



ЗДРАВСТВУЙТЕ, МЫ – СТУДИЯ ИНФОГРАФИКА

www.infografika.in

**Мы специализируемся на Анимационном дизайне,
Презентациях и 3D графике.
Нас 25 человек — все специалисты в штате.
Работаем по всему миру из Москвы с 2012 года.**



АНИМАЦИОННЫЙ КРЕАТИВ

Придумываем концепции, пишем тритменты, разрабатываем сценарии и сториборды. За последние 2 года мы выиграли тендеры Coca-Cola, McDonald's, Газпром нефти, Магнита, McKinsey, Яндексa, Dr. Reddy's и других. И с радостью поучаствуем в вашем — придумаем крепкие идеи, сделаем раскадровку, мудборд и тритмент.



ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

В роликах мы совмещаем переkladку, покадровую анимацию и 3D. Работаем с разными инструментами — After Effects, ToonBoom, C4D. С такой палитрой техник мы подбираем оптимальное решение для каждого проекта. Едино одно — мультипликационный подход к процессу производства.

На этапе пре-продакшена мы делаем раскадровку и аниматик; разрабатываем концепции персонажей и окружения. Этап производства включает в себя иллюстрации, риггинг персонажей и анимацию. В финале — монтируем ролик, делаем саунд-дизайн и композитинг.

Каждый этап производства мы согласовываем с клиентом, чтобы сохранять общее видение проекта и учитывать все пожелания в процессе.





Промо-ролик:

WMP NFT

WORLD META PRIDE — новый NFT-бренд на основе искусственного интеллекта.

ЗАДАЧА: заинтересовать потенциальных участников проекта.

Когда клиент готов к экспериментам, нам сразу хочется прыгнуть выше головы. Это как раз один из таких проектов. Цель бренда - объединить творцов из разных сфер в закрытом, элитарном NFT-комьюнити. Поэтому ролик должен был выглядеть как приглашение. Дерзкое, провокационное, «не для всех».

Мы взяли уже разработанных клиентом персонажей и поместили их в андеграундную стилистику. Заставили их двигаться в покадровой анимации для большего реализма. В итоге у нас получился жесткий, агрессивный и мотивирующий клип. Можно даже сказать короткометражный мультфильм.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Имиджевый промо-ролик:

DRUNK ROBOTS

DRUNK ROBOTS — NFT игра.

ЗАДАЧА: сделать тизер игры.

Никакой любви, только смерть и роботы — так, пожалуй, можно описать суть игры. Поэтому основа сюжета ролика — жестокие драки железных машин, которые оказались на обочине жизни. В реалистичных, детализованных фонах мы отразили мрачный андеграудный мир, в котором правит ненависть, насилие и полная анархия. Уже разработанные под геймплей персонажи заиграли новыми красками в покандровой анимации. А визуальные эффекты добавили в ролик «крови и мяса» — в итоге получился яркий, жесткий, завлекающий тизер.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-ролик:

УРАЛХИМ

УРАЛХИМ — одна из крупнейших компаний на рынке минеральных удобрений в Российской Федерации.

ЗАДАЧА: сделать имиджевый ролик о компании.

Проект сочетал в себе реальную съемку, которая проходила в ЮАР, и анимацию: мы отрисовали героев ролика в реалистичной стилистике. Масштабные экстерьерные локации, суперсилы героев, динамичные пролеты камеры — все это показали в проекте благодаря сложной покадровой анимации и множеству визуальных эффектов. Производство заняло 1.5 месяца. Это помогло нам детально проработать каждый кадр.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Продуктовый ролик:

ТИНЬКОФФ КАССА

ТИНЬКОФФ — крупнейший в мире онлайн-банк.

ЗАДАЧА: рассказать о новом продукте.

Тинькофф Касса — новый продукт для бизнеса, поэтому нужно было разъяснить его особенности. Помочь одному из крупнейших банков страны в продвижении нового продукта? Волнительно, сложно, но мы справились. У Тинькофф есть фирменная 3D-стилистика, поэтому мы сразу представляли, как должен выглядеть ролик. Лаконичные объекты, понятные образы и плавная анимация - все по канонам бренда. Акцент был на том, чтобы объяснить, чем полезна Тинькофф Касса. Поэтому в ролике мы говорим с предпринимателем на его языке: дружелюбно, но по делу.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-сериал:

МТС

МТС PREMIUM — новая подписка на сервисы одного из крупнейших российских операторов.

ЗАДАЧА: разработать третью серию сериала про подписку «МТС Premium».

В мини-сериале о продуктах МТС мы строим сюжет на кино-отсылках. Самое сложное в таком формате — выбрать такой фильм, чтобы его узнал каждый, но при этом, чтобы он не был заезжен в рекламных кампаниях. Мы долго решали, какой персонаж может дать нам все и сразу, так же как и подписка МТС Premium? Руби Род из Пятого элемента — ну конечно! Обаятельный, эксцентричный Лемур, дал нам нужную энергетику. Он в свойственной ему манере знакомит Курицу и Черепаху с подпиской. Актеры озвучки передали узнаваемые по фильму черты всем нашим героям. Зрители узнали о всех фишках подписки и поностальгировали вместе с нами. 5 миллионов просмотров. Зелено? Еще как!

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-сериал:

МТС

МТС — компания телекоммуникационных услуг.

ЗАДАЧА: разработать первую серию мини-сериала про новые тарифы.

В планах МТС была серия роликов с анимированными персонажами. Мы придумали персонажей животных и поместили их в альтернативные версии нашумевших фильмов. Первый ролик отсылал к недавнему «Форсажу» и был самым сложным. Здесь мы разрабатывали всех основных персонажей, которые должны были появиться в следующих сериях, отличаться друг от друга и быть похожими на известных актеров. Герой черепахи легко угадывается даже по стоп-кадру.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Мультсериал:

УМКА

УМКА — сериал-перезапуск культового советского мультфильма.

ЗАДАЧА: разработать стиль анимации в пилотной серии; произвести пять серий сериала.

Сложность работы с такими проектами — отсутствие референсов. Если ты хочешь запомниться, нужно разработать уникальный стиль анимации. Дизайн персонажей, структуру и возможности их ригов, а в этом проекте еще и реалистичную пластику движений. Мы хотели, чтобы тяжелая, статная медведица двигалась плавно и грациозно. А в композе нужно было показать магию севера с его сиянием, и сделать так, чтобы все элементы заиграли вместе.

В общей сложности мы работали над пятью сериями совместно с компанией «Союзмультфильм». Все началось с пилота. На нашей стороне была анимация, супервайзинг, композ, сборка и режиссура заставки сериала! Каждый из этих этапов был сложным и волнительным, ведь мы по факту мы с нуля прокладывали дорогу к анимационному стилю всего сериала. Мы занимались этим творческим проектом на протяжении года и сильно привязались к его героям. Сериал запустился на Okko и получил множество хвалебных отзывов, а его рейтинг составляет 8.3 балла.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Заставка к сериалу:

СОЛДАУТ

СОЛДАУТ — сериал на платформе PREMIER.

ЗАДАЧА: создать анимированную заставку для съемочного сериала.

