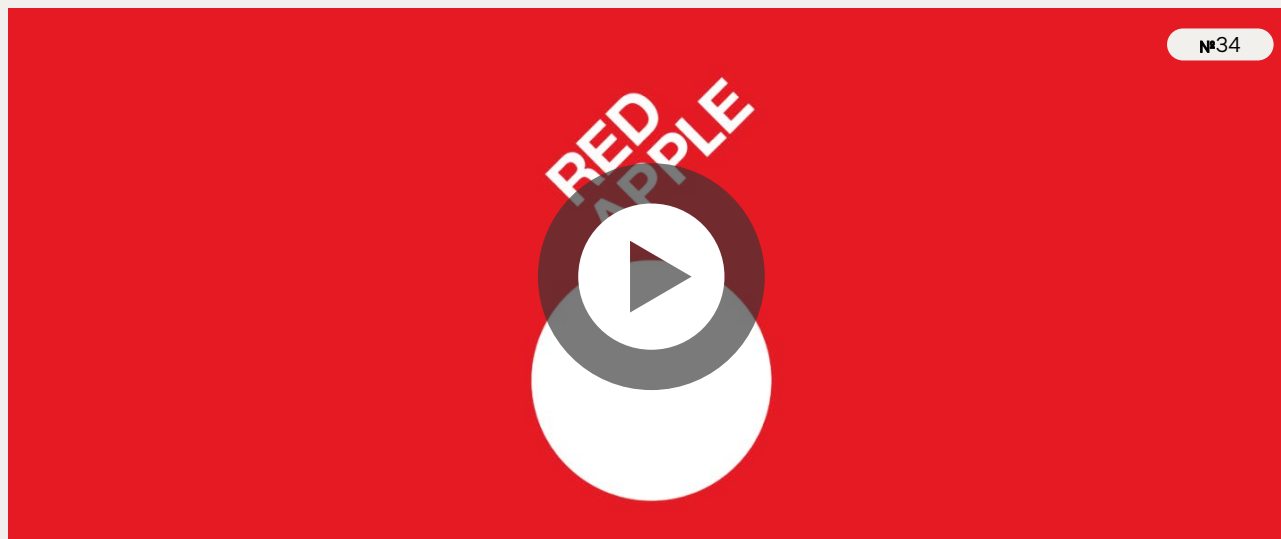
## РЕШЕНИЕ

Для заставок мы разработали специальный концепт мира и живущих в нем персонажей. В основе концепта лежит flat стилистика, геометричные формы и бренд-палитра Google.





В итоге получились простые для восприятия, но яркие и «харизматичные» мини-истории, в которых герои взаимодействуют с браузером.



## RED APPLE

### ЗАДАЧА

Создать яркую видеопрезентацию председателя жюри на основе брендбука международного фестиваля рекламы Red Apple.

### СРОКИ

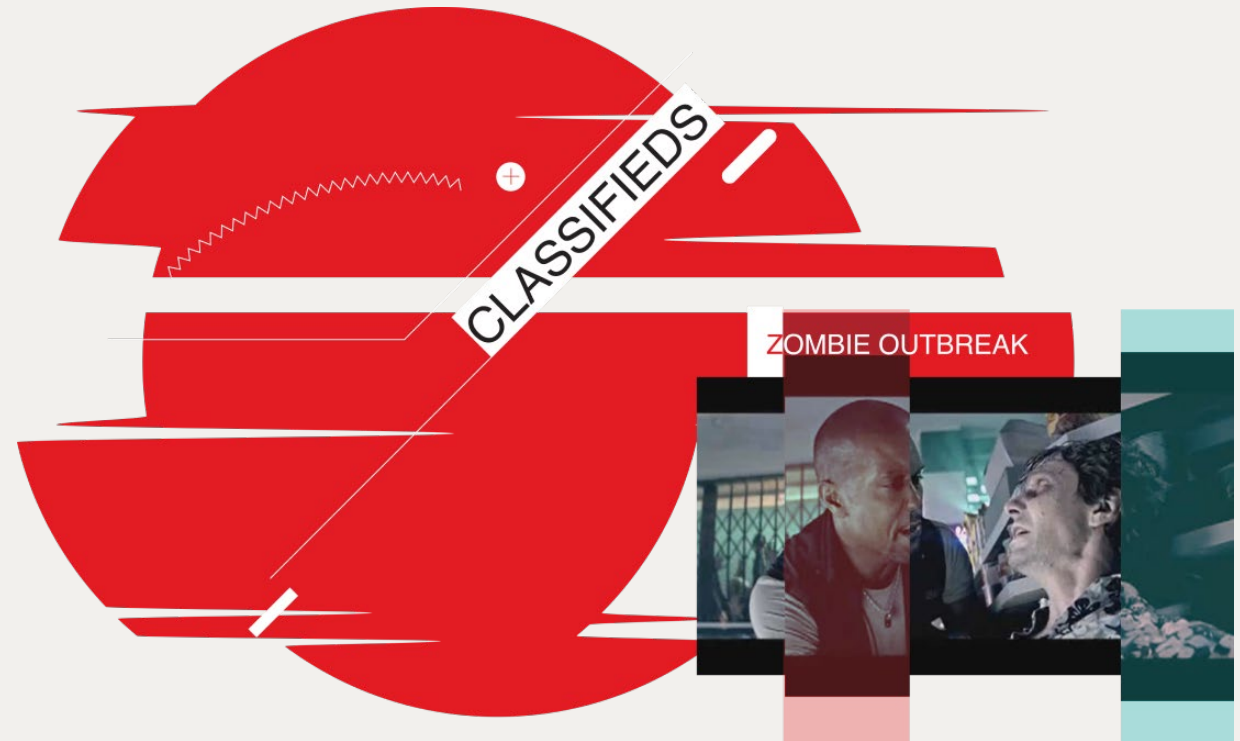
15 рабочих дней

### РЕШЕНИЕ

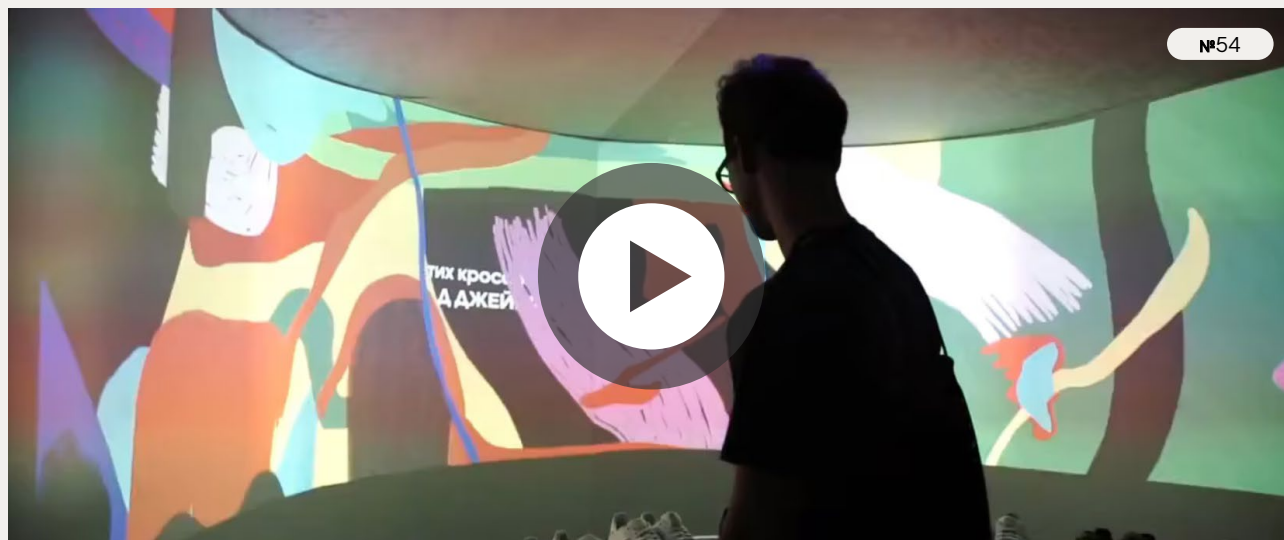
В сюжет видео легла биография Дэвида Герера — одного из креативных лидеров мировой рекламы. Мы рассказали о его жизни, местах работы, выдающихся проектах и главных творческих принципах.



**ОДИН**  
ОДИН  
ИЗ КРЕАТИВНЫХ  
ЛИДЕРОВ МИРОВОЙ  
РЕКЛАМЫ



В основе визуального решения лежит фирменный стиль кинофестиваля, в который мы интегрировали анимированную типографику и фотографии. Для создания дополнительных акцентов и динамики внутри кадров мы использовали геометричный глитч-эффект и полиэкраны.



## ADIDAS

### ЗАДАЧА

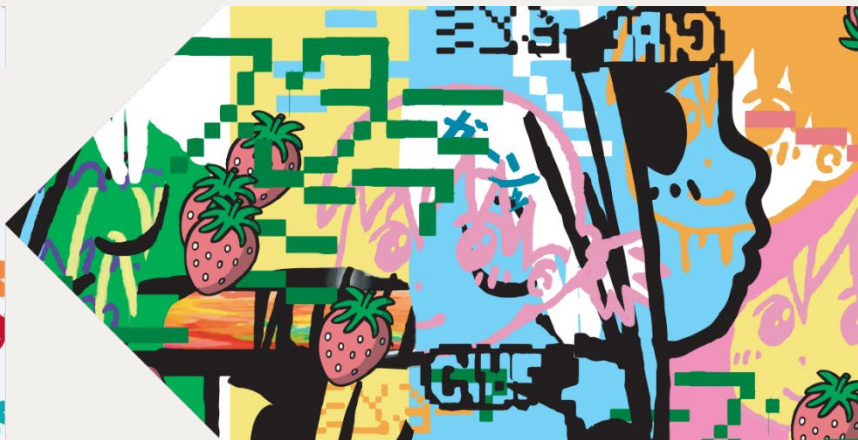
Создать тематические видео о каждом дизайнере новой коллекции кроссовок для интерактивной инсталляции на фестивале Faces and Laces.

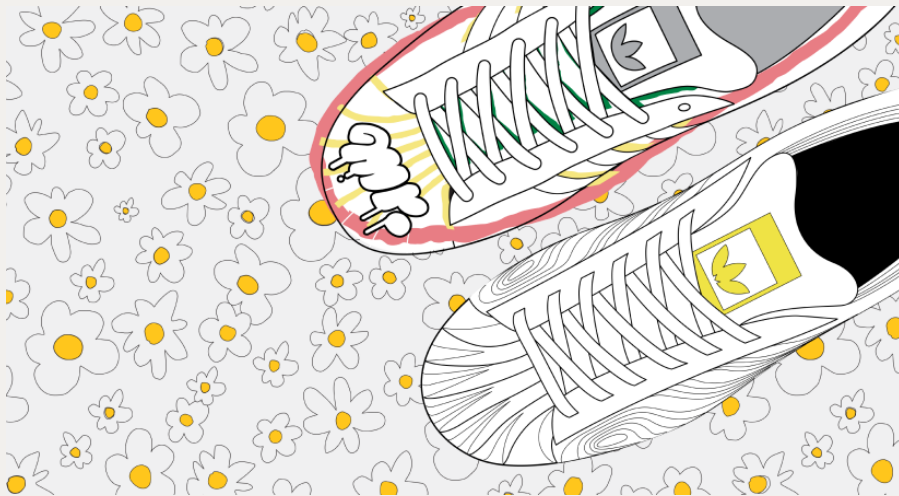
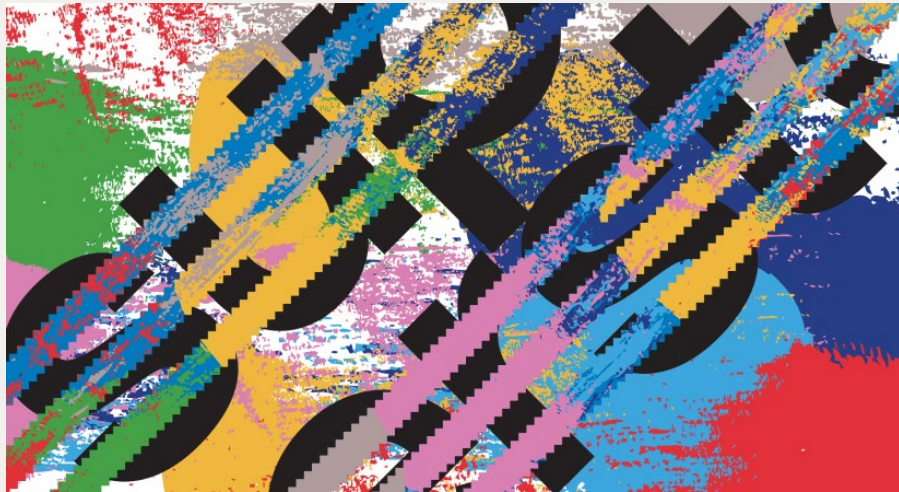
### СРОКИ

13 рабочих дней

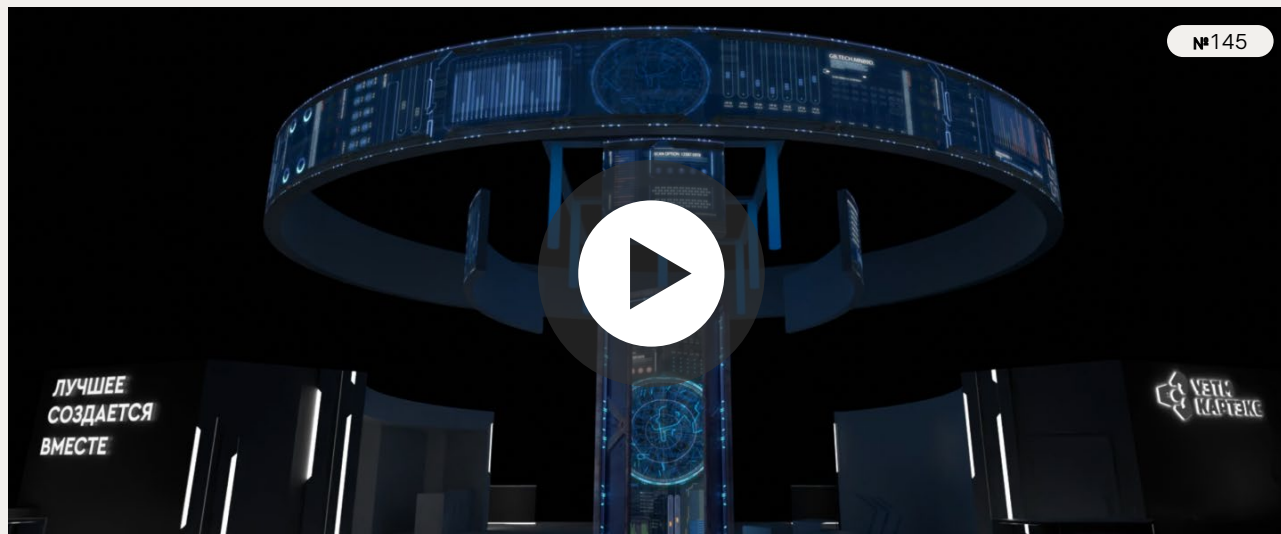
### РЕШЕНИЕ

Superstar — легендарная модель кроссовок с богатой историей. Специально для Adidas Originals мы с Hello Computer создали интерактивную инсталляцию Superstar SuperShell. Это было необходимо отобразить в выставочном стенде. Прикосновение к кроссовку запускало видео с рассказом про нескольких известных дизайнеров: Фаррелла Уильямса, Захи Хадид и Тодда Джеймса и других.





За основу мы взяли узнаваемые художественные приемы творцов и «оживили» их с помощью покадровой анимации.



# ГАЗПРОМ

## ЗАДАЧА

Создать графическое оформление выставочного стенда для компании Газпром.

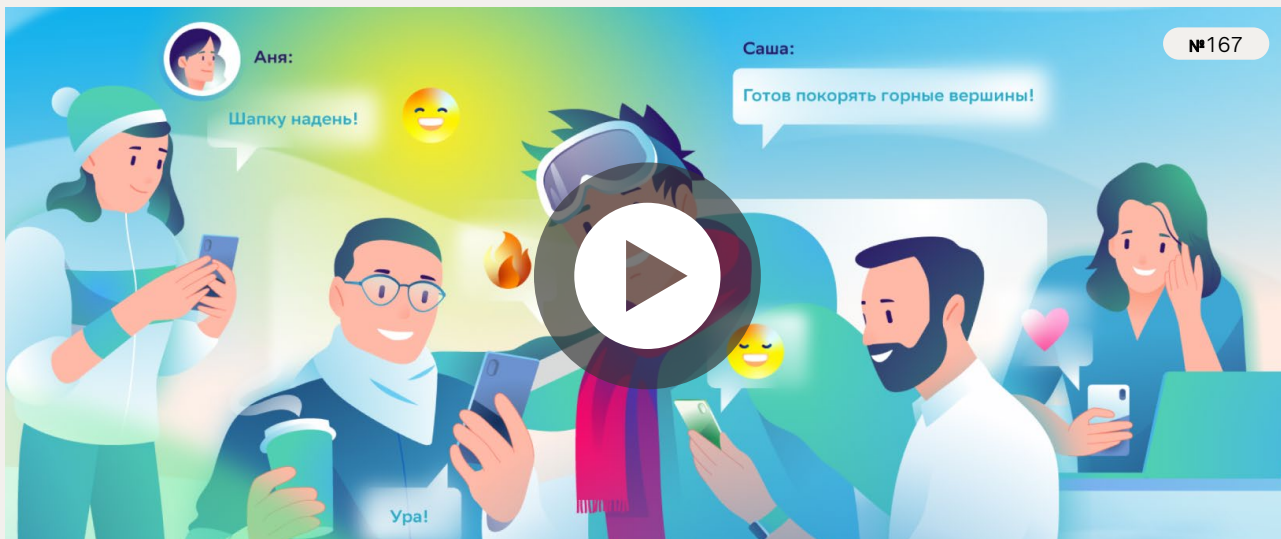
## СРОКИ

37 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

При создании графического контента для стенда мы делали упор на реалистичность 3D графики. Работа с текстурами, детализацией объектов и яркими световыми акцентами помогла нам подробно, но в то же время зрелищно показать посетителям новую разработку компании «Газпром».





# СБЕР

## ЗАДАЧА

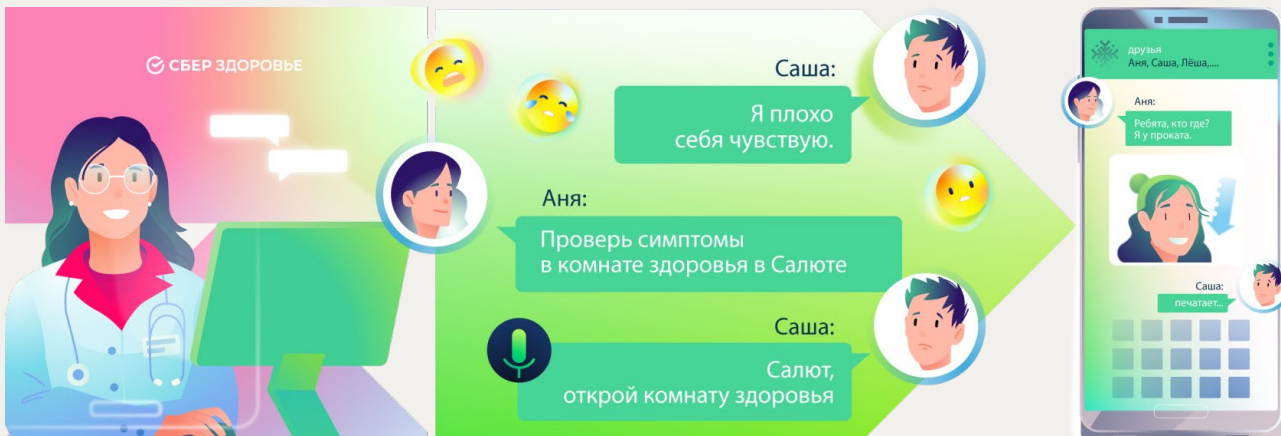
Создать графическое оформление для стенда Сбера на выставке «Россия». Рассказать о медицинском сервисе СберЗдоровье с помощью серии сюжетных роликов.