Нельзя просто так взять и сделать заставку для сериала. Нужно быть в контексте «от и до». Мы плотно общались с продюсерами и режиссером, читали сценарий и разбирались в прошлом героев сериала. Заставка метафорично отражает внутренний мир персонажей, проводит нас не только по сюжету сериала, но и тому, что осталось за кадром. Чем больше погружаешься в сериал, тем больше считаешь открывающий ролик. Поэтому он не надоедает, и с каждым новым выпуском так приятно находить в нем новые детали.



[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Эксплейнер:

XLA

XLA — компания помогает людям по всему миру стать равными бенефициарами своих работ, используя новые технологии и концепции Web3.

ЗАДАЧА: объяснить как в XLA работает концепция Web3.

Иногда, чтобы показать преимущества компании, нужно сперва объяснить особенности технологий, с которыми она работает. С XLA было именно так. Web3, Metaverse, NFT, blockchain — все эти термины уже давно с нами, но мало кто понимает, что это на самом деле, и как с этим работать. Чтобы максимально упростить восприятие и не перегружать ролик, мы сосредоточились на самых простых, повседневных образах, будь то кроссовки или пончики. А также добавили образ искусственного интеллекта в виде девушки. Она выдавала всю нужную информацию на интуитивно понятных схемах. Визуально мы хотели передать атмосферу будущего, которое уже наступило. Градиенты, неоновые цвета и изометрия для большего погружения в цифровой мир, яркие персонажи и объекты — мы сделали сложную тему привлекательной и простой в освоении.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Имиджевое видео:

МАТЧ ТВ. РПЛ

МАТЧ ТВ — российский федеральный канал о спорте.

ЗАДАЧА: сделать открывающие карточки каждой футбольной команды РПЛ.

У каждой футбольной команды своя история, символика и культура. Мы учли все это и представили самых ярких представителей команд в образах узнаваемых героев разных эпох. К каждому ролику подошли индивидуально. Это касается палитры, звуков и настроения. Получилось 16 непохожих друг на друга, но объединенных общей атмосферой видео фрагментов. Их показывали на канале перед матчами команд.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Эксплейнер:

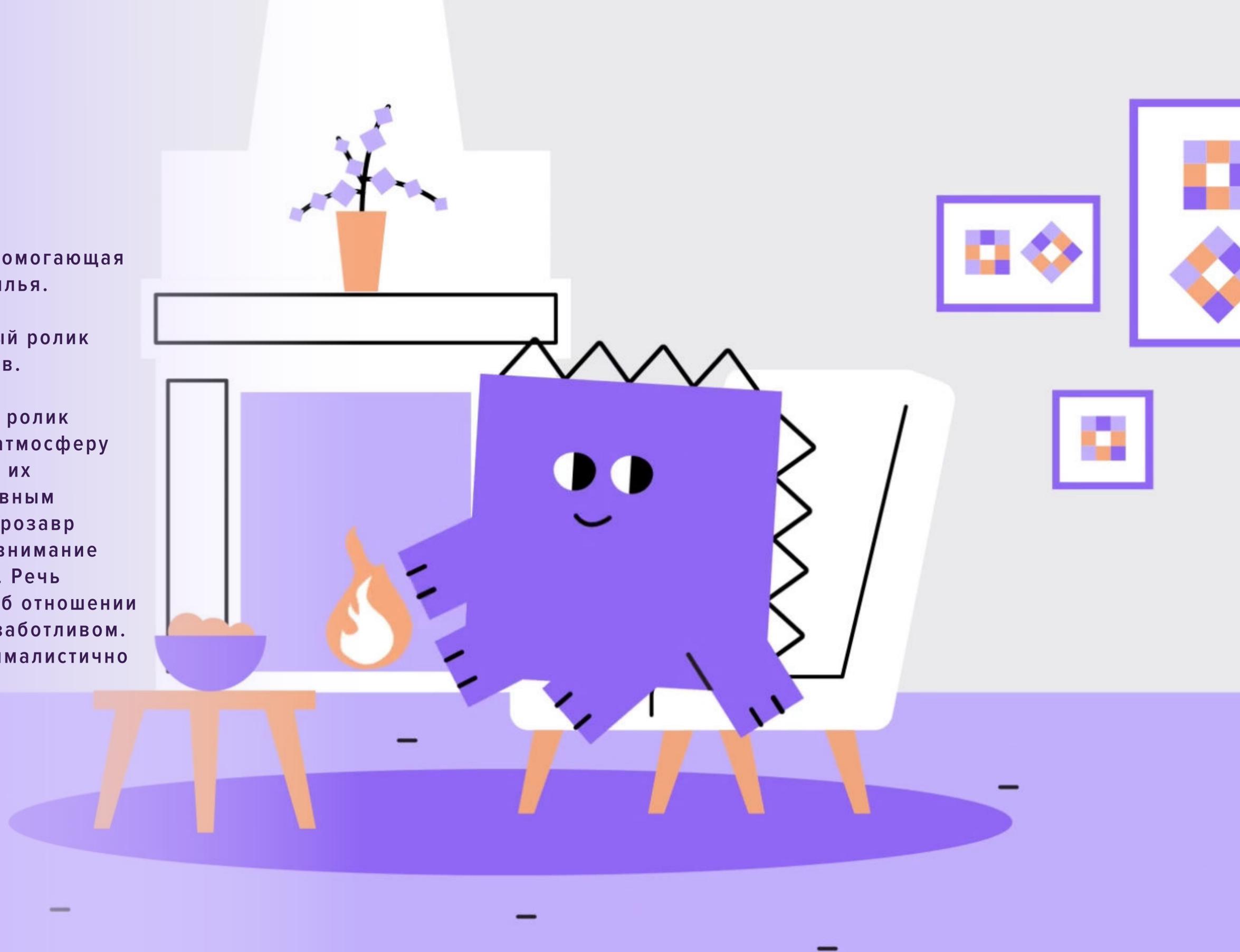
M2 HR

МЕТР КВАДРАТНЫЙ — компания, помогающая с поиском, покупкой и арендой жилья.

ЗАДАЧА: создать приветственный ролик о компании для новых сотрудников.

«Метр квадратный» хотели, чтобы ролик передавал теплую дружелюбную атмосферу компании. Нам сразу приглянулся их маскот-Квадрозавр. Он и стал главным действующим лицом ролика. Квадрозавр проводит экскурсию, акцентируя внимание на «плюшках» работы в компании. Речь в ролике идет преимущественно об отношении к своим сотрудникам — теплом и заботливым. Ничего лишнего, все просто, минималистично и с юмором.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Кейсовый ролик:

ТИНЬКОФФ ЖУРАВЛИК

ТИНЬКОФФ — крупнейший в мире онлайн-банк.

ЗАДАЧА: рассказать о социальном проекте Тинькофф в видео-кейсе.

По статистике 52% детей становятся жертвами буллинга в школе. В Тинькофф заметили эту проблему и, вместе с благотворительной организацией «Журавлик», запустили социальный проект против травли. Мы же подготовили отчетный ролик о проекте. Учитывая тему, решили использовать минималистичную комиксовую стилистику, милых персонажей, яркие цвета — и буквально за 6 дней нам удалось создать ролик, который отражает главные смыслы и настроение проекта.



СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ

2021



Имиджевый промо-ролик:

МАТЧ ТВ. ЕВРО

МАТЧ ТВ — российский федеральный канал о спорте.

ЗАДАЧА: сделать промо-ролик к чемпионату Евро-2020.

У руководства канала была отличная идея — напомнить болельщикам о достойных выступлениях нашей сборной на прошлых чемпионатах. Мы отобрали знаменитые моменты, в точности повторили их в анимации, сопроводили реальными записями комментаторов и даже спрятали пару пасхалок для фанатов. Получился эпичный ролик, который возрождает веру в сборную.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-сериал:

МТС ДЛЯ СВОИХ

МТС — компания телекоммуникационных услуг.

ЗАДАЧА: сделать новогодний выпуск мини-сериала про новые тарифы.

Под новый год МТС запустил рекламу тарифа «Для своих» и нам предложили сделать своего рода «спин-офф» нашего мини-сериала про человекоподобных животных. Герои те же, но вместо отсылок к кино — креативная рамка рекламной кампании МТС. Тайное общество, мистика, интриги и тариф, который теперь доступен всем. Мы придумали абсурдную историю в стиле «Чужой среди своих» и сделали новогоднюю комедию.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Имиджевый эксплейнер:

СМОТРЁШКА

СМОТРЁШКА — онлайн-платформа для просмотра ТВ и кино.

ЗАДАЧА: рассказать про особенности сервиса в игровой форме.

У «Смотрёшки» есть прекрасный персонаж. И раз уж сервис про кино, мы представили, что он мог бы сыграть некоторые главные роли. Причём не просто повторить сцены, а нативно рассказать преимущества продукта. Мы постарались достоверно воспроизвести сцены знаменитых картин, повторяя ракурсы и характеры персонажей.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)





Корпоративный сериал:

ГАЗПРОМ НЕФТЬ. У НАС ТАК ПРИНЯТО

ГАЗПРОМ НЕФТЬ — это крупнейшая российская нефтяная компания.

ЗАДАЧА: сделать серию внутренних роликов о корпоративной культуре компании в простой и интересной форме.

Правила корпоративной культуры часто подаются в виде длинных скучных презентаций. Никому не нравится их зубрить. Мы решили показать их в виде ситкома. Разработали персонажей, похожих на реальных сотрудников. Проработали их истории, характеры и детали одежды. Сюжеты построили на основе знакомых офисных ситуаций, добавили шуток и отсылок к кино. Сериал был отлично принят внутри компании, а о правилах корпоративной культуры теперь знает каждый сотрудник.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Имиджевый эксплейнер:

SIMPLY PIANO

SIMPLY PIANO — это приложение-помощник в изучении игры на пианино.

ЗАДАЧА: показать, что с приложением «Simply piano» уроки игры на клавишах становятся простыми, быстрыми и веселыми.

Слоган “Simple, fast and fun” стал отправной точкой. Харизматичные персонажи, юмористические вставки и динамичные бесшовные переходы — все это сделало ролик «простым, быстрым и веселым». А стили анимации в нем настолько же разнообразны, как возможности обучения в приложении.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)





Промо-ролик:

NETFLIX VS BLOCKBUSTER

BUSINESS WARS — это подкаст, который рассказывает о противостояниях крупнейших компаний современности.

ЗАДАЧА: анонсировать новый выпуск подкаста.

В ролике о стриминговом сервисе мы решили приблизиться к миру кино. В минутной короткометражке мы показали историю Нетфликс и спрятали отсылки к популярным сериалам платформы. Не обошлось без поккадровой анимации и кинематографичного монтажа.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Промо-ролик:

BUSINESS WARS

BUSINESS WARS — это подкаст, который рассказывает о противостояниях крупнейших компаний современности.

ЗАДАЧА: заинтересовать публику новой серией подкастов.

Некоторые войны проходят без кровопролития, но методы их ведения столь же разнообразны, как техники, которые мы использовали. Coca-Cola vs Pepsi? Вот вам ликвиды! Ferrari vs Lamborghini? Давайте сделаем тачки в 3D! Каждая сцена уникальна, но обилие красок, крутые ракурсы и динамичный монтаж объединяют их в один яркий ролик.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Coca-Cola vs Pepsi:

COCA-COLA VS PEPSI

BUSINESS WARS — это подкаст, который рассказывает о противостояниях крупнейших компаний современности.

ЗАДАЧА: анонсировать новый выпуск подкаста.

Этот ролик, как и человек, на 80% состоит из воды, а точнее — ликвидов. Плывущие облака, льющаяся газировка, конденсат на бутылке и даже чернила — каждая сцена наполнена плавными движениями. Теплые, яркие краски и милые персонажи — все это подчеркивает реальность брендов: яркая обертка и декорации, за которыми всегда идет война.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-ролик:

FERRARY VS LAMBORGHINI

BUSINESS WARS — это подкаст, который рассказывает о противостояниях крупнейших компаний современности.

ЗАДАЧА: анонсировать новый выпуск подкаста.

Мы отправились в начало 60-х, во времена зарождения автомобильного противостояния. Теплые, яркие цвета, ретро стилистика, аутентичные звуковые эффекты и мощные спорткары передали атмосферу того времени. Как и в реальной жизни, зритель фокусируется на продукте, пока творцы планируют свои стратегии по захвату рынка.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Внутрикадровая графика:

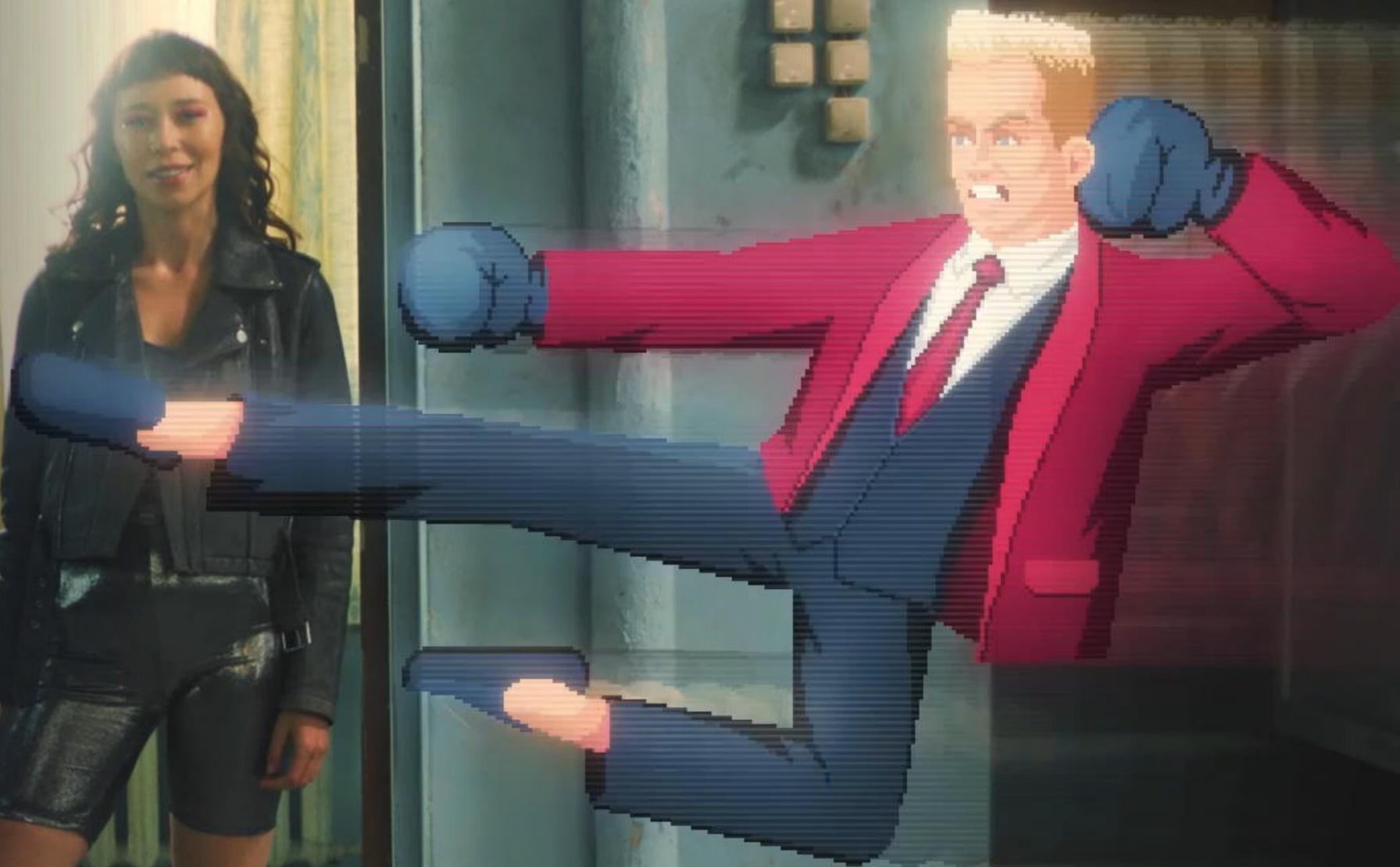
ЛЕГЕНДА. ВНУТРИКАДРОВАЯ ГРАФИКА

ЛЕ.ГЕН.ДА — сериал на платформе PREMIER.

ЗАДАЧА: добавить анимационные элементы в съемочный сериал.

В процессе работы над анимационной частью истории, продюсеры захотели добавить пиксельной графики в съемочные сцены всего сериала. Основным референсом был «Скотт Пилигрим против всех». Так самые драйвовые сцены стали еще более запоминающиеся. Полоски жизни героев, эффекты ударов, огненные шары — все это только добавило красок и эмоций в сериал.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Le. Gen. Da.

WINS



Эпизод телевизионного сериала:

ЛЕГЕНДА

ЛЕ.ГЕН.ДА — сериал на платформе PREMIER.

ЗАДАЧА: сделать половину одной из серий полностью в анимации.

По сюжету серии главный герой пытается с помощью психоанализа найти корень своих проблем. И этот процесс для него как игра. Поэтому и серия выглядит как ретро-платформер с отсылками к самым известным играм поколения 90-х. Начиная с «Танчиков» и заканчивая «Mortal Kombat», герой переносится от одной игры к другой и пытается справиться со своей главной проблемой — самим собой. Мы старались детально воспроизвести стилистику и анимацию, чтобы зритель легко считывал отсылки, но при этом сохранить дух и динамику самого сериала.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Имиджевый промо-ролик:

МАТЧ ТВ. ОЛИМПИАДА

МАТЧ ТВ — российский федеральный канал о спорте.

ЗАДАЧА: сделать промо-ролик к олимпиаде в Токио.

После успешного ролика для Евро-2020 мы продолжили сотрудничать с каналом. На этот раз тоже было видео-послание, но оно было направлено не только к фанатам, но и к самим спортсменам. Мы хотели поддержать их, зная с какими ограничениями они выступают за страну. Мы взяли за основу стилистику «аниме» и показали, на что способны наши герои.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Новогодний промо-ролик:

СИТИМОБИЛ. ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА ДЛЯ БИЗНЕСА

СИТИМОБИЛ — это сервис заказа такси через мобильное приложение.

ЗАДАЧА: рассказать клиентам о новом сервисе в предпраздничный период.

Этот сказочный скетч рассказывает о взаимопомощи в самый перегруженный подарками месяц года. Даже Дед Мороз не всегда справляется с объемами заказов и пользуется услугами Ситимобил. Ролик теплый, как чашечка какао в морозное утро. А все благодаря отсылкам к классическим мультфильмам, детализированным фонам и плавной анимации.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-сериал:

AL JAZEERA

A SHUAIB'S PARLIAMENT — сериал на арабском языке о ведущем международного новостного канала.

ЗАДАЧА: анимационный промо-сериал для предстоящего телевизионного шоу.

В 8-серийной истории главный герой, ведущий шоу, Швайб путешествует сквозь века, чтобы поместить идею о демократии в умы людей. Чтобы создать правильную эпоху в каждом эпизоде, мы изучали архитектуру и ландшафты. В общей сложности в ролике более 90 локаций, 800 фонов и 6 месяцев на создание сериала, который длится почти как полнометражный фильм.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Анонсирующий ролик:

MCKINSEY BUSINESS DIVING

MCKINSEY BUSINESS DIVING — ежегодный чемпионат по решению бизнес-кейсов в России.

ЗАДАЧА: Напомнить подписчикам о скором старте чемпионата.

Решение кейсов — это полет фантазии, погружение с головой в проблему, преодоление препятствий и, конечно, соревнование. Мы отразили этот процесс в приключенческой короткометражке. В нашей истории приз чемпионата — метафоричный кубок, до которого пытаются добраться разные команды. Они применяют все свои навыки...Но победитель будет только один.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)





Имиджевый эксплейнер:

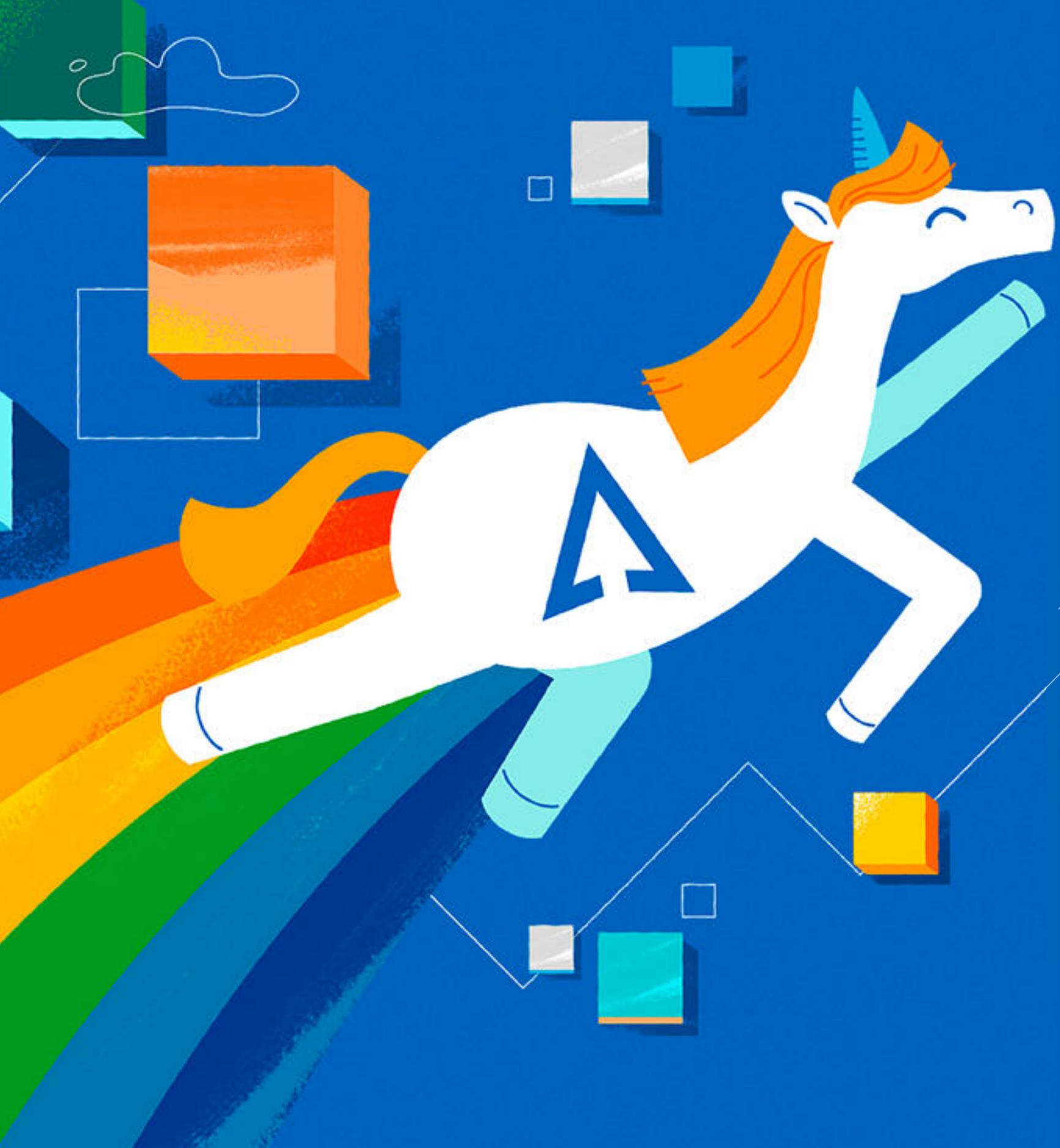
WHAT IS TOUCH BANK?

КАРТА TOUCHBANK — это универсальная банковская карта.

ЗАДАЧА: показать, какие проблемы решает приложение и как легко им пользоваться.

Мы построили повествование от лица виртуального помощника Тачбанка, своего рода аналога Сири от Эппл. Так мы добились ощущения, что главный герой — это зритель, а приложение обращается к нему напрямую. Плюс, разбили ролик на блоки, чтобы упростить восприятие информации. Ролик стал фаворитом профессионального сообщества среди наших работ на Behance.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Имиджевый эксплейнер:

ID FINANCE. KEY FEATURES

ID FINANCE — быстрорастущая международная компания, занимающаяся наукой о данных, кредитным скринингом и цифровыми финансами.

ЗАДАЧА: лаконично раскрыть основные достижения компании.

Достижений было действительно много, плюс сжатые сроки. При этом компания позиционирует себя как инновационную, прогрессивную и креативную. Чтобы уйти от простого перечисления фактов, мы визуализировали их в лаконичных визуальных образах.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Отчетное видео:

СОСА-COLA

ЗАДАЧА: подготовить отчетное видео по двум внедренным технологиям.

Даже на заводе Соса-Cola может произойти несчастный случай. В видео о службе безопасности Соса-Cola мы рассказали о том, как сотрудники стараются этого не допустить. Получился яркий ролик с постапокалиптическим миром, нотками черного юмора и мрачной стилистикой.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Анимированная видео-презентация:

СОСА-COLA

У Соса-Сола появилась платформа, где сотрудники предлагают свои идеи и стратегии по противодействию бизнес потерям.

ЗАДАЧА: рассказать о вкладе российского подразделения Соса-Сола в новый проект по противодействию бизнес потерям.

Первая часть ролика — метафоричная история про сам проект, где «потери в бизнесе» приняли образ Годзиллы, а лучшие сотрудники — рыцарей круглого стола. Вторая часть четко иллюстрирует идеи, предложенные российским подразделением.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Эксплейнер «Проблема — Решение»:

KORUS RETAIL

KORUS RETAIL — это платформа, признанная наладить бизнес-процессы ритейла.

ЗАДАЧА: рассказать предпринимателям в сфере ритейла, как новая платформа поможет им в работе.

В веселом сюжете мы сравнили работу владельца магазина с работой регулировщика, которому нужно посадить 50 самолетов одновременно. Почему? Ведь учесть все переменные в процессах ритейла так же сложно. С яркими образами, легкой подачей и плавной анимацией функции сервиса понимает и герой, и зритель, и даже карп в аквариуме магазина.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Имиджевый эксплейнер:

DUBAI COMPETITIVENESS OFFICE

В Дубае было создано управление, которое отвечает за разработку политики в области конкурентоспособности.

ЗАДАЧА: вызвать интерес инвесторов для сотрудничества и улучшения благосостояния города.

Нам важно было зацепить зрителя, вызвать у него эмоции и желание поучаствовать в развитии города. В метафоричных визуальных образах мы показали разные сферы деятельности и соединили их так, чтобы они переплетались, как в реальной жизни. В итоге получилось вдохновляющее mood-видео, которое смотрится на одном дыхании.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Эксплейнер о преимуществах:

ITRUE

ITRUE — это блокчейн платформа со встроенной системой распознавания по сетчатке, венам и другой биометрике.

ЗАДАЧА: вызвать интерес к новой платформе, рассказав о ее ключевых особенностях.

Мы изобразили футуристическую модель будущего, которая отражает революционный настрой компании. Герой попадает в виртуальный мир iTrue. По ходу знакомства с платформой он, как и любой новичок, задается вопросами о ее функциях, на которые в закадровом голосе отвечает робот-дворецкий.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)





Эксплейнер о преимуществах:

FREELIVE

FREELIVE — корейская платформа для блогеров, где пожертвования поступают контент-мейкеру без посредников.

ЗАДАЧА: показать, какие проблемы решает приложение и как легко им пользоваться.

Если честно, нам, студии из России, корейский тренд на пожертвования блогерам кажется каким-то другим миром. А потому и в ролике мы отразили этот взгляд — и воссоздали мир, в котором талантливые люди не могут развиваться из-за алчных корпораций. Freelive решает эту проблему с помощью своей социальной сети и восстанавливает справедливость.

СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ

Эксплейнер о преимуществах:

ЛЕККИ

ЛЕККИ — это маркетплейс для продажи лекарств.

ЗАДАЧА: рассказать о выгодах платформы и проинструктировать потенциальных партнеров.

Мы постарались передать ощущение простоты использования маркетплейса благодаря легким цветовым оттенкам и бесшовному монтажу. Одна сцена логично вытекает из другой, ровно так же, как вы без труда заказываете лекарства или становитесь партнером. Мы воссоздали комфортную, дружелюбную атмосферу сервиса с помощью приветливых героев и мягких, ликвидных изображений.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)





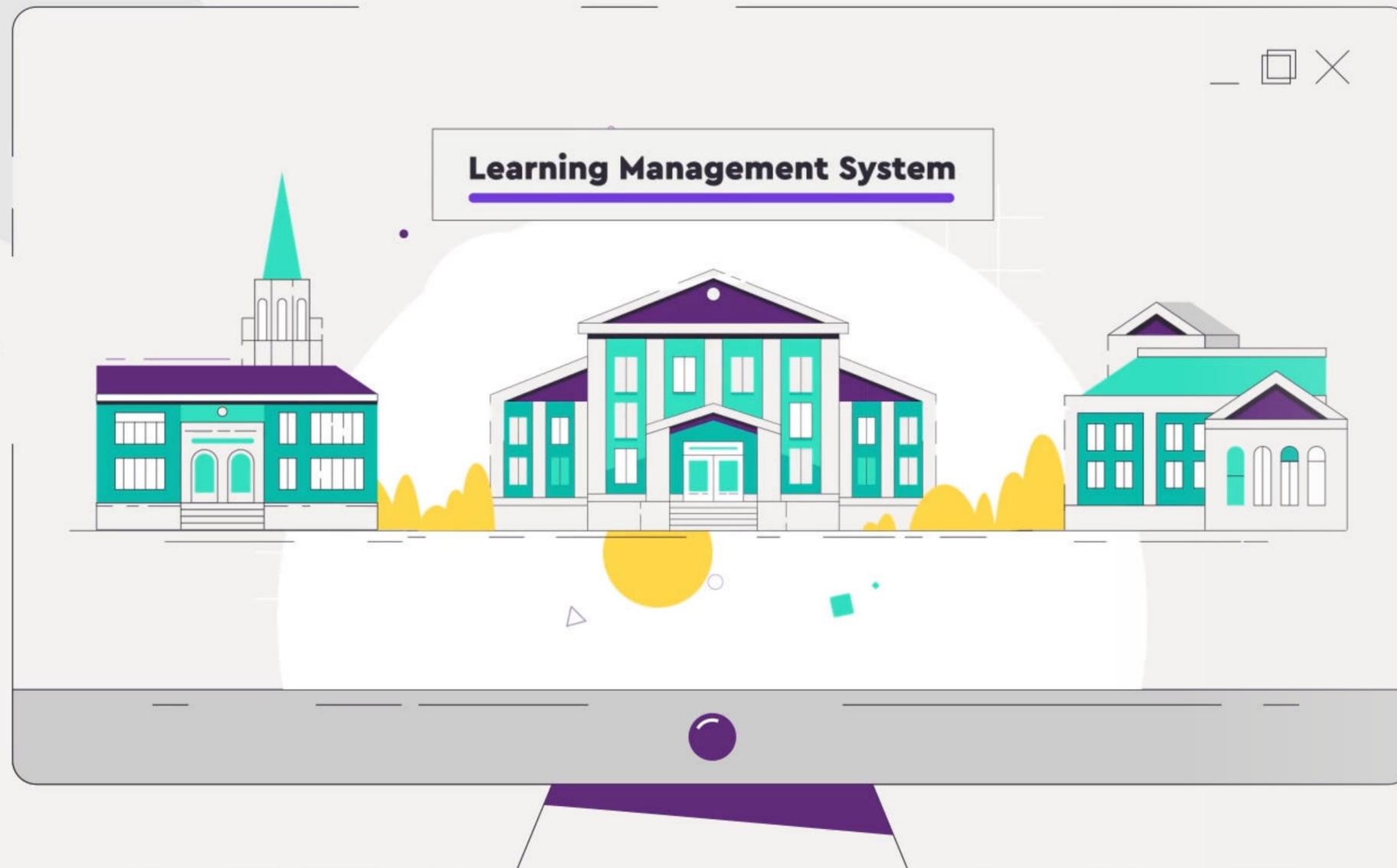
Эксплейнер:

АЛГОРИТМИКА

АЛГОРИТМИКА — международная школа математики и программирования.

ЗАДАЧА: рассказать о платформе.

Мы хотели показать, что пользоваться платформой очень просто, поэтому выбрали минималистичный, лайновый стиль рисунка. Показали условный, интуитивно-понятный интерфейс, а также сопроводили ролик дружелюбным женским голосом. Погрузили зрителя в приятную атмосферу обучения.



[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Эксплейнер «Проблема — Решение»:

SIGN.ME

SIGN.ME — сервис электронной подписи.

ЗАДАЧА: убедить потенциальных клиентов в надежности сервиса.

Мы показали, как работает сервис изнутри и снаружи. Процесс оформления электронной подписи оказался таким же быстрым и динамичным, как и ролик.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