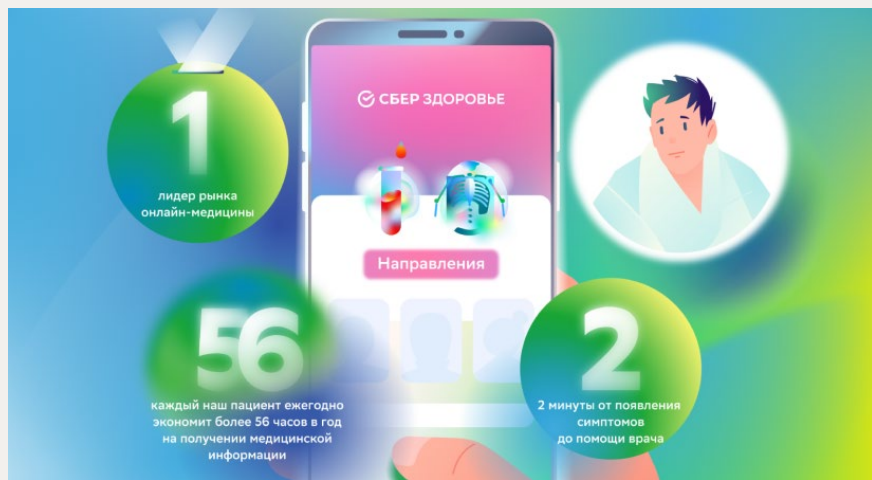
## СРОКИ

32 рабочих дня

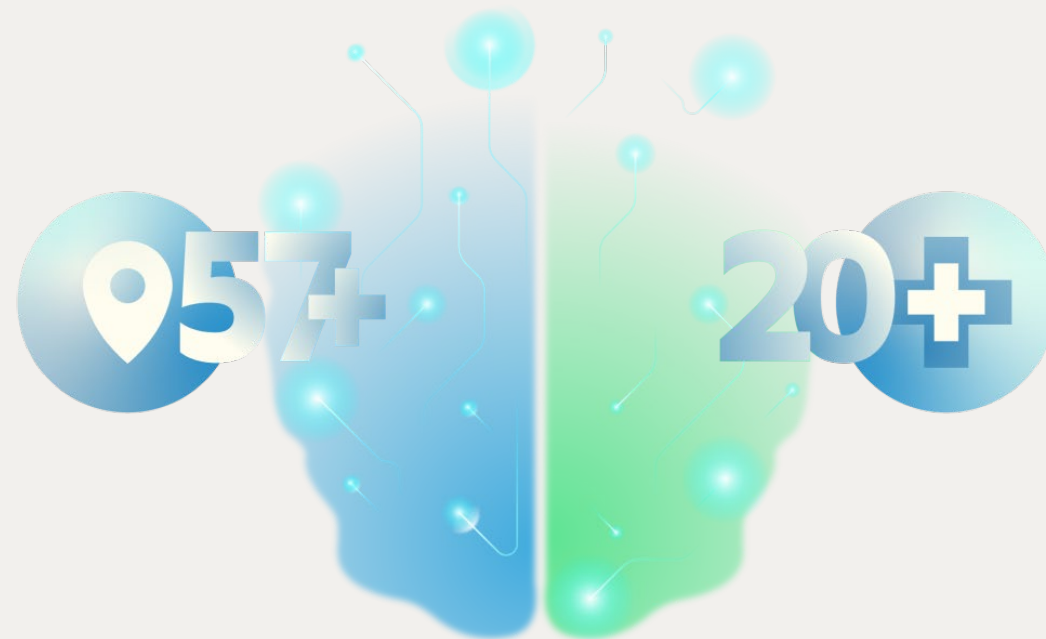
## РЕШЕНИЕ

На основе брендбука клиента мы разработали 6 сюжетных и 6 зацикленных роликов, которые не только информативно, но и интересно рассказывают посетителям о сервисе СберЗдоровье.

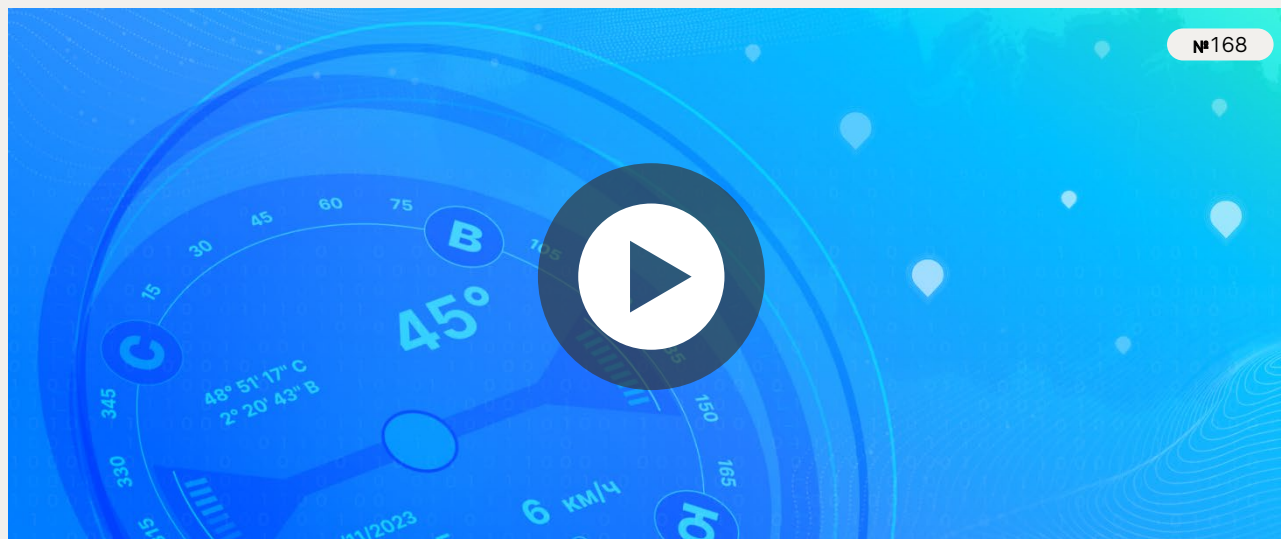




 SBER MED AI



Проект стенда был достаточно необычным — от одного экрана к другому проходили трубы, по которым катался шарик. Преодолев путь по трубе, он как будто закатывался внутрь экрана и «запускал» ролик о сервисе.



# РОСКАДАСТР

## ЗАДАЧА

Создать контент для оформления стенда Росреестра и Роскадастра на выставке «Россия». Работать в рамках фирменного стиля, показав при этом деятельность и историю Росреестра и Роскадастра с новой стороны — захватывающе и масштабно.

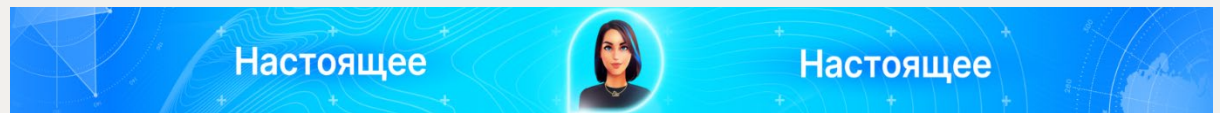
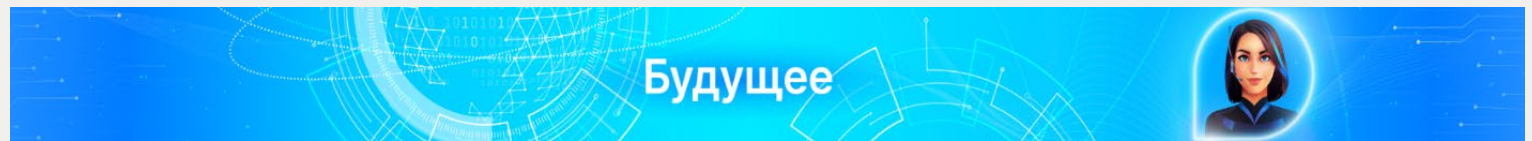
## СРОКИ

38 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

На основе гайдбука клиента мы создали полное графическое оформление стенда: несколько имиджевых и партнерских роликов, виртуального помощника, интерактивную игру «Земельный инспектор» и многое другое, а также сделали варианты стилизации контента под разные праздники и события.





В процессе работы над проектом мы использовали множество инструментов: 2D графика, 3D моделирование, иллюстрация, дизайн, искусственный интеллект, игровой движок и программирование.



# ГАЗПРОМБАНК

## ЗАДАЧА

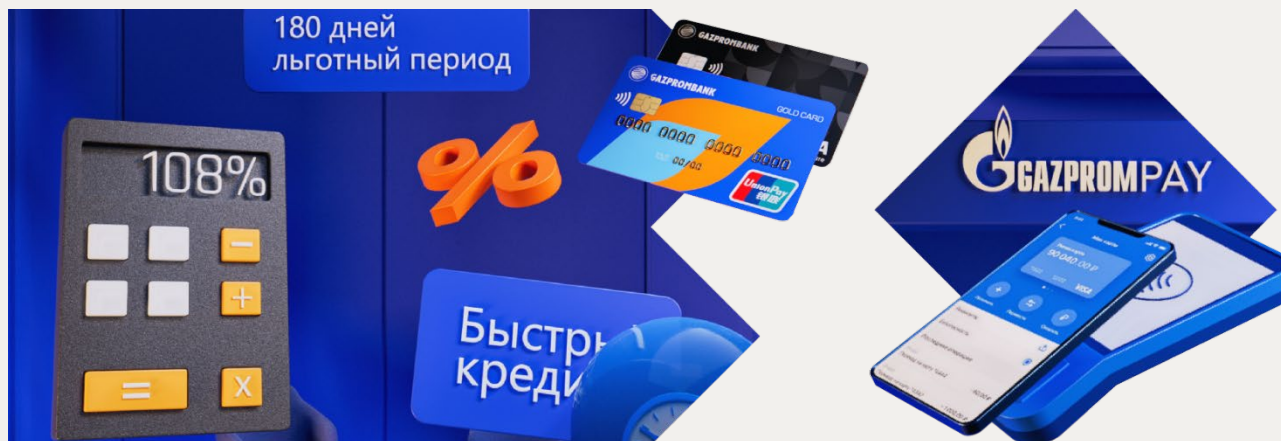
Создать графическое оформление для стенда Газпромбанка на форуме инновационных финансовых технологий Finopolis.

## СРОКИ

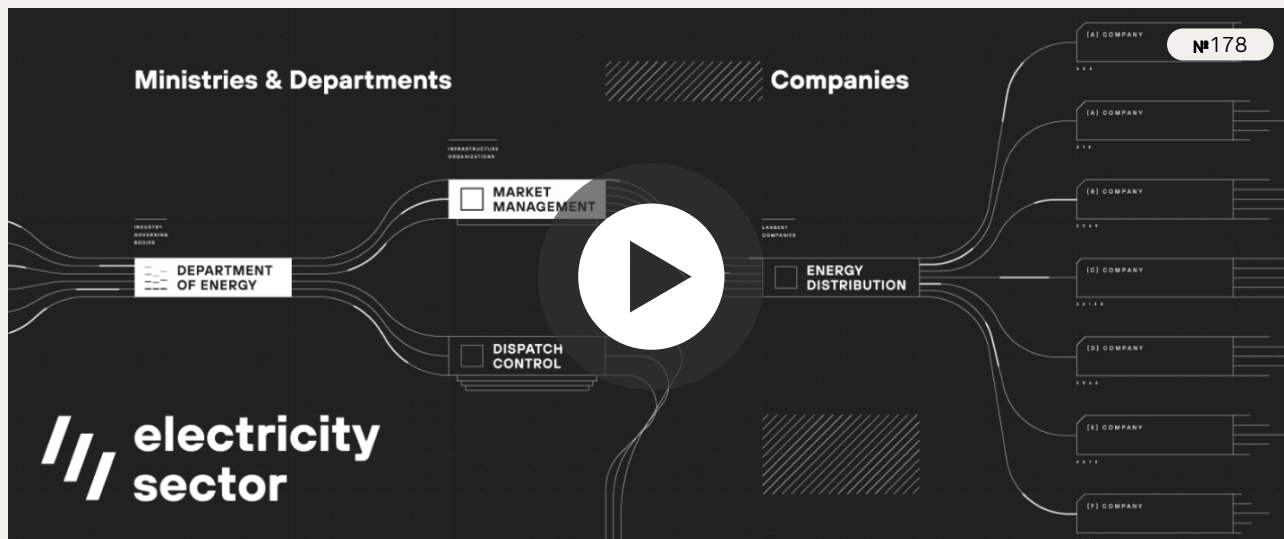
21 рабочий день

## РЕШЕНИЕ

Мы создали продуктовый ролик об основных сервисах Газпромбанка и два зацикленных видео, а также синхронизировали и подстроили весь контент под необычный экран, состоящий из трех частей.







# POSITIVE TECHNOLOGIES

## ЗАДАЧА

Создать серию продуктовых роликов для лидера результативной кибербезопасности — компании Positive Technologies.

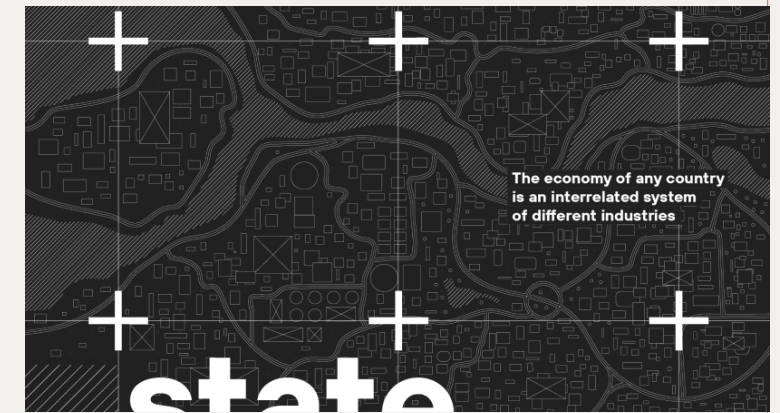
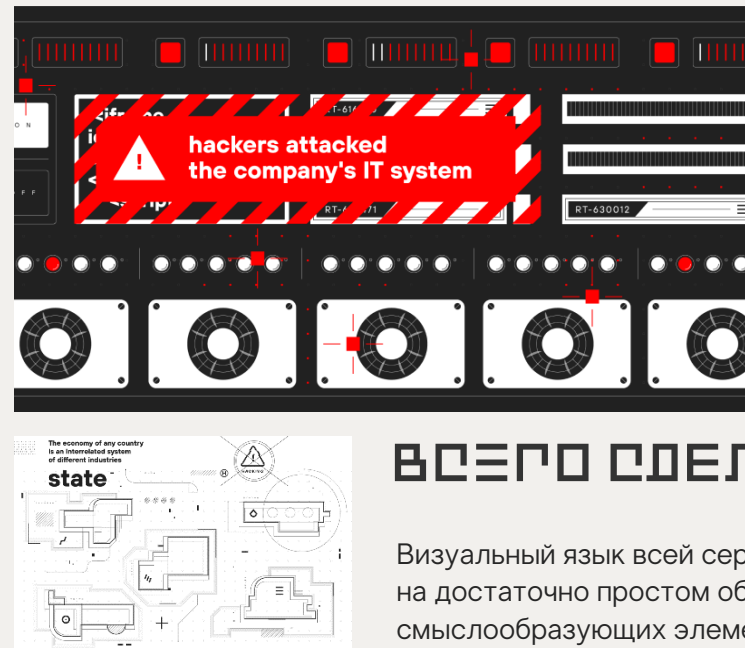
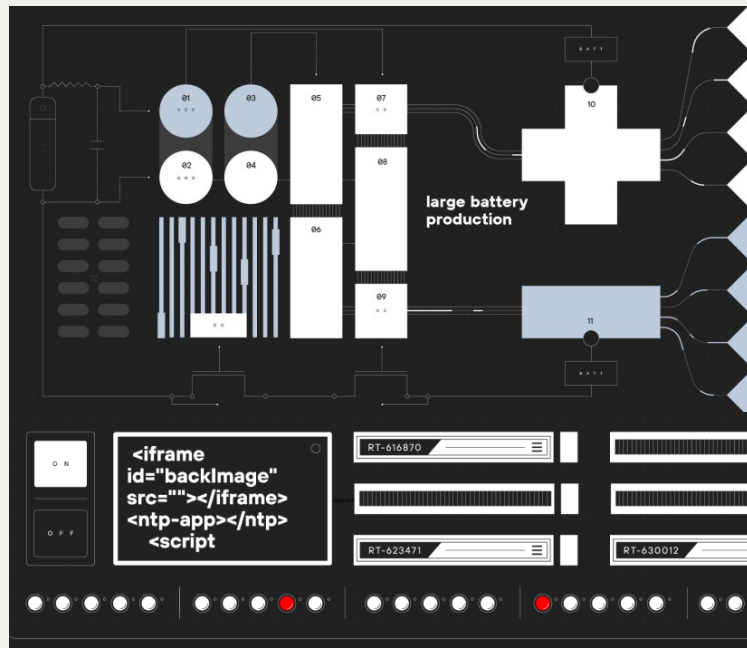
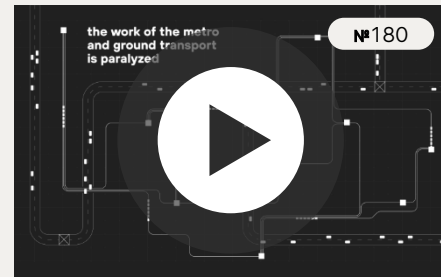
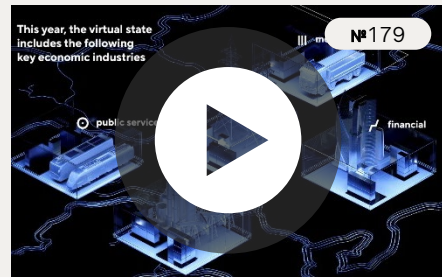
## СРОКИ

35 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

За счет использования интерфейсов, понятных, легко считываемых образов и совмещения 2D и 3D технологий, мы показали, как компания предотвращает угрозы для бизнеса и государства.





## ВСЕГО СДЕЛАНО 5 РОЛИКОВ

Визуальный язык всей серии роликов мы построили на достаточно простом объекте — линиях. Они выступают в роли смыслообразующих элементов — принимают разные формы, вырисовывают ключевые объекты и интерфейсы, а также служат связующим звеном между плоским и трехмерным пространством.



# СБЕР СТРАХОВАНИЕ

## ЗАДАЧА

Создать 3D презентацию достижений СберСтрахования для стенда на ПМЭФ.