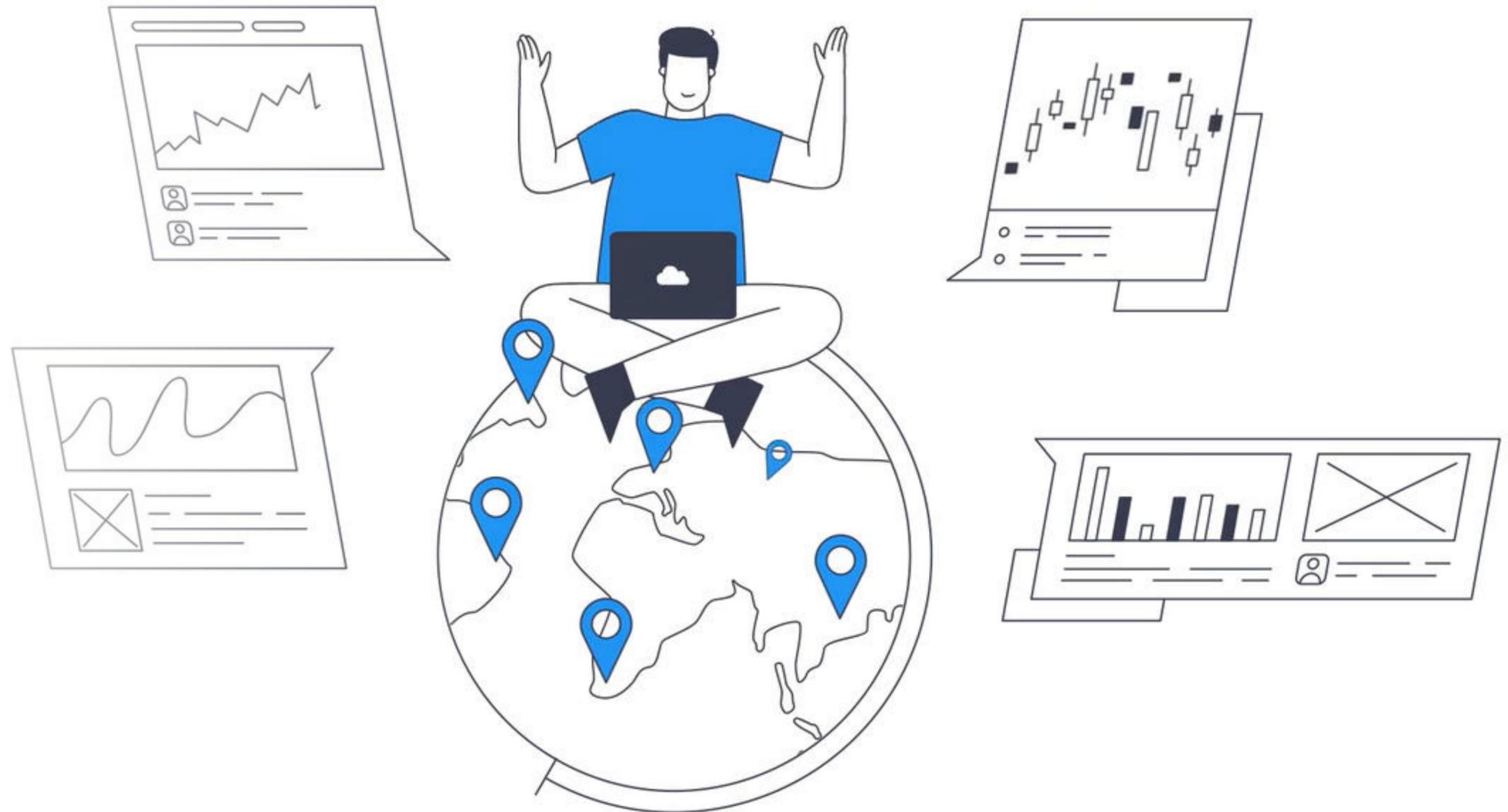
Эксплейнер о преимуществах:

TRADING VIEW

TRADING VIEW — это веб-сервис и социальная сеть для трейдеров.

ЗАДАЧА: показать, как просто анализировать рынок инвестиций с сервисом TradingView.

Мы постарались наглядно отобразить возможности сервиса, используя его интерфейс, но в более минималистичной стилистике. Кроме того, добавили персонажа, с которым зритель мог себя ассоциировать. Он быстро погружается в мир аналитики, который изначально его пугал, и с легкостью проводит нужные ему расчеты.



[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Эксплейнер:

БРУСНИКА. ФАБРИКА

БРУСНИКА — девелоперская компания, застройщик жилых многоэтажных домов.

ЗАДАЧА: объяснить, чем фабричный тип застройки отличается от обычного.

Изометрия лучше всего подошла для такого ролика. Мы буквально воспроизвели все этапы стройки: от привоза материалов до сборки зданий из блоков. При подготовке мы внимательно рассмотрели гигабайты снимков и видеозаписей с локаций, а затем перенесли их в наш ролик. Все происходящее выглядит, как процесс сборки детского конструктора — интуитивно, понятно, просто и быстро.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

Промо-ролик:

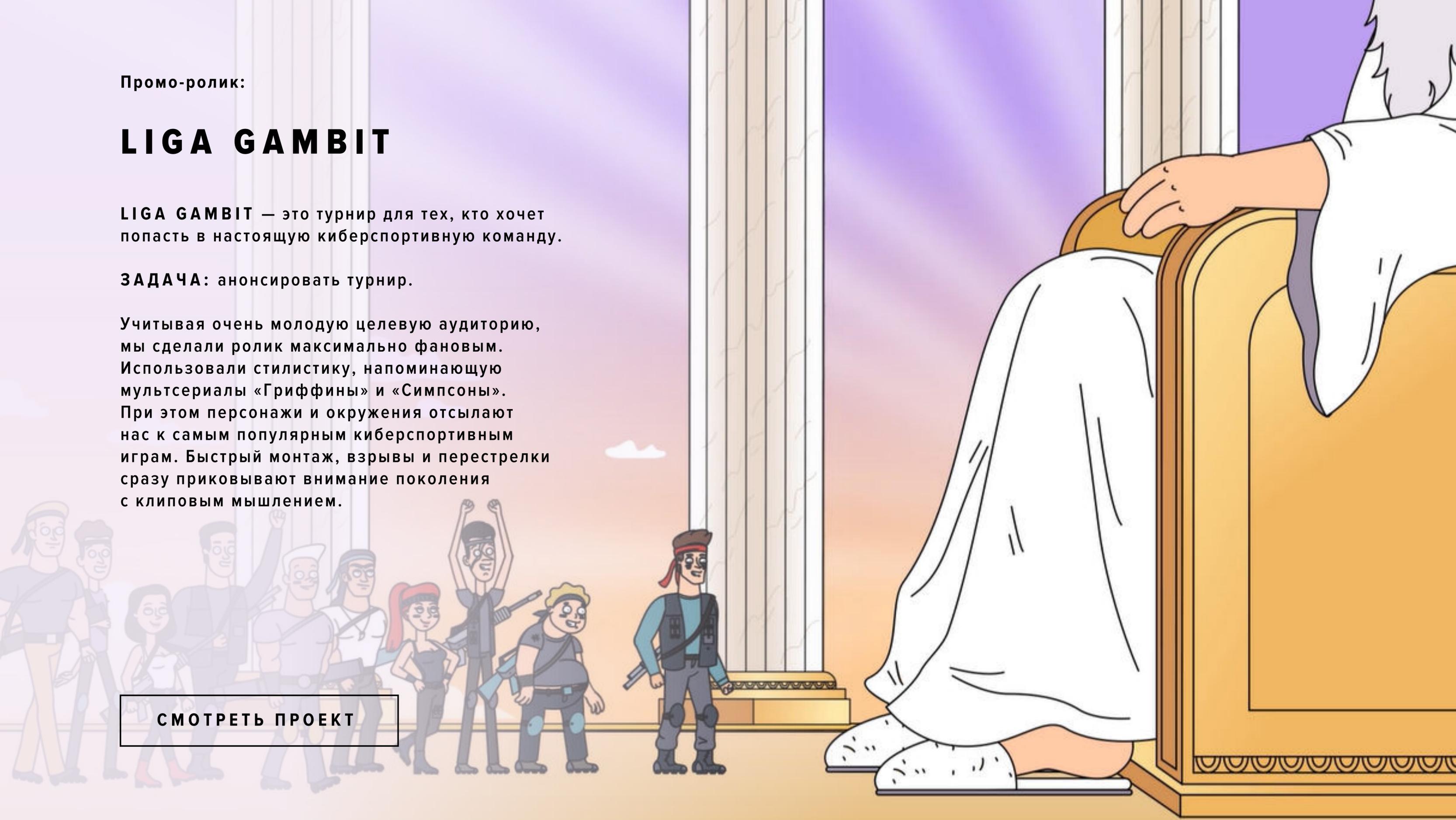
LIGA GAMBIT

LIGA GAMBIT — это турнир для тех, кто хочет попасть в настоящую киберспортивную команду.