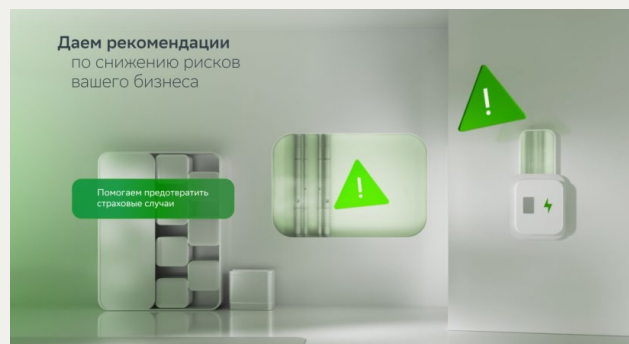
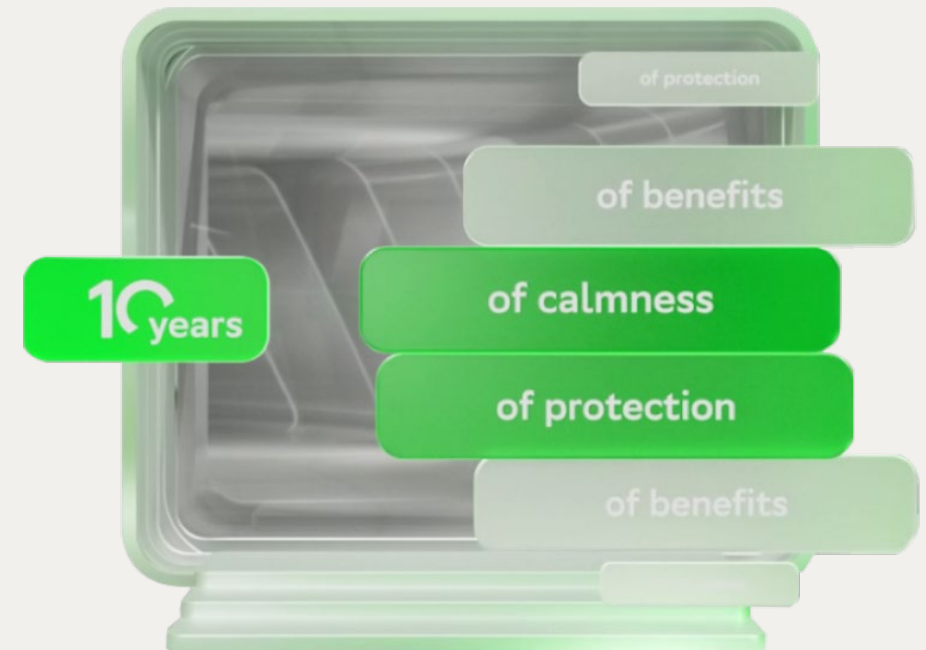
## СРОКИ

28 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы рассказали о достижениях Сберстрахования в формате видео-галереи — камера пролетает по различным помещениям и коридорам, где зритель знакомится с основными фактами о компании и ее ценностями.





Главная фишка ролика — это отсутствие склеек. Камера постоянно движется вперед, сменяя локацию одну за другой. В таком формате он бесконечно проигрывался на фасаде стенда на протяжении всего мероприятия.



# СБЕР СТРАХОВАНИЕ

## ЗАДАЧА

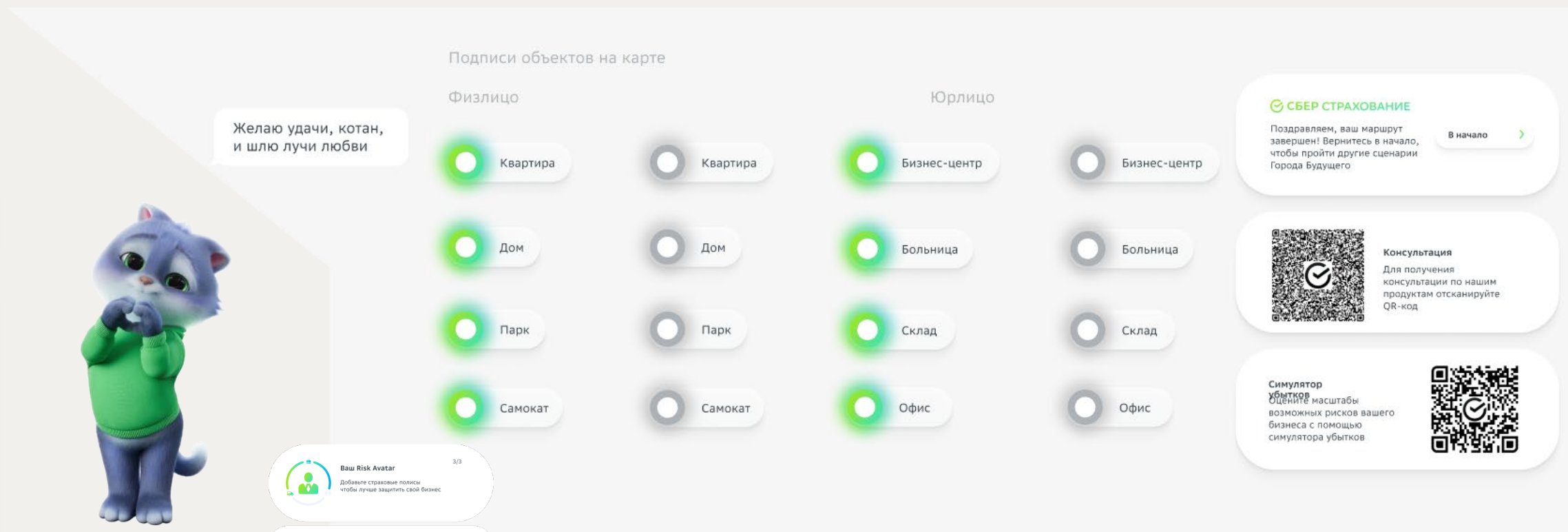
Создать интерактивную игру, презентующую услуги компании для стенда на ПМЭФ.

## СРОКИ

28 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы разработали интерактивную зону с тач-панелью, где пользователь мог создать свой аватар и пройти несколько веток сценария с разным уровнем застрахованности.



Проходя сценарии, пользователь в игровой форме узнавал о предоставляемых услугах СберСтрахования для физических и юридических лиц. Для тащ-панели мы разработали живой 3D-город, который плавно перетекал в физический макет, стоящий над экраном, а также 62 анимационные вставки и огромное количество интерфейсов под каждый сценарий игры.



## СБЕР

### ЗАДАЧА

Создать основной имиджевый ролик для центрального стенда Сбера на ПМЭФ в 4К.

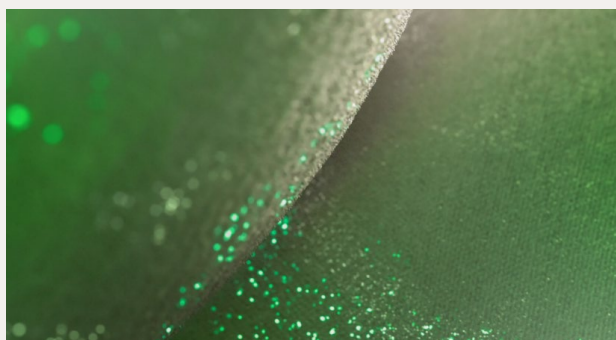
### СРОКИ

25 рабочих дней

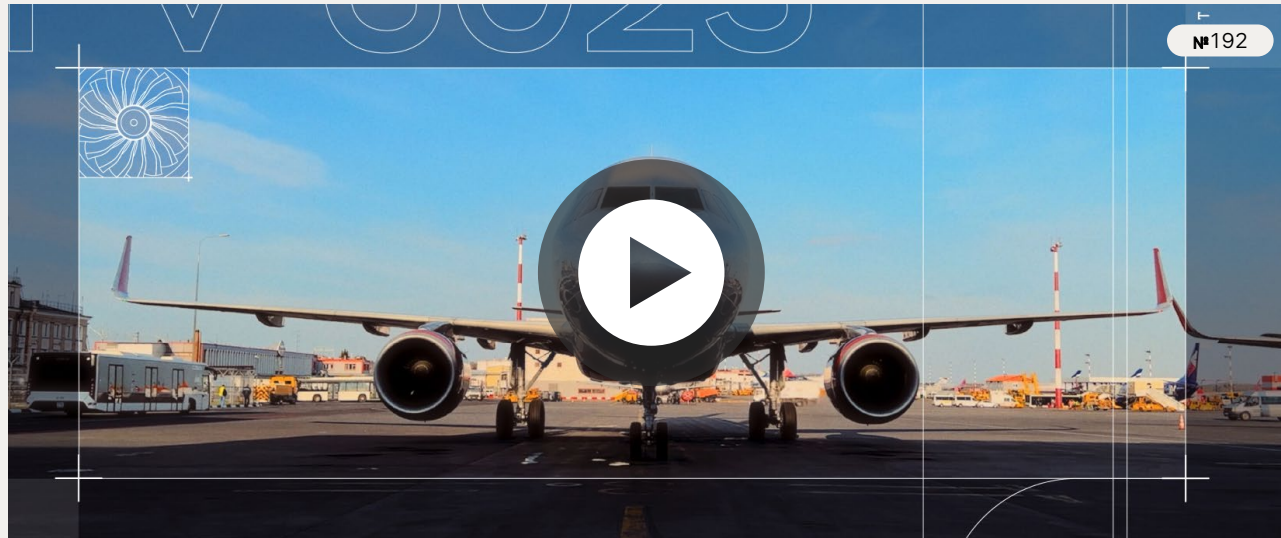
### РЕШЕНИЕ

В основу имиджевого ролика лег разработанный нами KV мероприятия. Он выполнен с особой любовью к брендбуку Сбера, материалам и тканям, а также освещению в 3д-пространстве.





В ролике мы объединили природные формы и технологичные материалы, заключив их в форму сердца, чтобы передать идею заботы Сбера о своих клиентах с помощью современных технологий.



## ОРВД

### ЗАДАЧА

Разработать полное графическое оформление выставочного стенда для ОрВД: создать короткометражный фильм об авиа профессиях, интерактивную игру и презентационную тач-панель с авиационными объектами России.

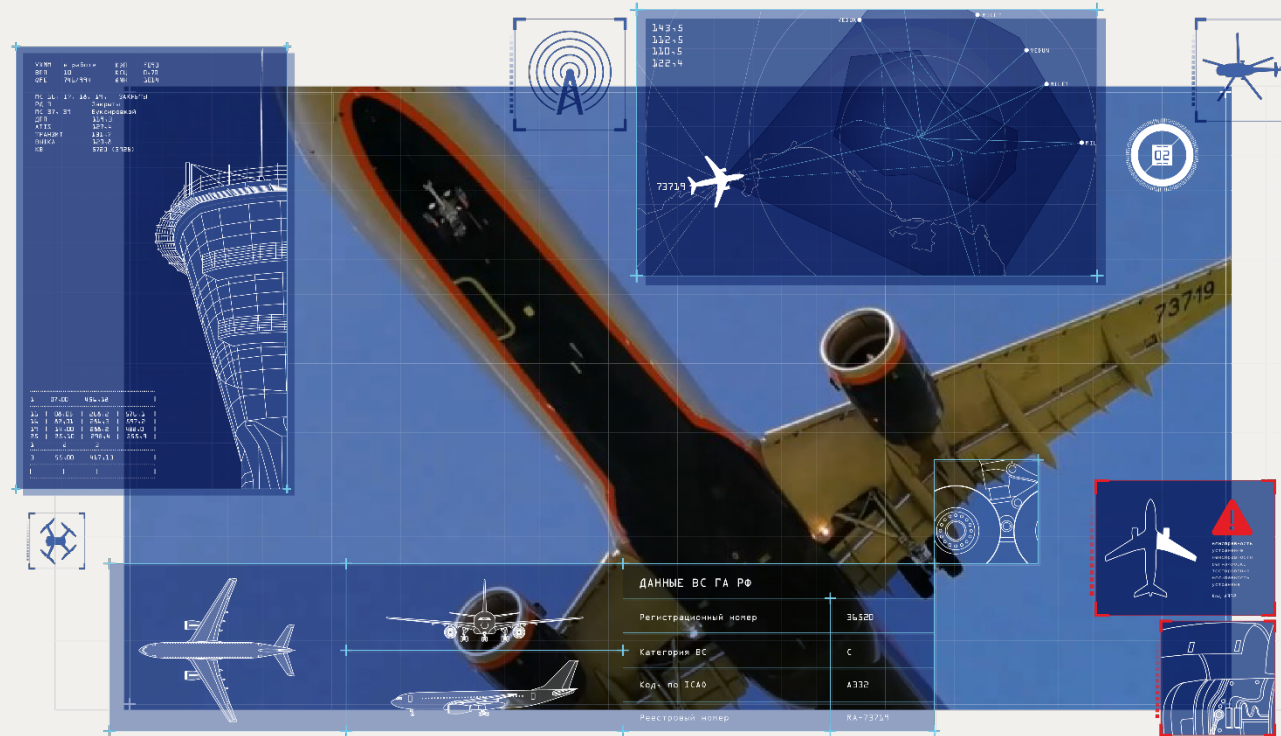
### СРОКИ

45 рабочих дней

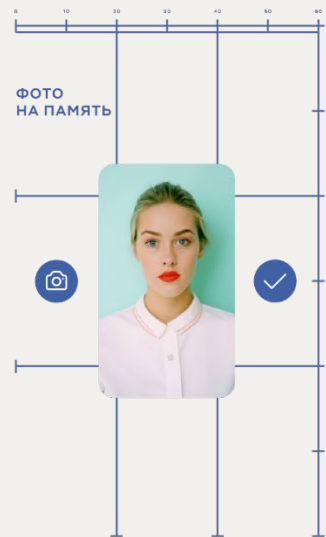
### РЕШЕНИЕ

Имиджевый фильм «Молодежь в авиации». Визуальный язык фильма строится на авиационных интерфейсах. Мы адаптировали для анимации элементы диспетчерских, навигационных и авиа-программ и интегрировали их в отснятые кадры. При создании графики мы работали с тонкими линиями, технологичными шрифтами, иконками, отсылающими к значкам в аэро-интерфейсах.



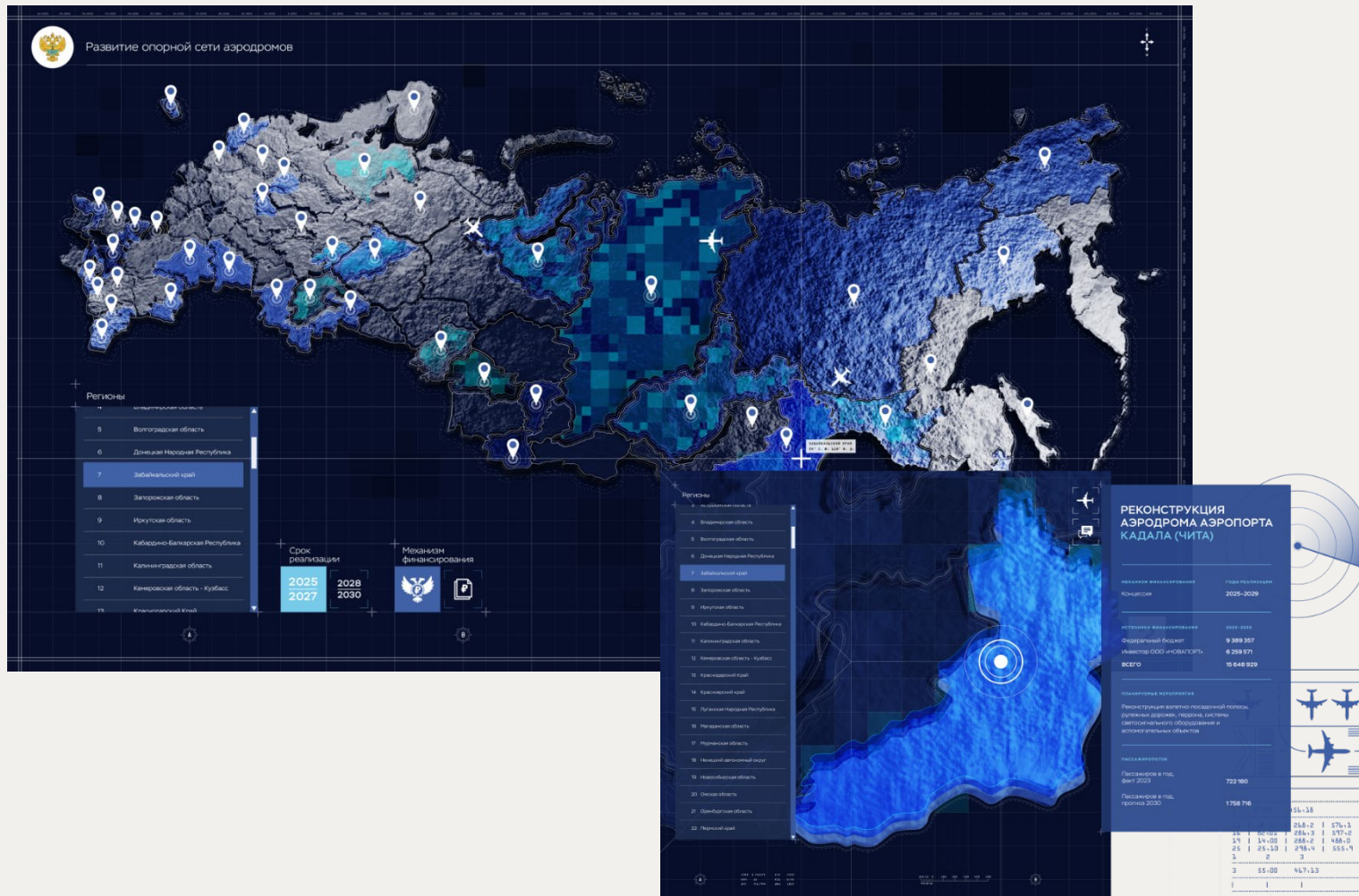


Также использовали полиэкраны, которые помогли заложить больше образов в фильм, придать ему динамики, и совместить графические шоты со съемочными материалами в одном кадре. В итоге получилась работа с аккуратным и современным графическим оформлением, но при этом с легко считываемой отсылкой к аэро-тематике.



## ИНТЕРАКТИВНАЯ ИГРА НА ОСНОВЕ ИИ

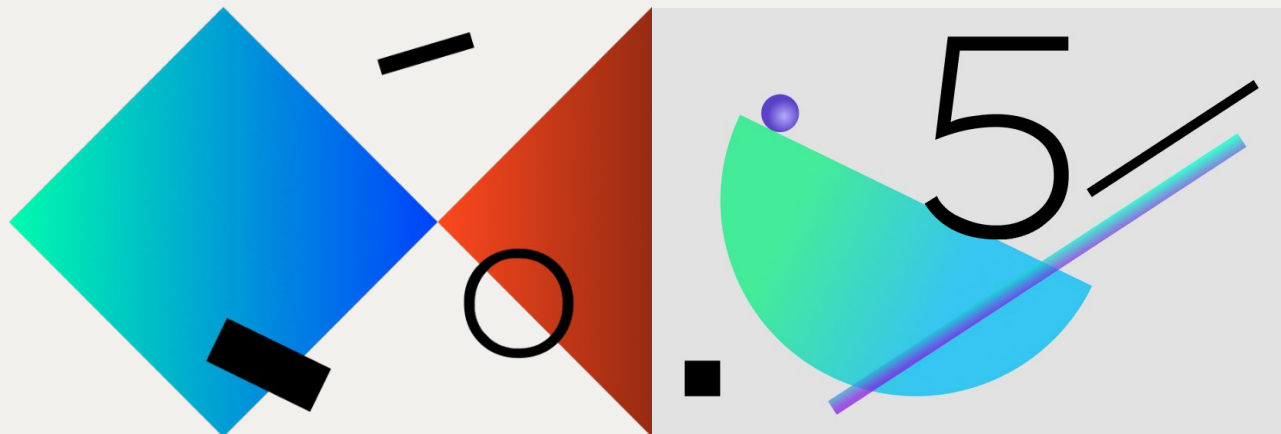
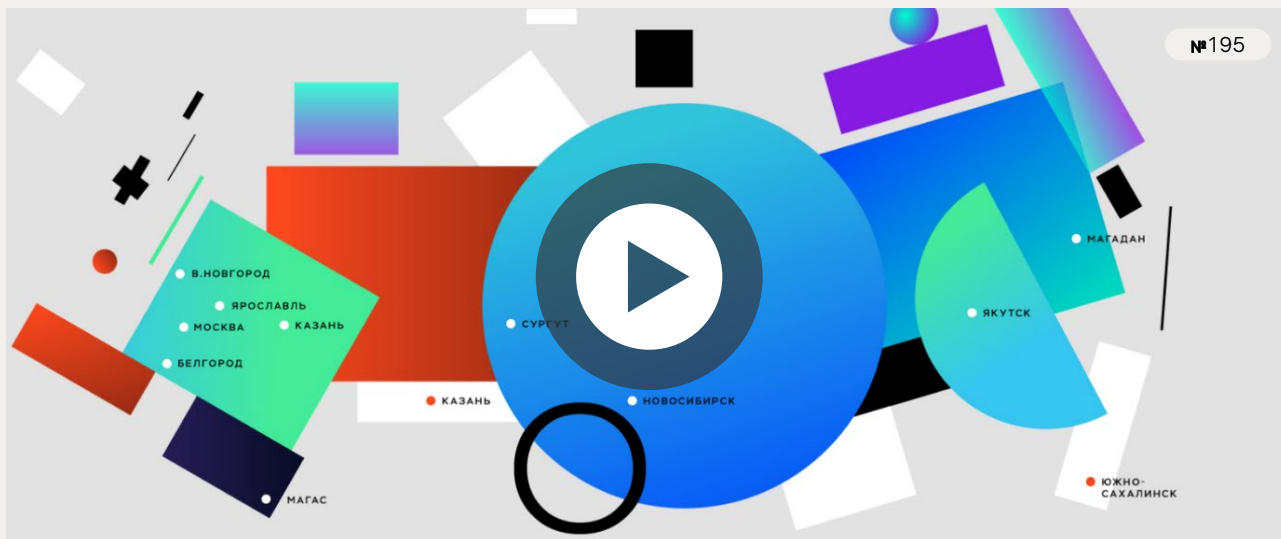
Мы разработали развлекательный тест на основе искусственного интеллекта — ответив на несколько вопросов, пользователь может узнать какая профессия в сфере авиации ему подойдет. Также пользователю предлагается сделать фото и сгенерировать изображение с помощью ИИ. Сразу после прохождения теста пользователь получает свой результат и индивидуальную иллюстрацию, на которой он может быть в роли пилота, бортпроводника, диспетчера, вертолетчика, спасателя или инженера.



## ИНТЕРАКТИВНАЯ КАРТА РОССИИ

Интерактив для тач-стола стенда мы реализовали с помощью игрового движка — создали интерфейс с 3D картой России, на которой отмечены все важные авиационные локации. Пользователь может управлять картой - масштабироваться на регионы и читать информационные сводки об аэропортах, аэродромах, диспетчерских центрах и других объектах.

Окна с информацией и навигационные интерфейсы мы выполнили в 2D технологии - взяли за основу фирменный стиль Росавиации и дали ему новое, более технологичное прочтение. Также мы «оживили» общую композицию карты с помощью зацикленной анимации летающих самолетов.



# СБЕР

## ЗАДАЧА

Создать 2D видео для продуктовой презентации «Школы 21».

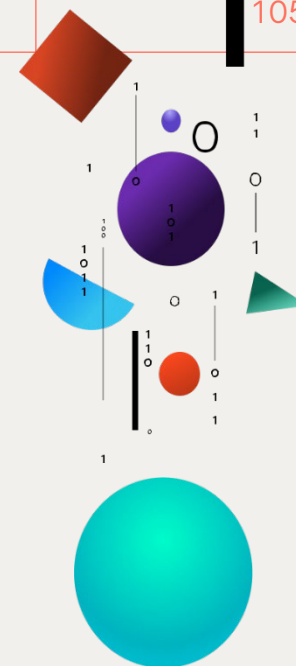
## СРОКИ

7 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Клиент обратился к нам с готовым визуальным решением, которое основывалось на одном из направлений авангардного искусства — супрематизме.

Нам предстояло донести до зрителей информацию о «Школе 21» с помощью анимации ярких геометрических фигур. Наша команда подошла к этой технической задаче с творческой стороны, и не просто заанимировала, а «оживила» объекты. При помощи ритма, динамики и трансформации мы превратили фигуры в настоящих героев, за которыми интересно наблюдать.





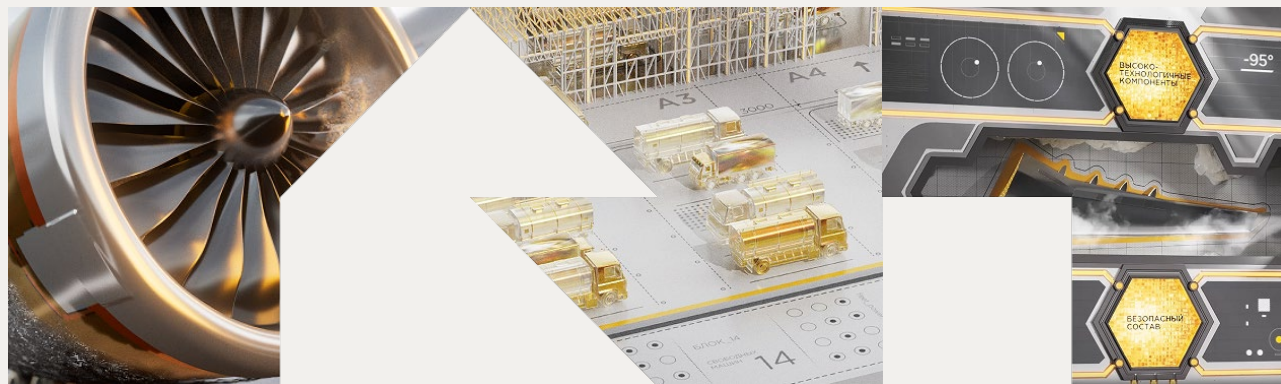
# АВИАФЛЮИД

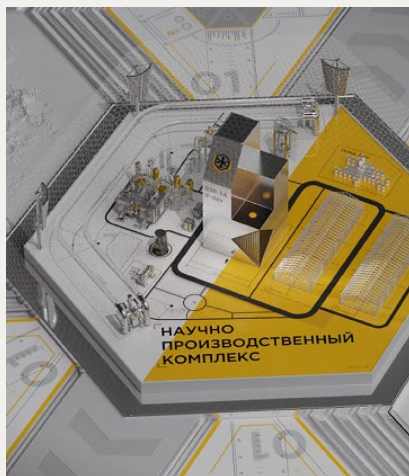
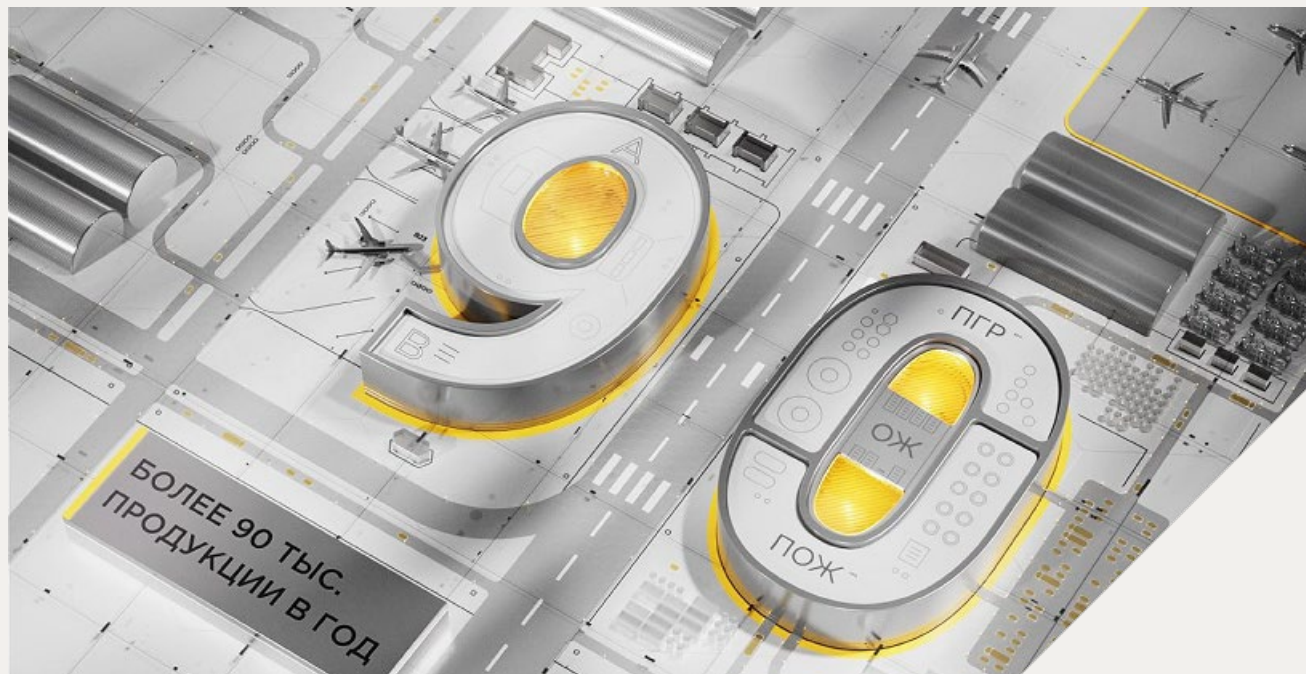
## ЗАДАЧА

Создать 3D видео о компании и производстве для выставки

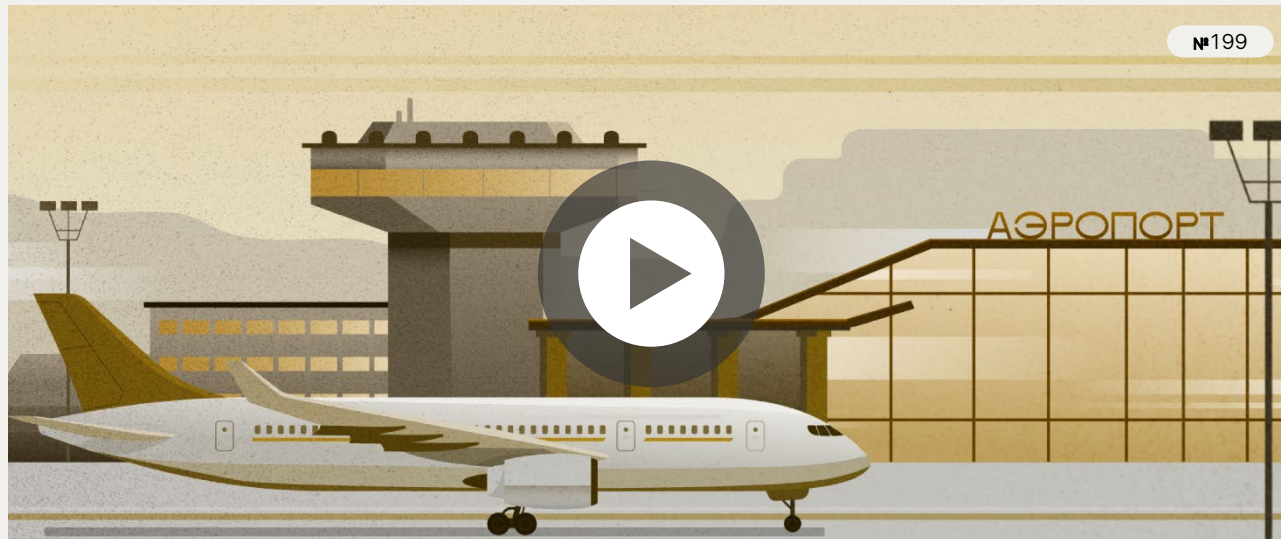
## РЕШЕНИЕ

Для продуктового ролика мы разработали концепцию «От создания к использованию». Она отражает весь путь продуктов AVIAFLUID — от производства и многоступенчатого контроля качества до применения. Такой сюжет помог нам донести до зрителей всю необходимую информацию, а также показать деятельность компании изнутри и подкрепить доверие к ее продуктам.





Ролик выполнен в серьезном минималистичном стиле, так как производство продуктов, обеспечивающих безопасность, не терпит ничего лишнего. В основе стилистики лежит цветовая палитра и бренд-элементы компании, лаконичные, но узнаваемые образы и такие материалы как металл, камень, и стекло.



# АВИАФЛЮИД

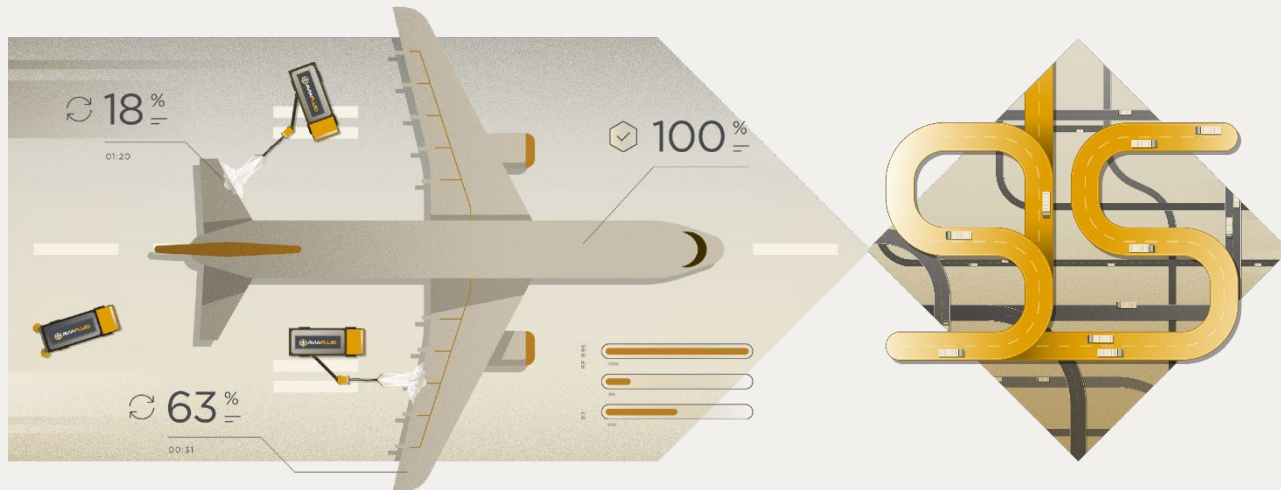
## ЗАДАЧА

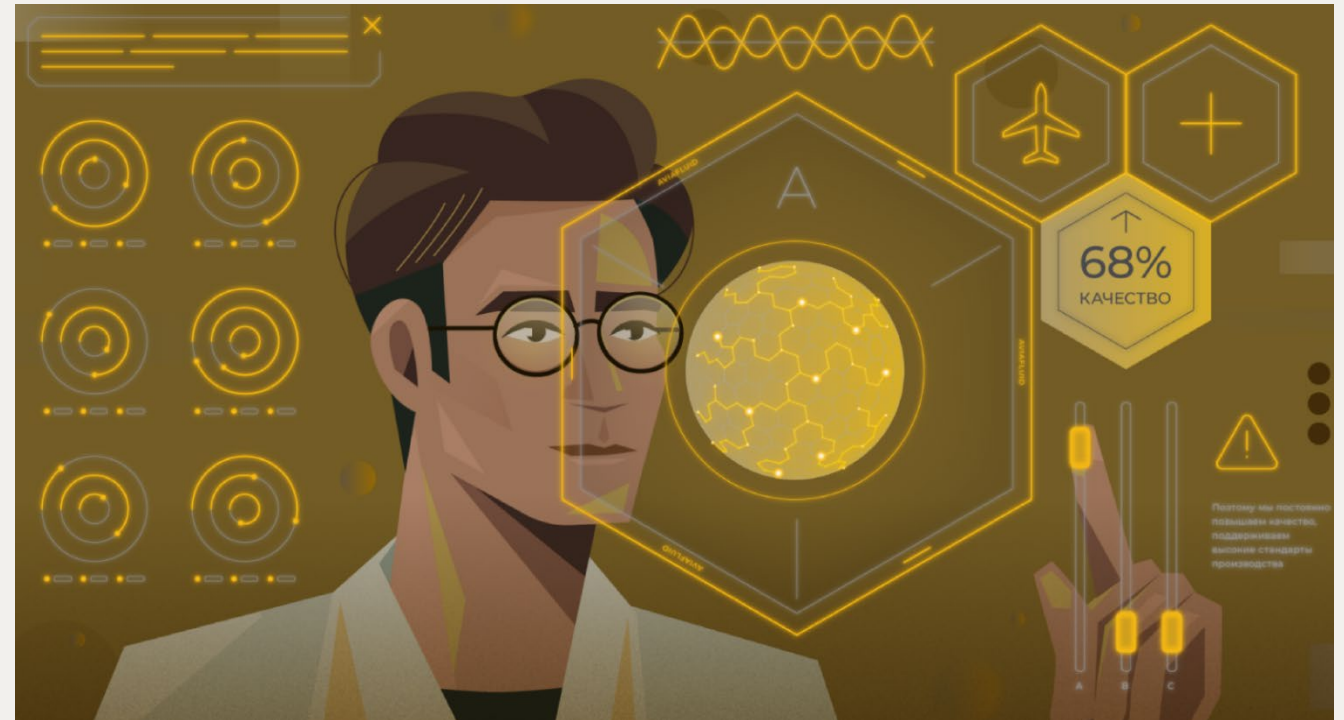
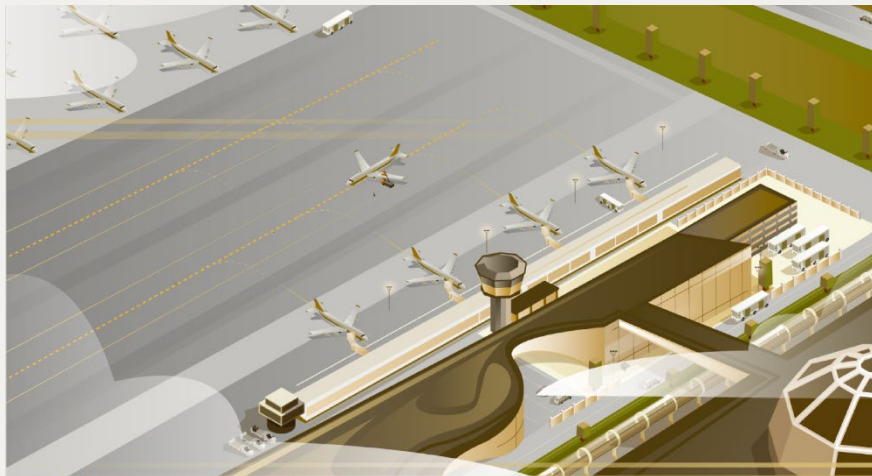
Создать 2D видео о компании

## РЕШЕНИЕ

Особое пожелание клиента: сделать имиджевый ролик позитивным и легким для восприятия, но заложить в него важную информацию о компании AVIAFLUID.

Мы разработали концепцию «Исследуй мир безопасно». Ведь самое главное в любом авиа-путешествии — это безопасность на всех этапах. От взлета до прикосновения шасси к посадочной полосе. Чтобы заложить в ролик УТП продуктов мы сделали особый акцент на тщательной подготовке самолетов, их внутренних систем и инфраструктуры аэропортов к полетам с помощью продукции AVIAFLUID.





Безопасность, ответственный подход и профессионализм компании мы отразили через использование четких геометрические форм, а атмосферу путешествий передали за счет соответствующей стилистики и образов в кадрах.



# ЯНДЕКС

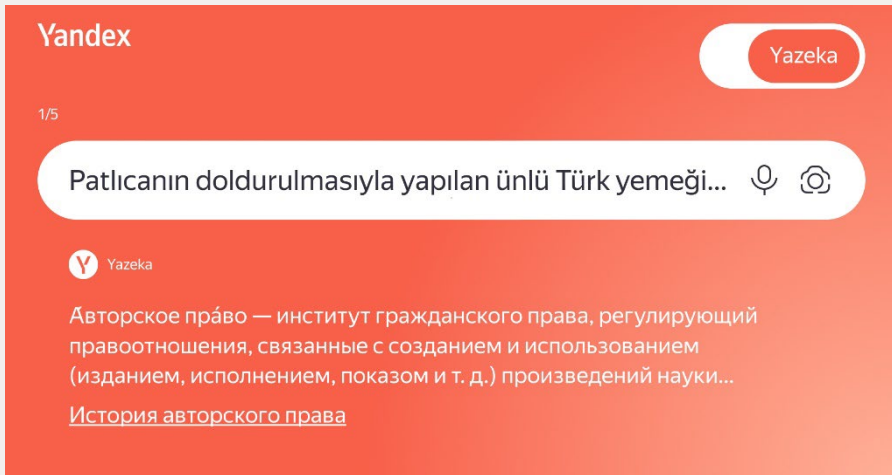
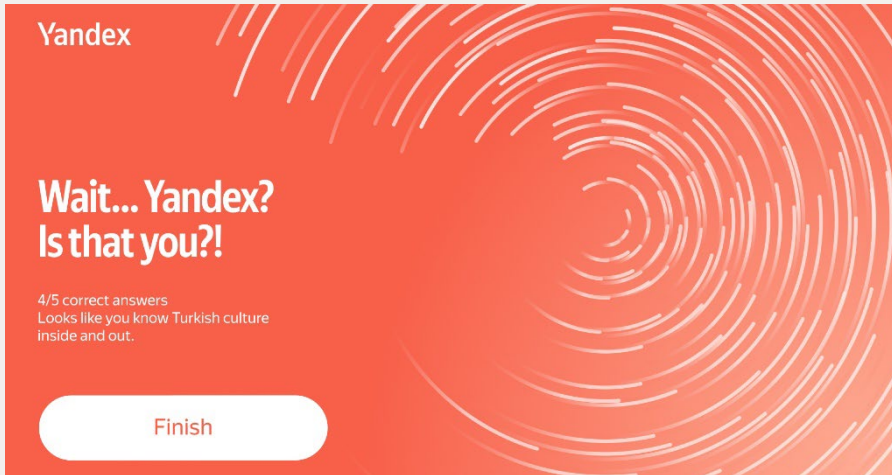
## ЗАДАЧА

Подготовить контент для инсталляции и интерактивную тач-панель

## РЕШЕНИЕ

При разработке стилистического направления для инсталляции мы старались сохранить узнаваемость Нейро, но при этом добавить в визуал масштабности, некой «магии». Нам хотелось отразить глобальную работу сервиса, которая остается «за кадром» — поиск данных, аналитика, умение запоминать контекст беседы с пользователем и так далее. Ведь именно это делает сервис удобным и быстрым — пользователь получает нужный ответ за считанные секунды. Чтобы решить эту задачу мы совместили бренд-цвета и логотип Нейро с эффектом многослойности. Таким образом зритель видит перед собой глубокую, как будто бесконечную композицию из слов и букв, которая в какой-то момент складывается в единое предложение с ответом на вопрос.





Оформление тач-панелей с интерактивами мы создали на стыке двух гайдбуков, полученных от клиента: отразили и стилистику мероприятия, и брендинг сервиса Яндекс Нейро.



# ТАТНЕРТЬ

## ЗАДАЧА

Подготовить мультимедийное оформление юбилейного концерта к 75-летию компании, который проходил в Альметьевске. Нужно было соединить исторические материалы и современную визуализацию в масштабное шоу.

## СРОКИ

30 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы собрали графику для 11 экранов сцены: использовали фоторил и абстрактную 3D графику, коллажную 2D графику и различные спецэффекты для динамичных фонов.

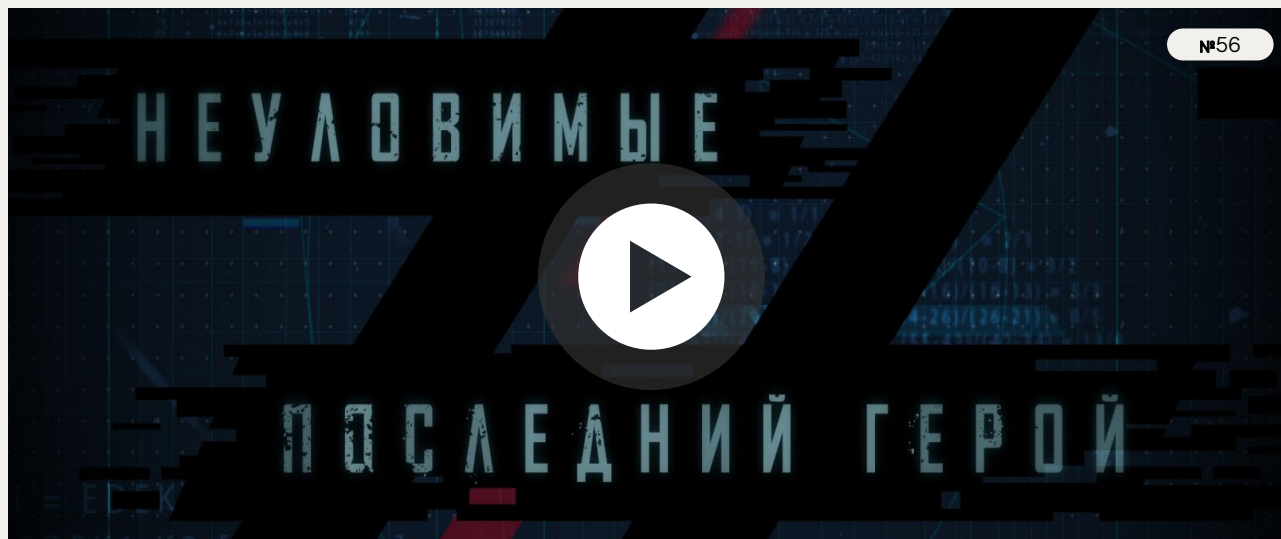
Для части роликов применили нейросети, чтобы оживить изображения и добиться эффектного перехода от прошлого к настоящему. В результате зрители увидели цельное мультимедийное сопровождение, которое подчеркнуло значимость юбилея и стало частью большого праздничного события для города.







Также мы с нуля создали интерфейсы несуществующей базы данных и визуализировали личные социальные сети и профайлы героев.



# НЕУЛОВИМЫЕ. ПОСЛЕДНИЙ ГЕРОЙ

## ЗАДАЧА

Создать графическое оформление для второй части отечественного молодежного боевика «Неуловимые. Последний герой» — разработать титры, инфографику и интерфейсы.

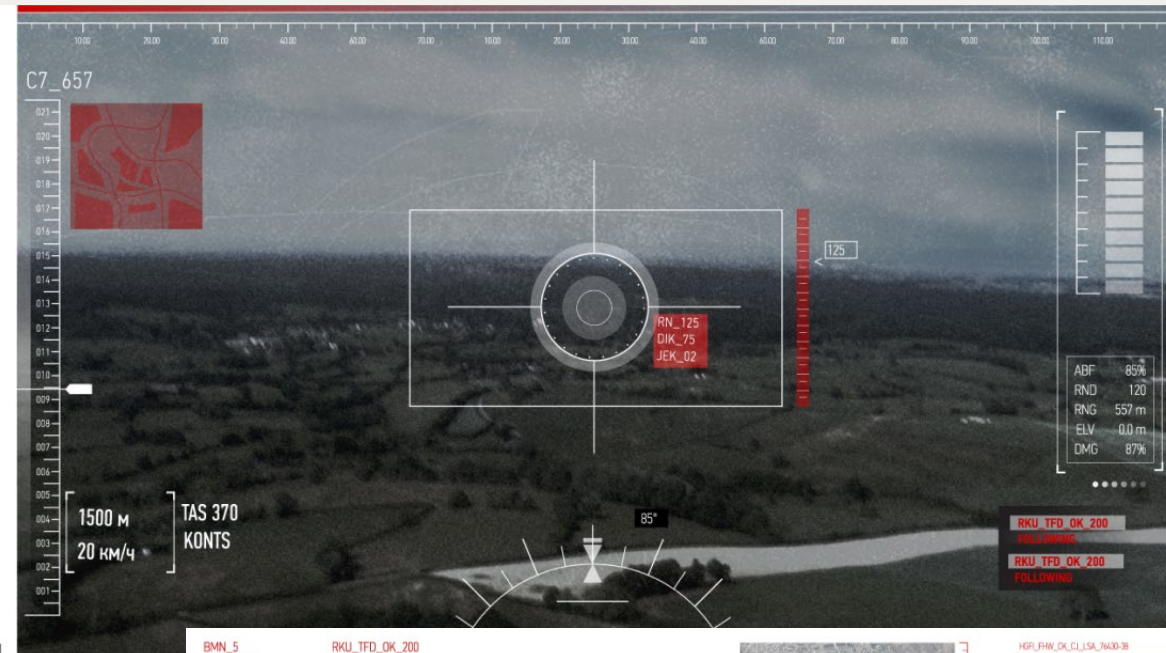
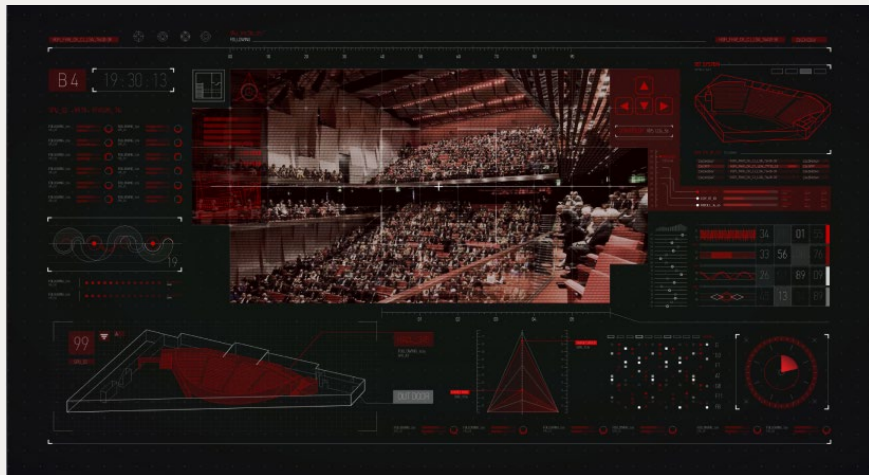
## СРОКИ

25 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Наша команда уже работала над первой частью молодежного боевика. Во второй части фильма «Неуловимые» помимо создания титров, мы продолжили работу над несуществующими интерфейсами.





BMN_5	RKU_TFD_OK_200	HPU_FHW_OK_DJ_LSA_7AK9_38	ZKCHG5W
FOCC_802	FOLLOWING	HPU_FHW_OK_DY_LBK_7730_35	ZKCHG5W
BMN_7	RKU_TFD_OK_273	HPU_FHW_OK_DY_LBK_7730_35	ZKCHG5W
FOCC_872	FOLLOWING	HPU_FHW_OK_DY_LBK_7730_35	ZKCHG5W
BMN_9	RKU_TFD_OK_314	HPU_FHW_OK_DY_LBK_7730_35	ZKCHG5W
FOCC_875	FOLLOWING	HPU_FHW_OK_DY_LBK_7730_35	ZKCHG5W

В частности, мы анимировали интерфейс хакерской программы, используемой одним из персонажей фильма, а также разработали стиль для информационной базы вымышленной секретной службы.



# ГИМАЕВ ГОВОРИТ

## ЗАДАЧА

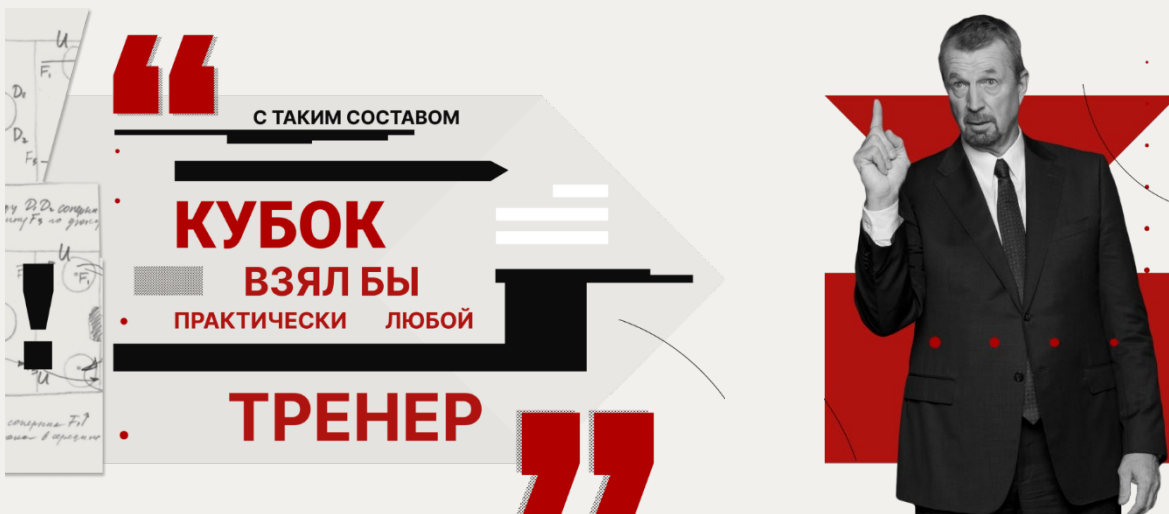
Разработать открывающую заставку для программы «Говорит Гимаев» на телеканале «Матч ТВ».

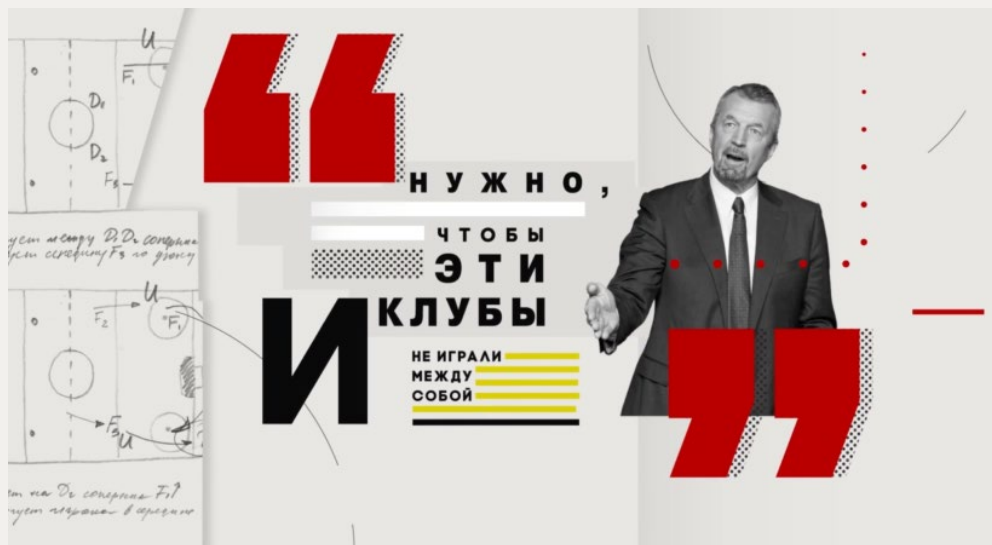
## СРОКИ

20 рабочих дней

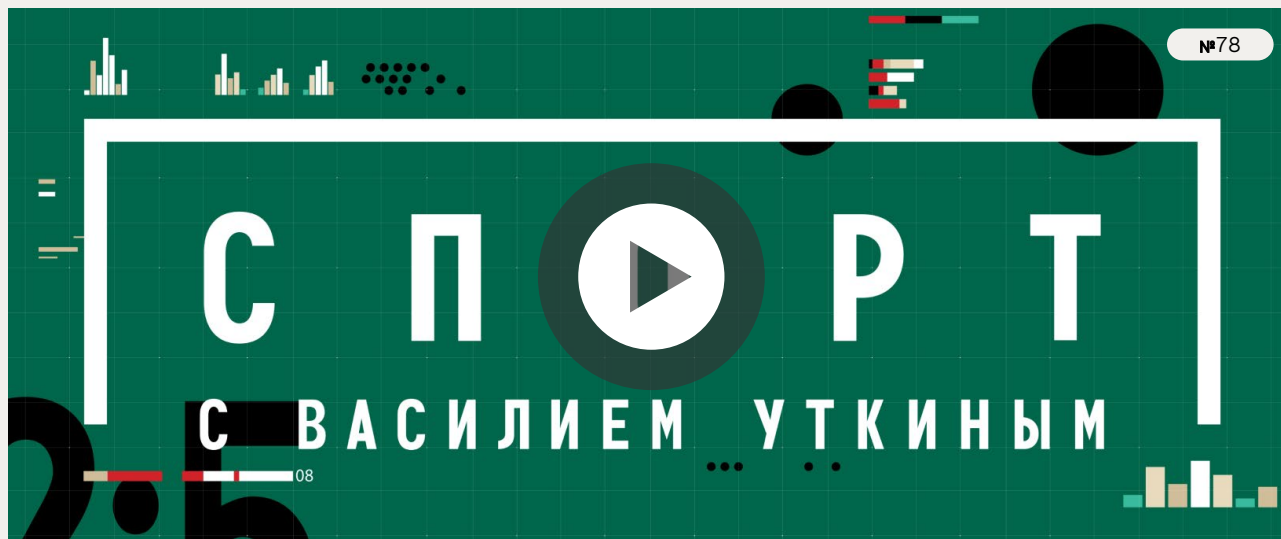
## РЕШЕНИЕ

Работая над заставкой для экспертного проекта телеканала «Матч ТВ» «Говорит Гимаев», мы использовали прием аппликативного моушн-дизайна.





С его помощью нам удалось продемонстрировать экспрессию ведущего — заслуженного тренера России Сергея Гимаева. Цитаты хоккейного эксперта удачно дополнили анимацию.



# СПОРТ С ВАСИЛИЕМ УТКИНЫМ

## ЗАДАЧА

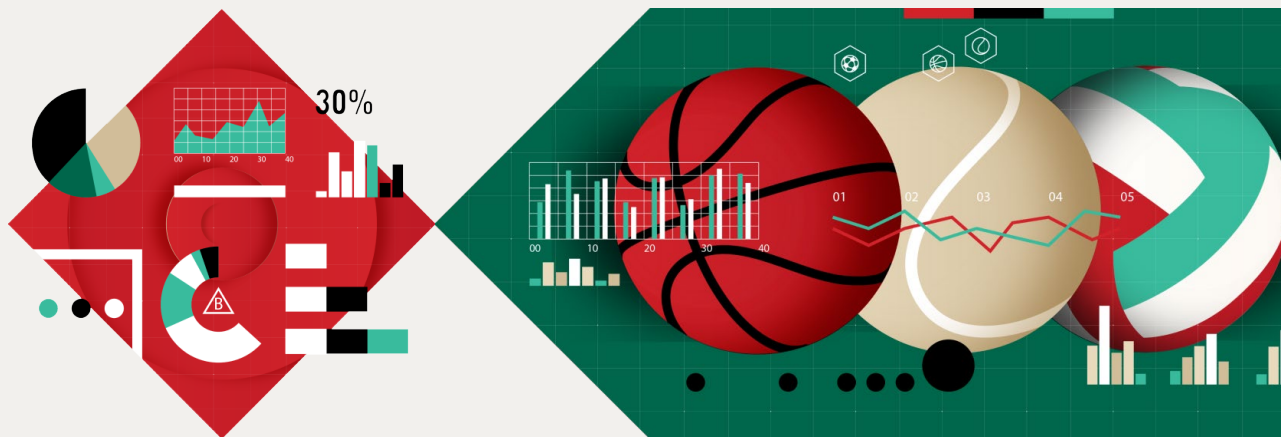
Разработать графическое оформление программы «Спорт с Василием Уткиным» на телеканале «Матч ТВ».

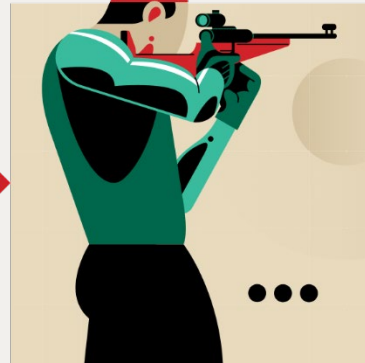
## СРОКИ

18 рабочих дней

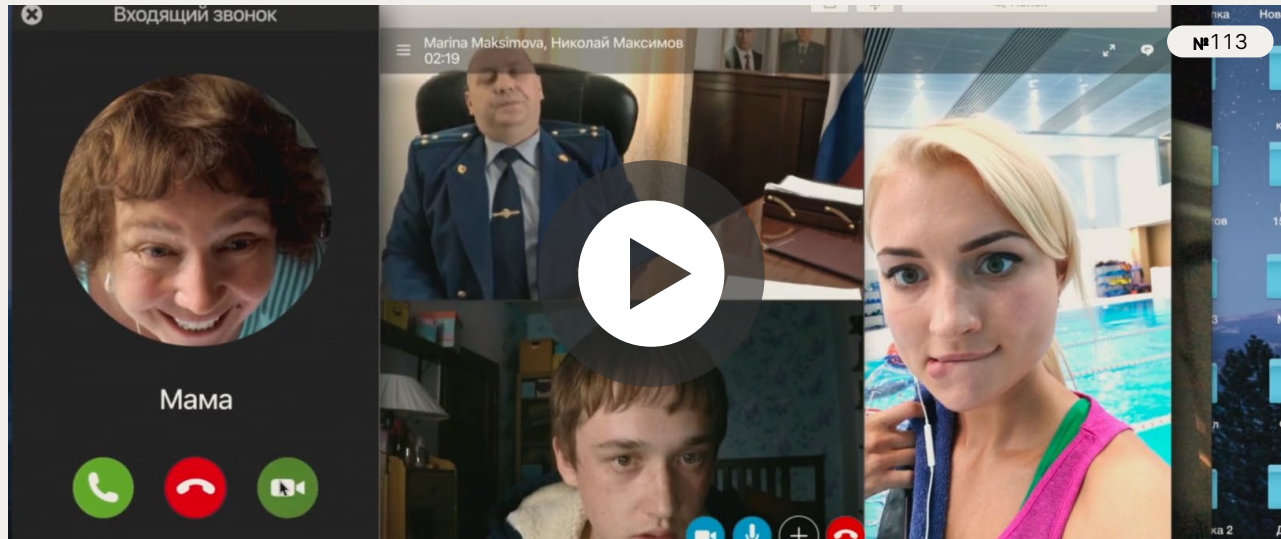
## РЕШЕНИЕ

Мы разработали полное графическое оформление новой телепрограммы «Спорт с Василием Уткиным» — создали открывающую заставку, подводки к разным блокам программы и информационные сводки.





Проект реализован в флэт-стилистике, с добавлением инфографики, интерфейсов и 3D анимации для более интересных и динамичных переходов. В передаче комментатор рассуждает не только о футболе, но и о других видах спорта. Каждый из них мы визуализировали с помощью персонажей — спортсменов и дополнительных тематических деталей.



# ДНЮХА

## ЗАДАЧА

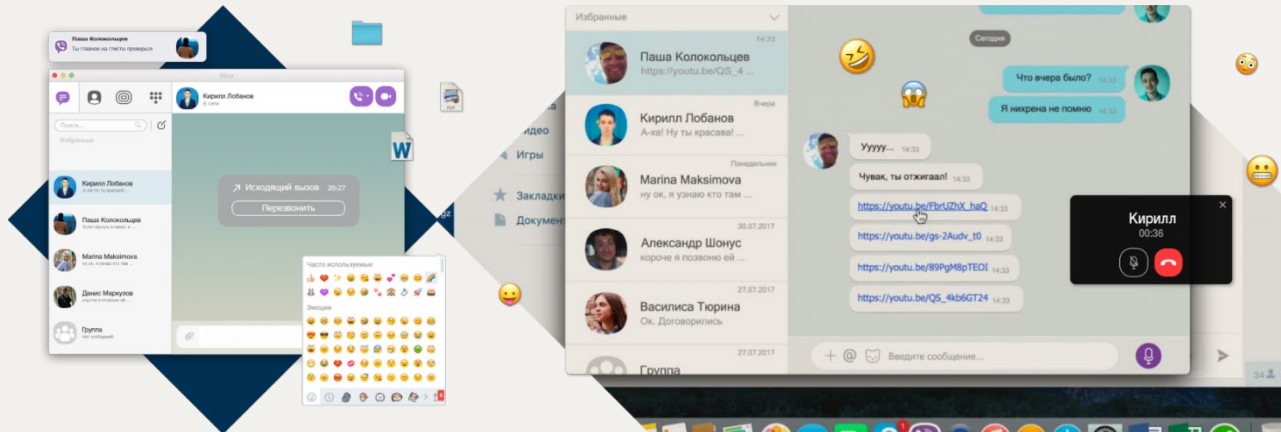
Создать графическое оформление для российской комедии «Днюха»

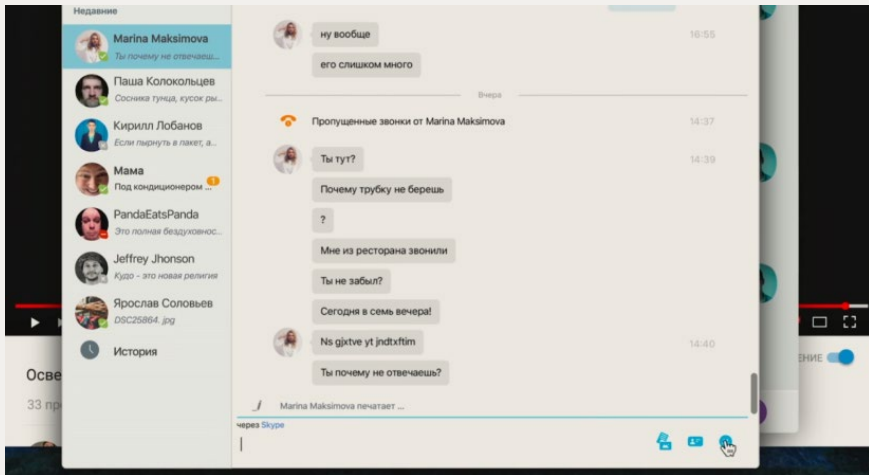
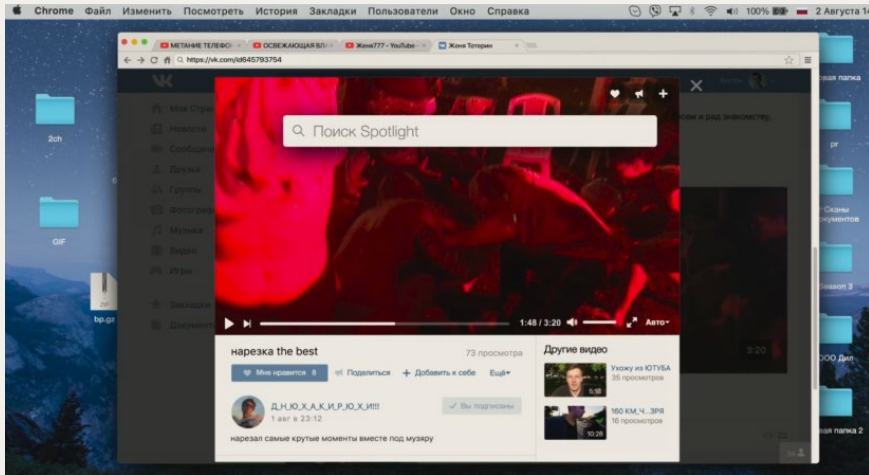
## СРОКИ

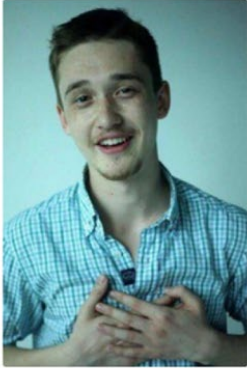
59 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Мы спроектировали все компьютерные интерфейсы, через которые раскрывается сюжет фильма — приложения, программы, чаты, видеосвязь и многое другое.







**Антон Баженов** заходил сегодня в 5:08

Я это ты, ты - это я.

---

День рождения: 8 августа 1995 г.

Семейное положение: влюблён в Marina Maksimova

Место учёбы: Финансовый университет при Правительстве РФ (ЯФ) (бывш. ВЗФЭИ)

[Показать подробную информацию](#)

100

друзей

1

подписчик

25

фотографий


1


отметка


102


видеозаписи


Друзья 100 новости


  
Ратмир

  
Roberto

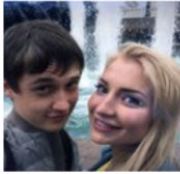



  
Екатерина

  
Иван

  
Василий

  
Алексей

Фотографии Антона 25

Кроме разработки интерфейсов мы анимировали курсор мыши и скорость набора текста отдельно для каждого персонажа. Это не просто анимация, а целый драматургический ход — через скорость курсора и появления букв мы передаем настроение и чувства персонажей.



# ТРЕНЕРСКИЙ ШТАБ

## ЗАДАЧА

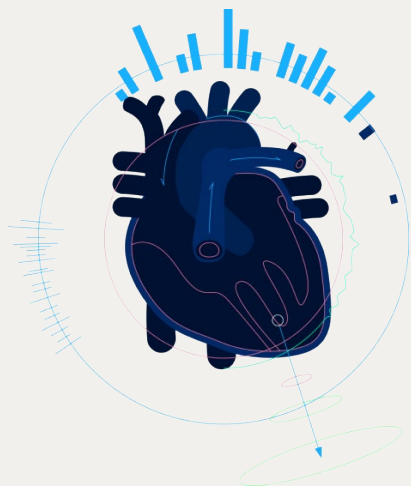
Разработать открывающую заставку программы «Тренерский штаб» на телеканале «Матч ТВ».

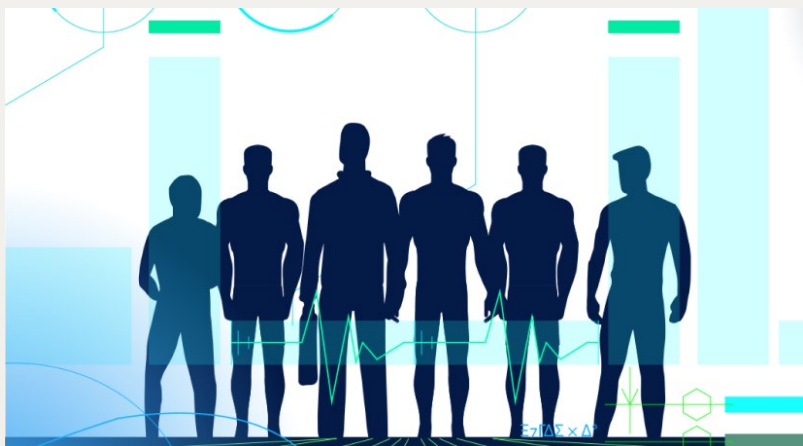
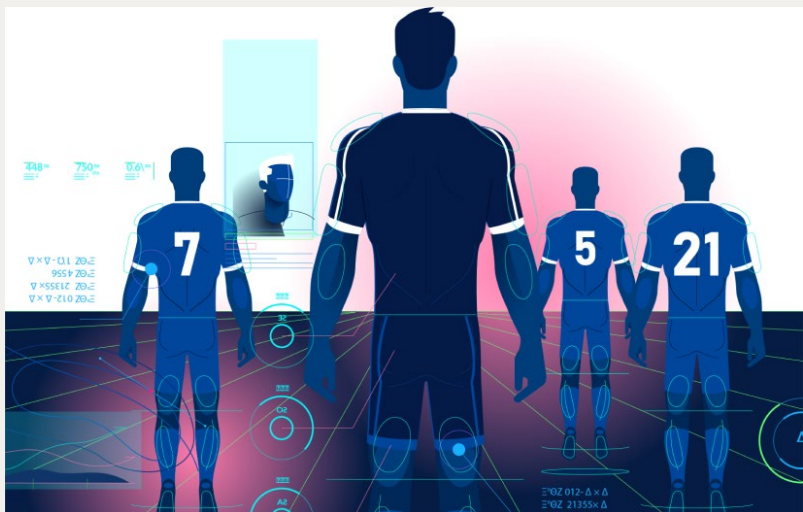
## СРОКИ

14 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Работа тренерского состава — это серьезный труд, требующий не только знания правил игры, но и огромного количества аналитики, терпения и упорства. Именно поэтому мы показали работу тренеров через сложные, многослойные, наполненные различными деталями и мелочами интерфейсы.





Такая стилистика помогла нам показать спорт глазами тренера — он буквально «насквозь» видит ход игры, действия противников и стратегию своих игроков.



# НА ГОЛ СТАРШЕ

## ЗАДАЧА

Разработать заставку и графическое оформление программы телеканала «Матч ТВ»

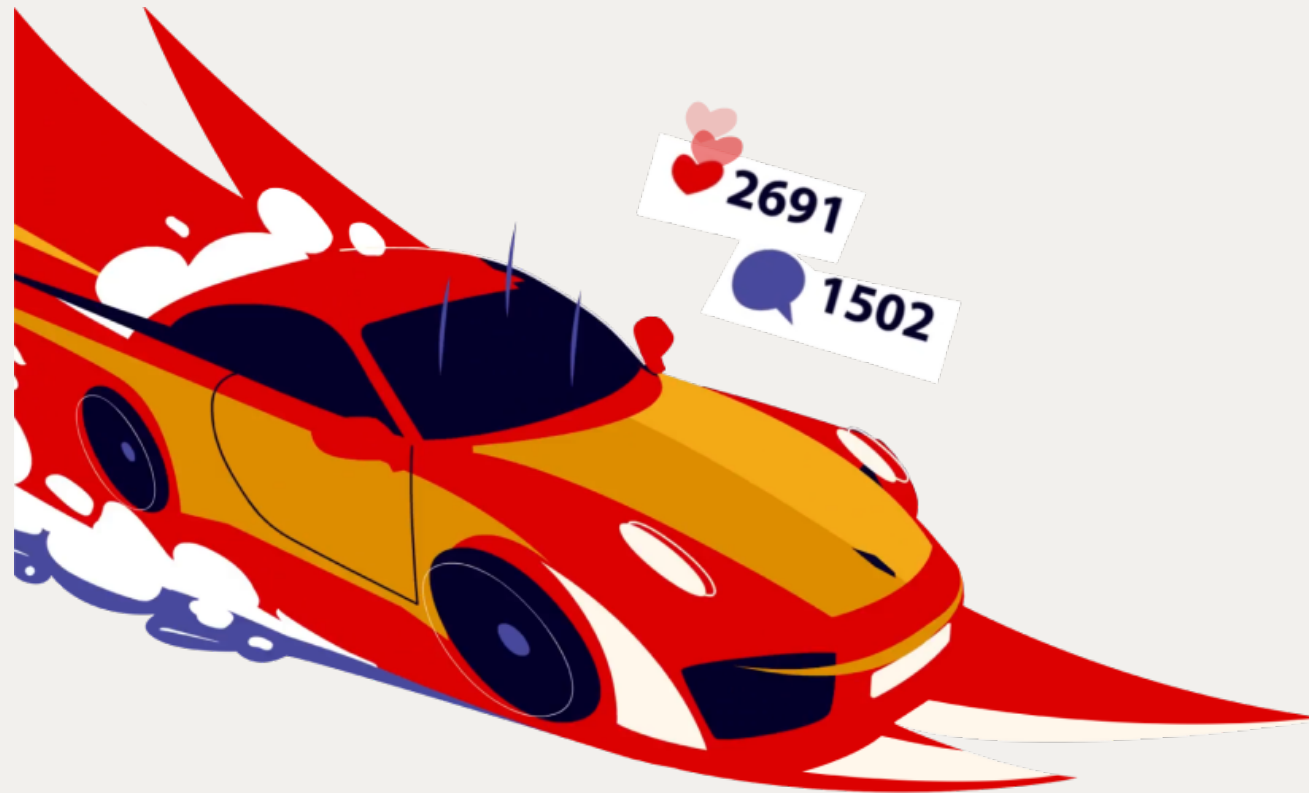
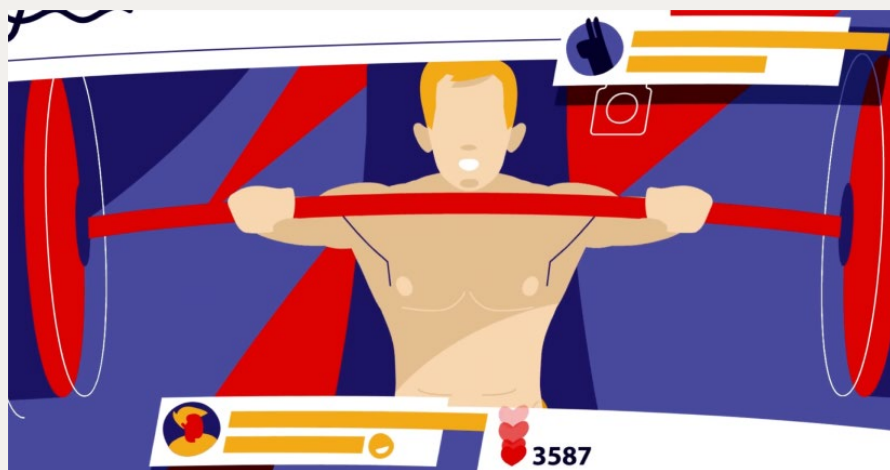
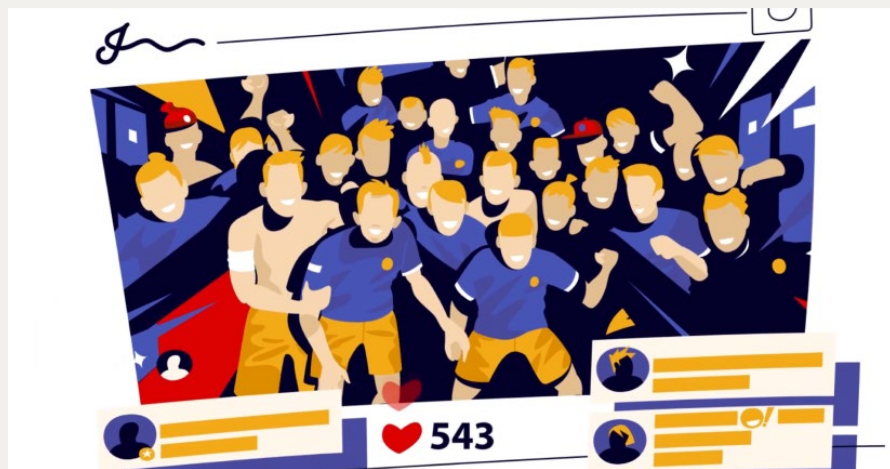
## СРОКИ

18 рабочих дней

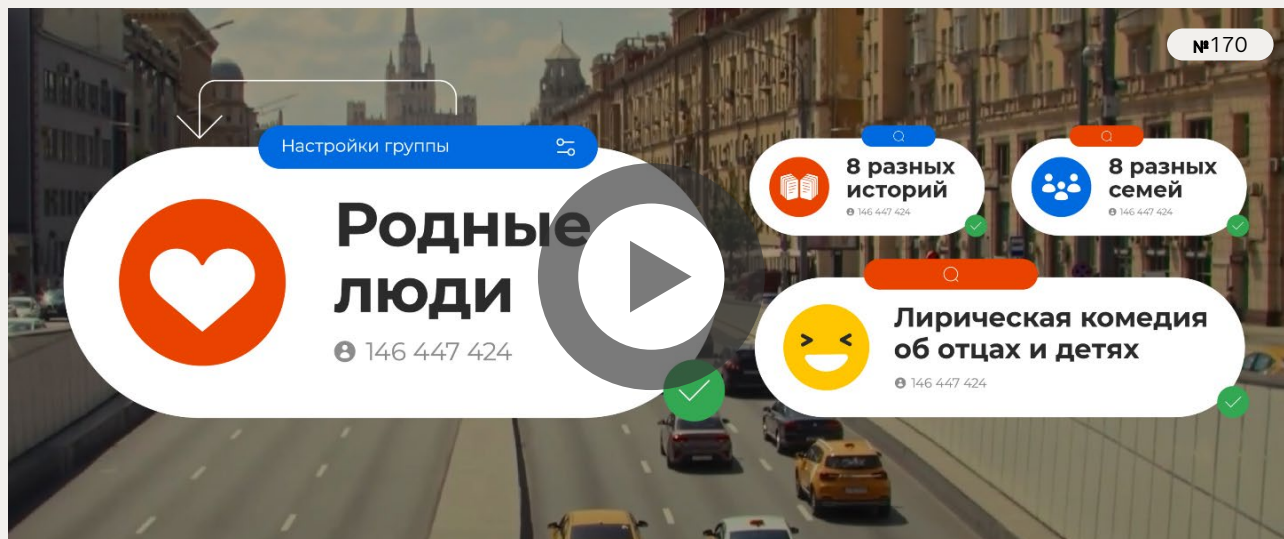
## РЕШЕНИЕ

Мы создали открывающую заставку и графическое оформление для телепрограммы о перспективных футболистах Премьер-лиги.





В заставке мы художественно обыграли интерфейс популярной у молодого поколения соцсети и разработали персонажей, олицетворяющих героев программы.



# РОДНЫЕ ЛЮДИ

## ЗАДАЧА

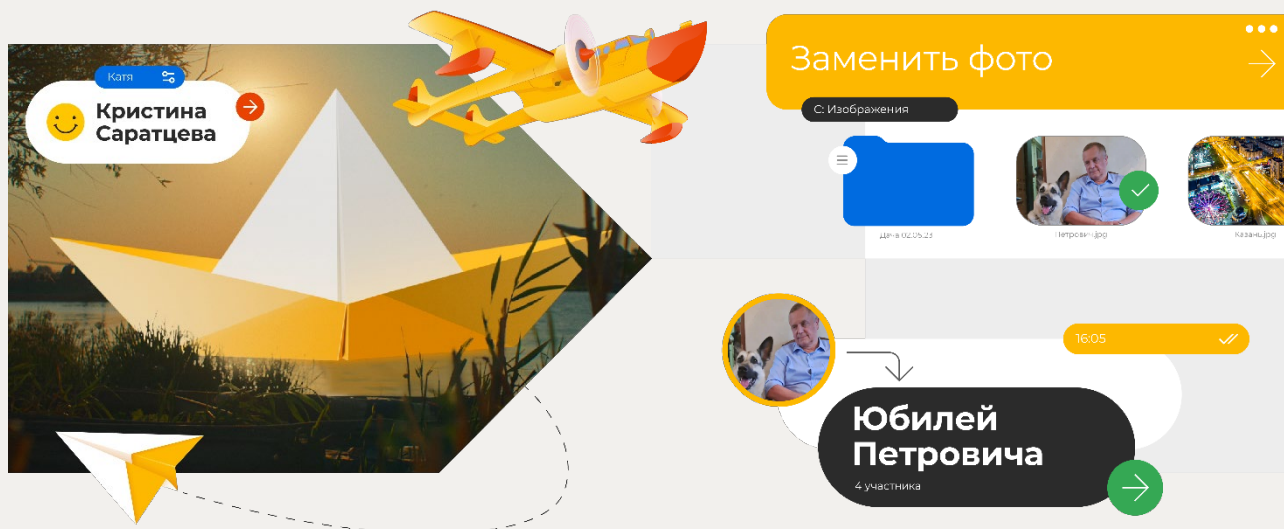
Разработать уникальный фирменный стиль сериала «Родные люди» и реализовать в нем вступительные титры, интерфейсы и мастер-баннер.

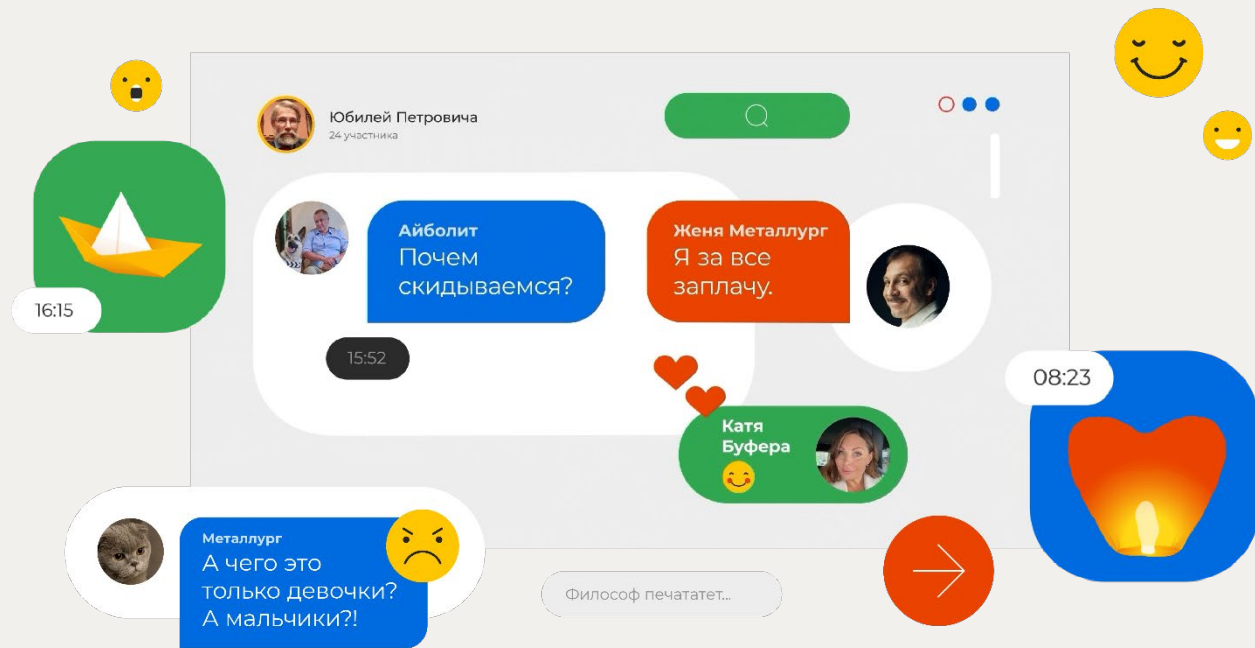
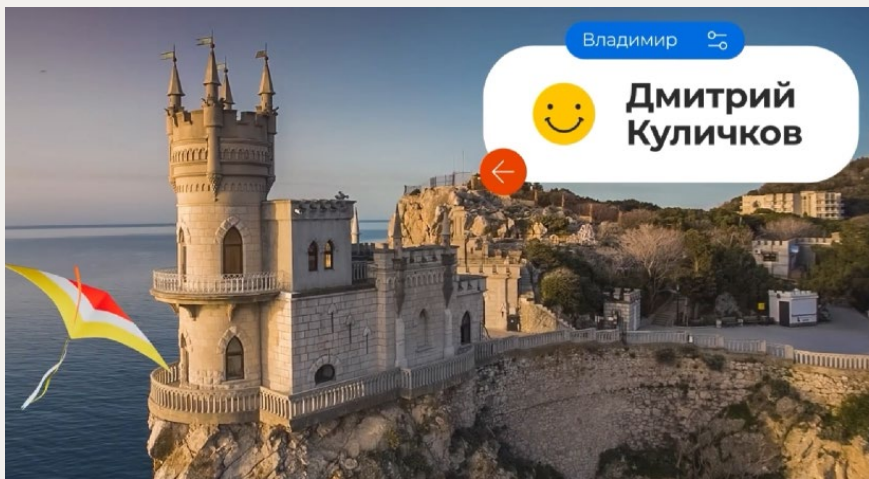
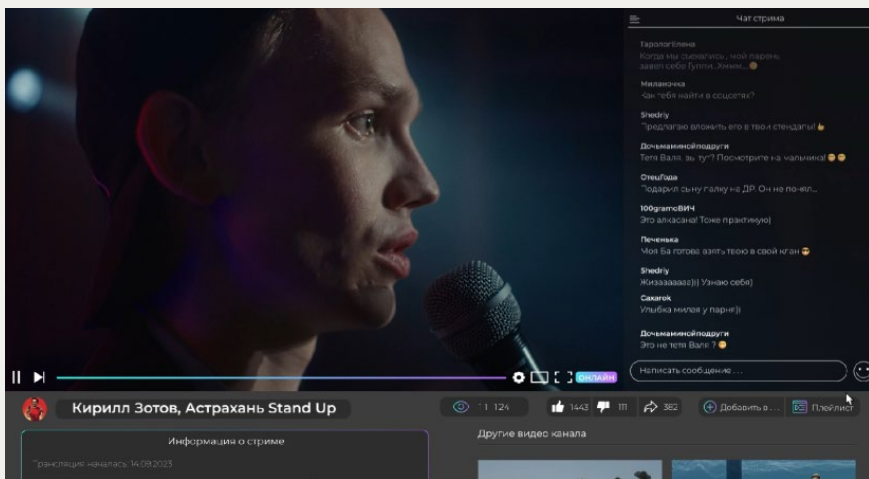
## СРОКИ

29 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

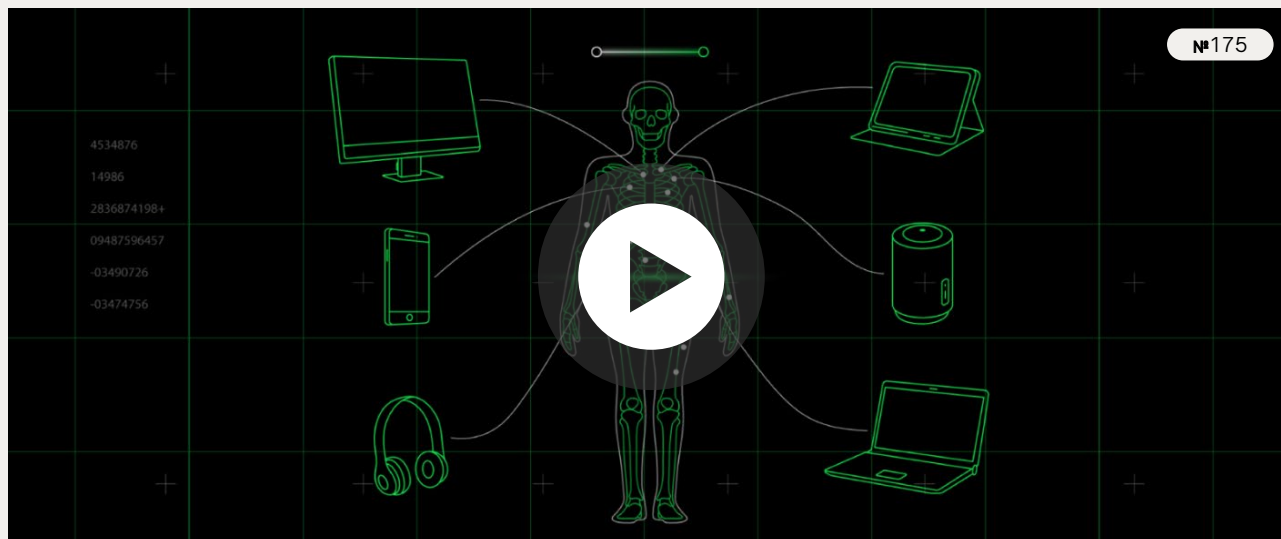
Так как сюжет сериала позитивный, мы разработали фирменный стиль в яркой палитре, с использованием «дружелюбных» округлых форм.





На основе фирстиля мы сделали оригинальный интерфейс мессенджера, в котором общаются герои сериала. Также, элементы этого интерфейса служат графическим оформлением для вступительных титров каждой серии и основой дизайна мастер-баннера.

Для последней серии «Родных людей» мы создали несуществующий интерфейс видеохостинга и интегрировали в него финальные титры сериала.



# КОРОЧЕ, ПЛАН ТАКОЙ

## ЗАДАЧА

Создать графику для комедийного сериала «Короче, план такой» — погони, взрывы, извержение вулкана, шпионские технологии и интерфейсы.

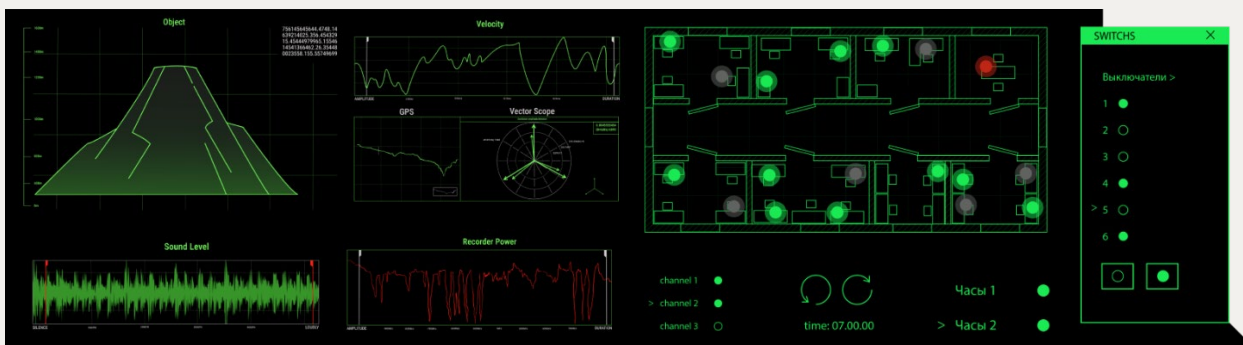
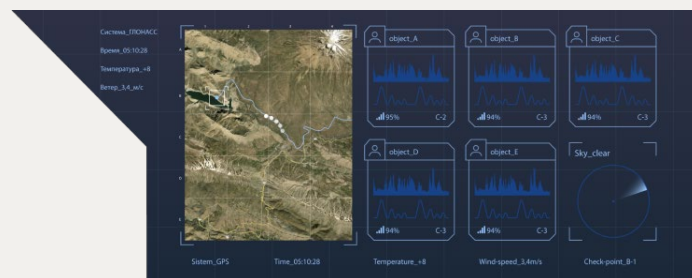
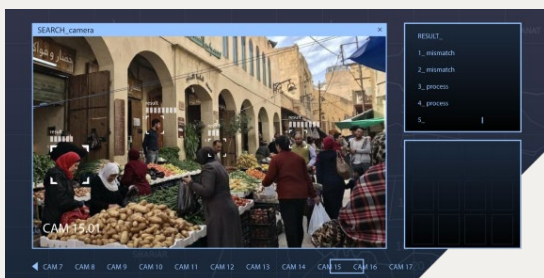
## СРОКИ

47 рабочих дней

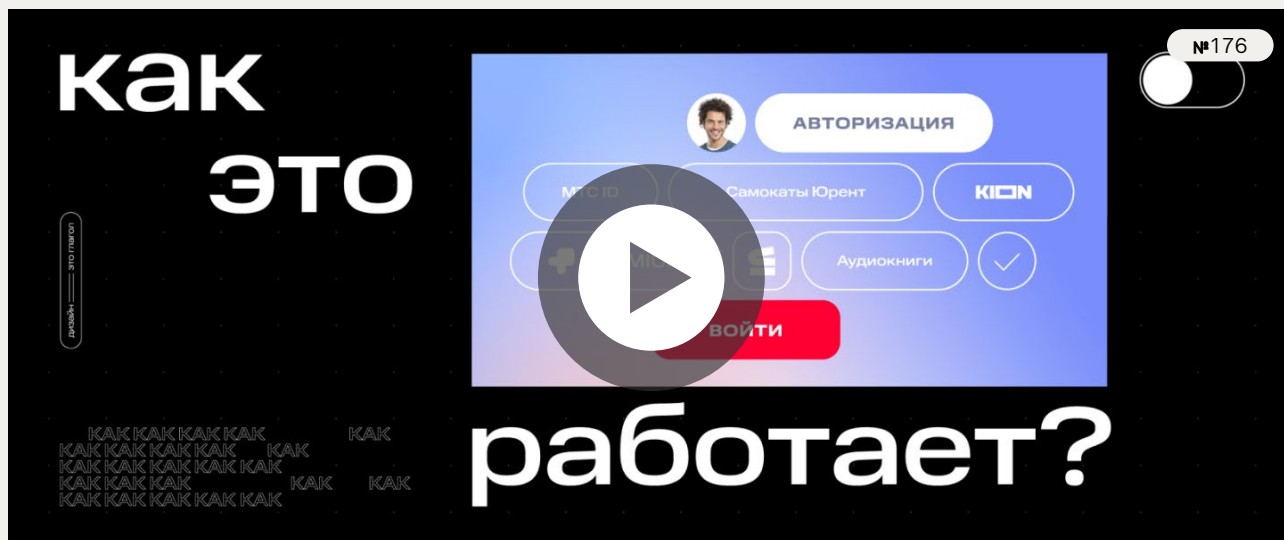
## РЕШЕНИЕ

Интерфейсы в сериале делятся на два типа: хакерские программы выполнены в зеленой палитре. Их стилистика более фантазийная, с множеством мелких элементов, кнопок, тумблеров и ползунков. Интерфейсы российских спецслужб выполнены в спокойных синих цветах, а их наполнение более реалистичное и серьезное.





Также, мы оформили личные смартфоны и ноутбуки героев — создали мобильные интерфейсы с мессенджерами, напоминаниями о встречах, уведомлениями и разработали сторонние сайты, например портал московского университета и платформу для знакомств.



# ДИЗАЙН — ЭТО ГЛАГОЛ

## ЗАДАЧА

Создать графическое оформление документального фильма «Дизайн — это глагол» на основе нового фирменного стиля МТС.

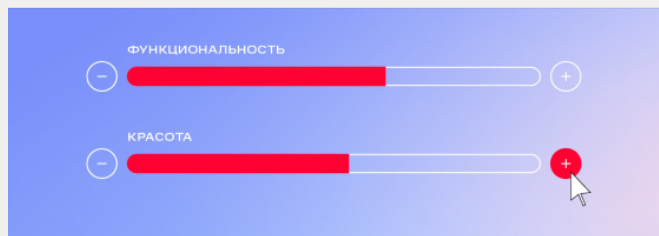
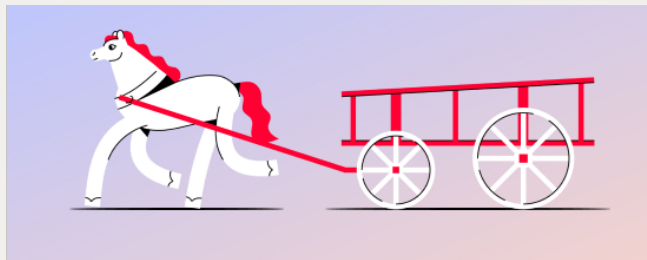
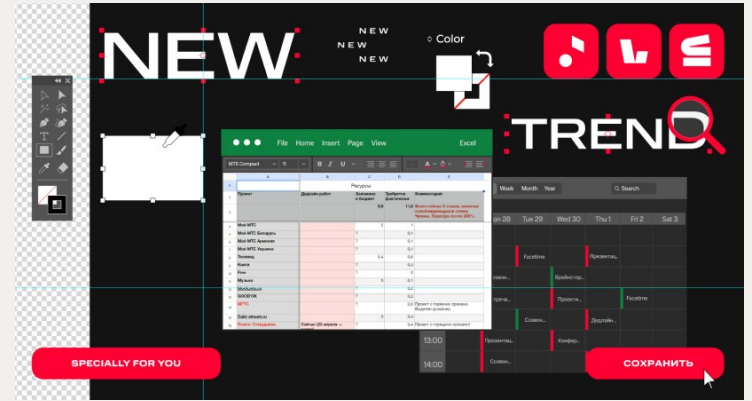
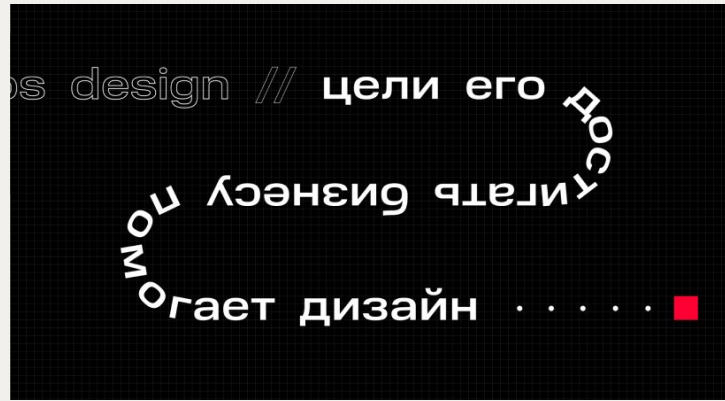
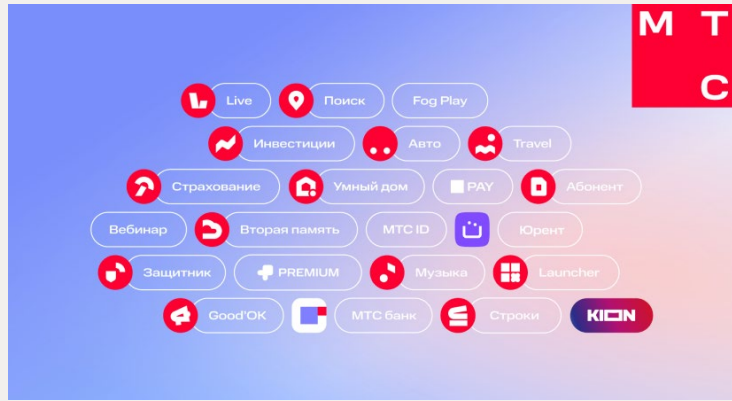
## СРОКИ

70 рабочих дней

## РЕШЕНИЕ

Наша студия одна из первых увидела ребрендинг компании и ее переход от телеком-услуг к формату масштабной экосистемы. Мы досконально разобрали и проанализировали новый фирменный стиль МТС, чтобы грамотно адаптировать его под съемочные кадры и разработать недостающие для раскрытия сюжета элементы.





- 4 критерия Мак-Кинзи
- 1 Аналитическое лидерство
  - 2 Кроссфункциональность
  - 3 Циклы улучшений
  - 4

Таким образом мы создали более 100 графических кадров с интерфейсами, иллюстрациями и 3D моделями, которые погружают зрителя в рабочий процесс дизайнера и показывают как дизайн влияет на разные сферы жизни и бизнеса.



# МУЗЕЙ КРЫМА И НОВОРОССИИ

## ЗАЛ «КРЫМСКОЕ ХАНСТВО»

### ЗАДАЧА

Разработать полное графическое оформление нескольких залов музея: создать короткометражный анимационный фильм, исторические ролики, интерфейсы для интерактивных тач-панелей и паралаксы из архивных фотографий.

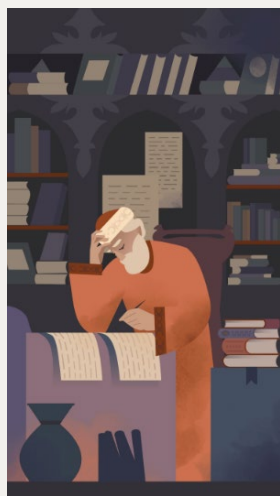
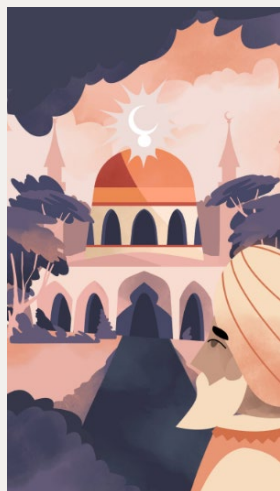
### СРОКИ

59 рабочих дней

### РЕШЕНИЕ

Для зала «Крымское ханство» мы разработали единое стилистическое направление — взяли за основу крымскотатарские орнаменты и переработали их по принципам современного паттерна.





В получившейся стилистике мы создали персонажей и фоны для сюжетных роликов, дизайн интерактивов на тач-столах, а также 3D контент — полотно ковра и зацикленные анимации окон.



## ЗАЛ «ОСВОЕНИЕ НОВОРОССИИ И ПРИСОЕДИНЕНИЕ КРЫМА»

### РЕШЕНИЕ

Для зала «Освоение Новороссии и присоединение Крыма» мы создали короткометражный фильм. Изначально создание фильма планировалось в технологии коллажа, но на стадии раскадровки мы столкнулись с проблемой — портреты исторических личностей и архивные материалы не сочетались друг с другом. Чтобы объединить кадры одним художественным решением мы реализовали весь фильм в гравюрной стилистике — наши иллюстраторы создавали каждый графический элемент с нуля, опираясь на вводные от исторических редакторов проекта. Также мы провели большую работу над сценарием, драматургией и подачей информации. В итоге клиент принял финальный результат сразу, без единой правки.



№188

# 1942



13.06

**ПОДРОБНЕЕ**  
Подвиг 365-й зенитной батареи. Героическая высота 60.0



17.06

**ПОДРОБНЕЕ**  
Подвиг 30-й береговой батареи



29.06

**ПОДРОБНЕЕ**  
Крах обороны Севастополя



**ПОДРОБНЕЕ**  
Эвакуация командного состава Севастопольского оборонительного района

## ПЕРВЫЙ ШТУРМ СЕВАСТОПОЛЯ

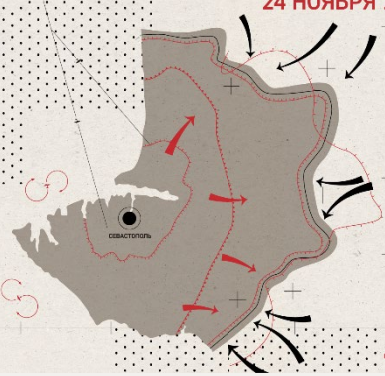
СОВЕТСКАЯ АРТИЛЛЕРИЯ БЕРЕГОВОЙ ОБОРОНЫ ВЫПУСТИЛА ПО ВРАГУ БОЛЕЕ

# 20 000

СНАРЯДОВ



30 ОКТЯБРЯ 1941—  
24 НОЯБРЯ 1941



УНИЧТОЖИЛИ

СЫЩИ

# 10 000

ГИТЛЕРОВЦЕВ,  
БОЛЬШЕ КОЛИЧЕСТВО ТЕХНИКИ,  
БОЕПРИПАСОВ



## ЗАЛ «КРЫМСКАЯ ВОЙНА» И «ВОВ НА ТЕРРИТОРИИ КРЫМА И НОВОРОССИИ»

### РЕШЕНИЕ

Контент в залах «Первая оборона Севастополя» и «ВОВ на территории Крыма» содержит большое количество исторических справок, данных и цифр.

1941 30 ОКТЯБРЯ

★ Начало героической обороны Севастополя

Начало Севастопольской обороны принято считать бой 30 октября 1941 с 36-й береговой батареей Черноморского флота с передовыми частями 11-й танковой армии в районе с. Николаевка, севернее Севастополя.

Севастопольская оборона является наиболее длительной оборонной военно-морской базой во время Второй мировой войны, которая длилась восемь месяцев и стала важной страницей в ходе Великой Отечественной войны, не позволив гитлеровцам разорвать коммуникации на Кавказ.

В ноябре 1941 г. противник попытается захватить Севастополь силой и нанес еще несколько ударов, но большим успеха не добьется. Город выстоял благодаря самоотверженной защите советских воинов и помощи гражданского населения, оставшегося в Севастополе.



1942

17 ИЮНЯ

17.06

Подвиг 30-й береговой батареи



В Севастопольский оборонительный район входили две самые мощные на Черном море береговые батареи. МР 30 — в районе деревни Лыбенька, в устье реки Вельды и МР 31 — в районе мыса Харосес. Их строительство началось еще до Октябрьской революции 1917 года, и было продолжено в советские годы.

В каждой батарее было по четыре орудия калибра 305 мм, установленные в двух рядовидных бронированных. Предельная дальность стрельбы — 42 км. Батареи изначально предназначались для защиты Севастополя с моря, но стали также и основой на главных оборонительных сооружениях с суши.

Во время первого и второго штурма Севастополя 30-я береговая батарея под командованием капитана Г. А. Александрова мужественно противостояла гитлеровцам и нанесла им ургичней урон в людях и вооружении.

Во время третьего штурма 30-я береговая батарея также успешно отразила атаку противника, но 17 июля была взорвана. На следующий день были расстреляны последние снаряды, продолжая стоять было на исходе, вода перестала поступать, но в последнем соприкосновении и измотанной батареем вставались артиллеристы. Дошло 75-й.

стрелковой дивизии и морской пехоты на глав с командиром Батареи. Они продолжали героически бороться с противником.

28 июля 1942 года капитаном 30-й береговой батареи, капитан Федор Александрович Александров, после долгого и упорного боя расстрелян.



ЗА 8 МЕСЯЦЕВ ОБОРОНЫ СЕВАСТОПОЛЯ:

ПОТЕРИ ПРОТИВНИКА СОСТАВИЛИ ОКОЛО

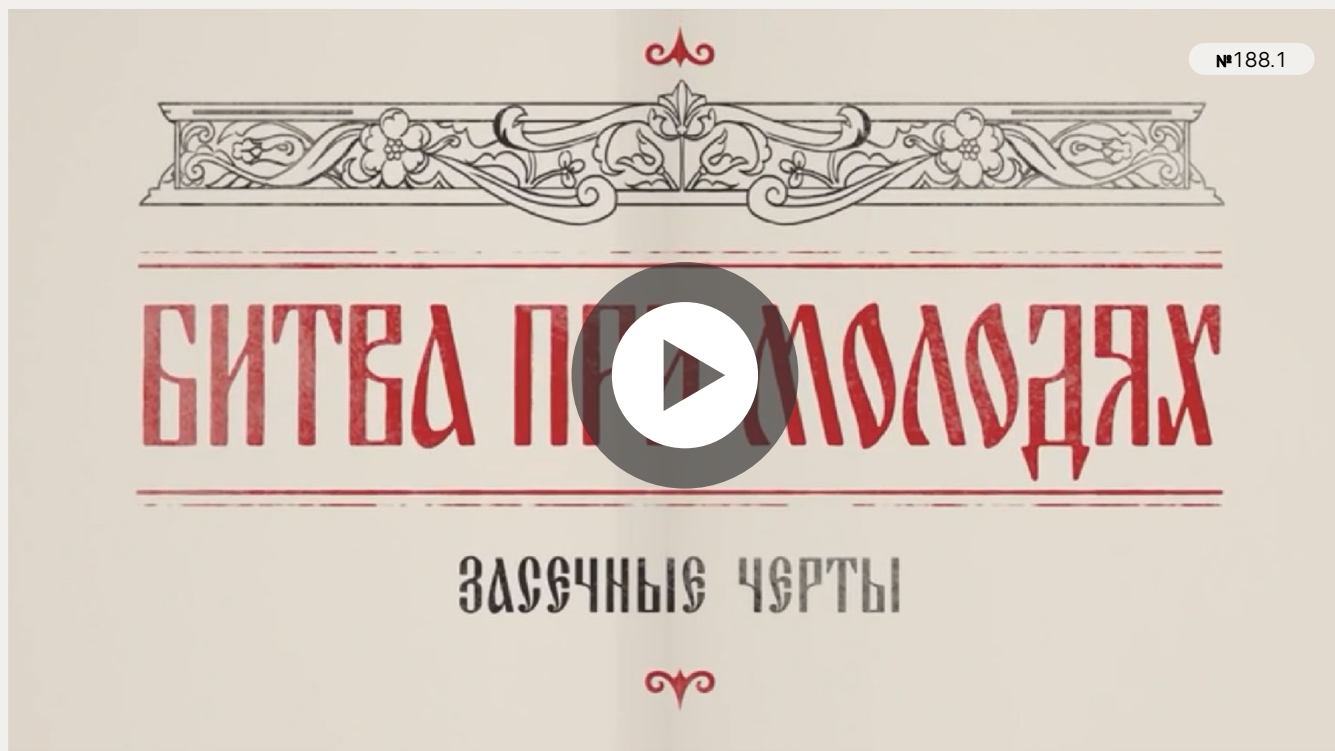
**100 000**  
ЧЕЛОВЕК

ПОТЕРИ КРАСНОЙ АРМИИ И ФЛОТА СОСТАВИЛИ

**200 000**  
ЧЕЛОВЕК, ИЗ НИХ БЕЗВОЗВРАТНЫЕ 157 000 ЧЕЛОВЕК

7 ИЮНЯ 1942—  
3 ИЮЛЯ 1942

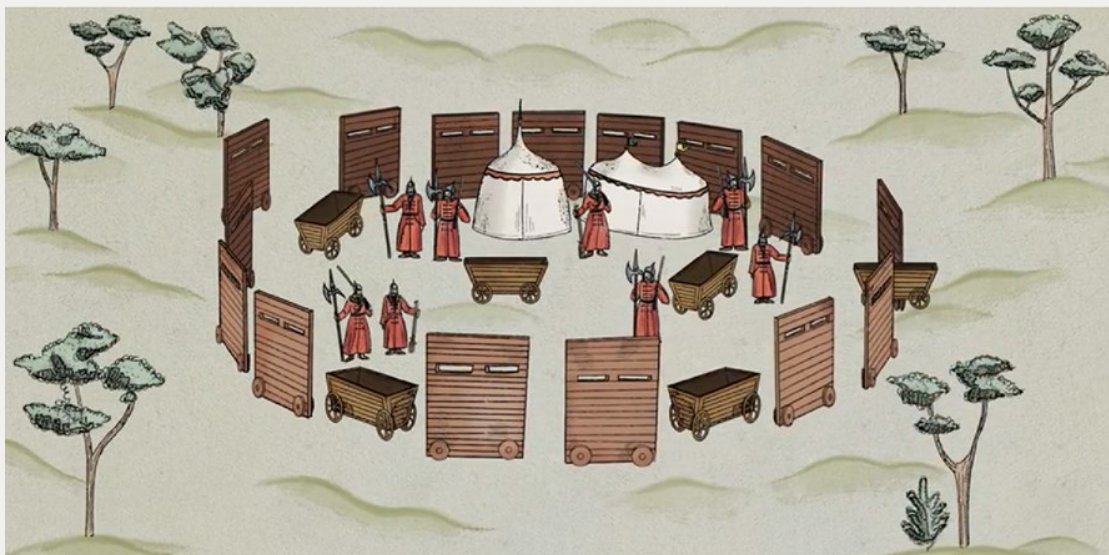
Главной нашей задачей было показать посетителям всю историческую информацию, уложив ее при этом в короткий хронометраж. Специально для этого мы разработали общее стилистическое решение — совместили инфографику, flat-технологии, архивные материалы и коллажные текстуры. Это достаточно простое для восприятия решение, наполненное при этом интересными, цепляющими элементами. Чтобы акцентировать внимание зрителя на важных моментах, мы использовали необычные приемы верстки и крупную типографику для важных заголовков и дат.



## МУЗЕЙ КРЫМА. БИТВА ПРИ МОЛОДЯХ

Второй фильм («Битва при Молодях») отсылает к эпохе Ивана Грозного и «живет» на страницах титулярного справочника той эпохи.



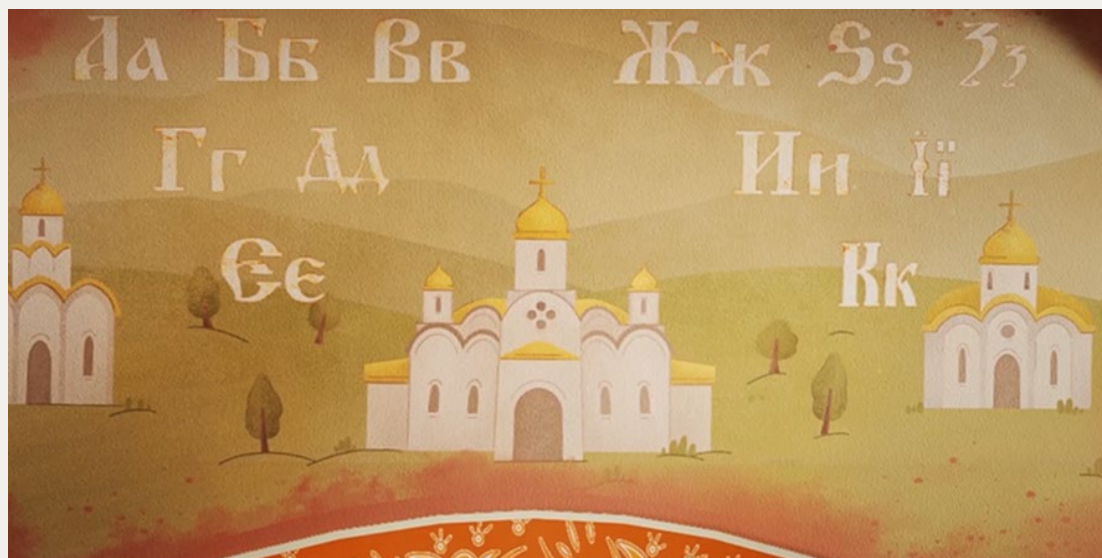




## МУЗЕЙ КРЫМА. ФИЛЬМ РУСЬ И ДИКОЕ ПОЛЕ

Первый фильм («Русь и Дикое поле») выполнен в мультипликационной стилистике по референсу советской анимации «Слова о Полку Игореве».







## МУЗЕЙ КРЫМА. ФИЛЬМ ПОХОДЫ ПЕТРА I И РОЛЛЦЫНА

Третий фильм («Походы Петра») представляет из себя путешествие по картинной галерее начала 18 века с «ожившими» гравюрами.

В работе мы использовали комбинацию 2D и 3D-графики, а также нейросети, которые помогли дополнить изображения деталями и обработать архивные материалы. Такой подход сделал фильмы не только информативными, но и вовлекающими, позволив зрителям глубже погрузиться в исторический контекст. Итогом стало современное мультимедийное решение, которое усилило экспозицию и повысило её привлекательность для широкой аудитории.







# FAKE APP «ДВЕ ПОЛОСКИ»

## ЗАДАЧА

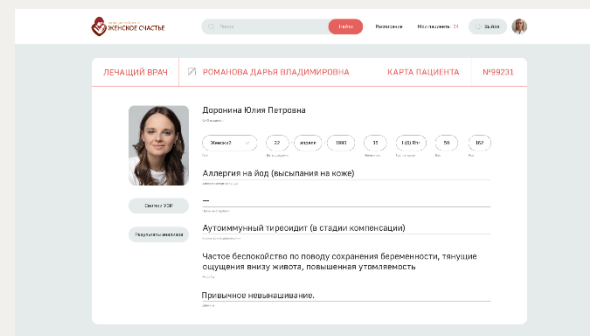
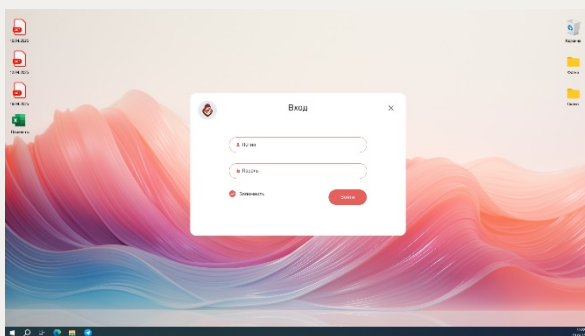
Проиллюстрировать работу сервиса «Fake App» на примере сериала «Две полоски» для KION Studio. Донести идею создания и программирования «фейковых» интерфейсов для любых гаджетов в кадре. Подчеркнуть удобство сервиса и экономию средств на постпродакшене.

## СРОКИ

1 месяца

## РЕШЕНИЕ

Был создан ряд «фейковых» интерфейсов для различных гаджетов в кадре: ноутбуков, планшетов, смартфонов: медицинский портал, базы данных пациентов, поисковики и соцсети, информационные сообщения.



# ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