ЗАДАЧА: анонсировать турнир.

Учитывая очень молодую целевую аудиторию, мы сделали ролик максимально фановым. Использовали стилистику, напоминающую мультсериалы «Гриффины» и «Симпсоны». При этом персонажи и окружения отсылают нас к самым популярным киберспортивным играм. Быстрый монтаж, взрывы и перестрелки сразу приковывают внимание поколения с клиповым мышлением.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Промо-сериал:

МАГНИТ ДОСТАВКА

МАГНИТ — одна из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания.

ЗАДАЧА: подготовить серию рекламных роликов про сервис доставки (TV, OLV).

Снова продукты, снова семья, но в этот раз нам нужно рассказать о новом сервисе доставки, принципах его работы и выгоде. Первая часть каждого короткого ролика — это жизненная ситуация, в которой есть небольшая проблема, вторая — это демонстрация сервиса, который ее решает. Просто, коротко и с юмором.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



VR 3D анимация:

DR. REDDY'S. 360° SPACE EXPERIENCE

ТЕЛСАРТАН — новое антигипертензивное средство.

ЗАДАЧА: заинтересовать участников конференции в просмотре информационного ролика о новом средстве.

Коллеги из фармацевтической компании Dr Reddy's предложили сделать VR ролик. В качестве идеи мы использовали экспедицию на другую планету от первого лица. В ней зритель становится капитаном межзвездного корабля, который переносит его на планету «Телсартан». После приземления он может узнать особенности молекулы «Телмисартан».

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



Персонажная 3D анимация:

DR. REDDY'S. RABEPROZOL

РАБЕПРАЗОЛ — противоязвенный препарат из группы ингибиторов протонной помпы.

ЗАДАЧА: рассказать об особенностях препарата и его преимуществах над аналогами.

Рабепразол сокращенно называют «Разо», а принимать его нужно всего раз в день. Мы сразу подумали, что он мог бы быть спецагентом, вроде Джеймса Бонда или Джейсона Борна, ведь ему в одиночку под силу справиться с опасностью. Чтобы быть ближе к медицине, мы сделали его роботом-помощником лечащего врача.

СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ

Арт-видео:

МТС МАММ

МАММ — Мультимедиа Арт Музей.

ЗАДАЧА: вовлечь посетителей музея в коммуникацию Ве Artist ярким арт-видео на экранах.

В видеоинсталляции от МТС нам важно было отразить концепцию Ве Artist: каждый может стать частью искусства. Мы придумали нестандартное визуальное решение: оживили съемочные кадры Москвы 2D-графикой и отправили огромного осьминога гулять по Живописному мосту.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

3D Мэппинг:

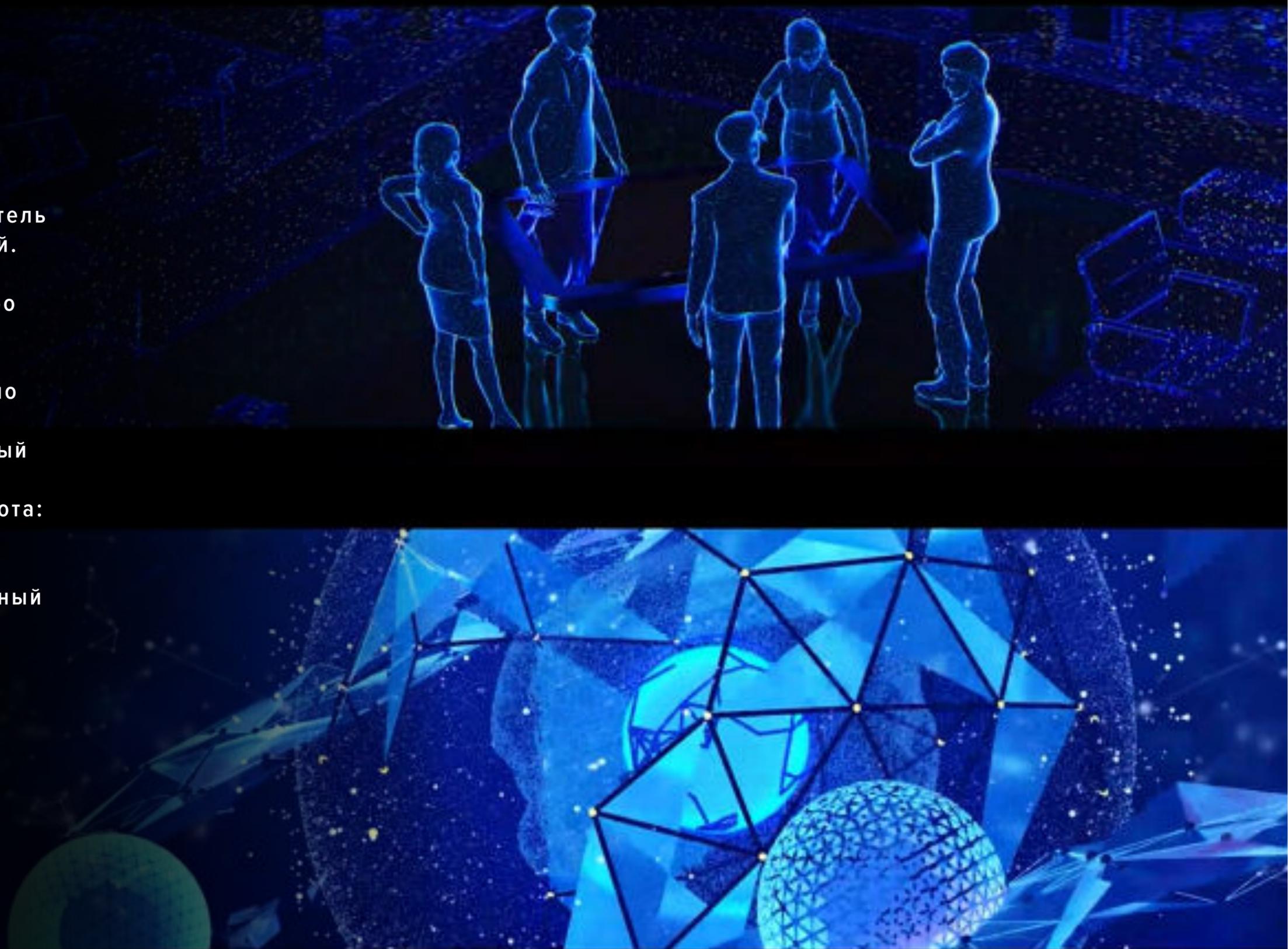
FERRERO

FERRERO — это итальянский производитель шоколада и других кондитерских изделий.

ЗАДАЧА: создать инсталляцию для интро внутренней конференции.

Для такого пафосного мероприятия важно было сделать эпичный мотивационный ролик. Лучшим решением стал панорамный 3D мэппинг. За масштабным визуальным решением скрывалась колоссальная работа: сначала мы отсняли движения людей в реальном мире, затем — перенесли анимацию и движение камеры в трехмерный формат.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)



3D анимация:

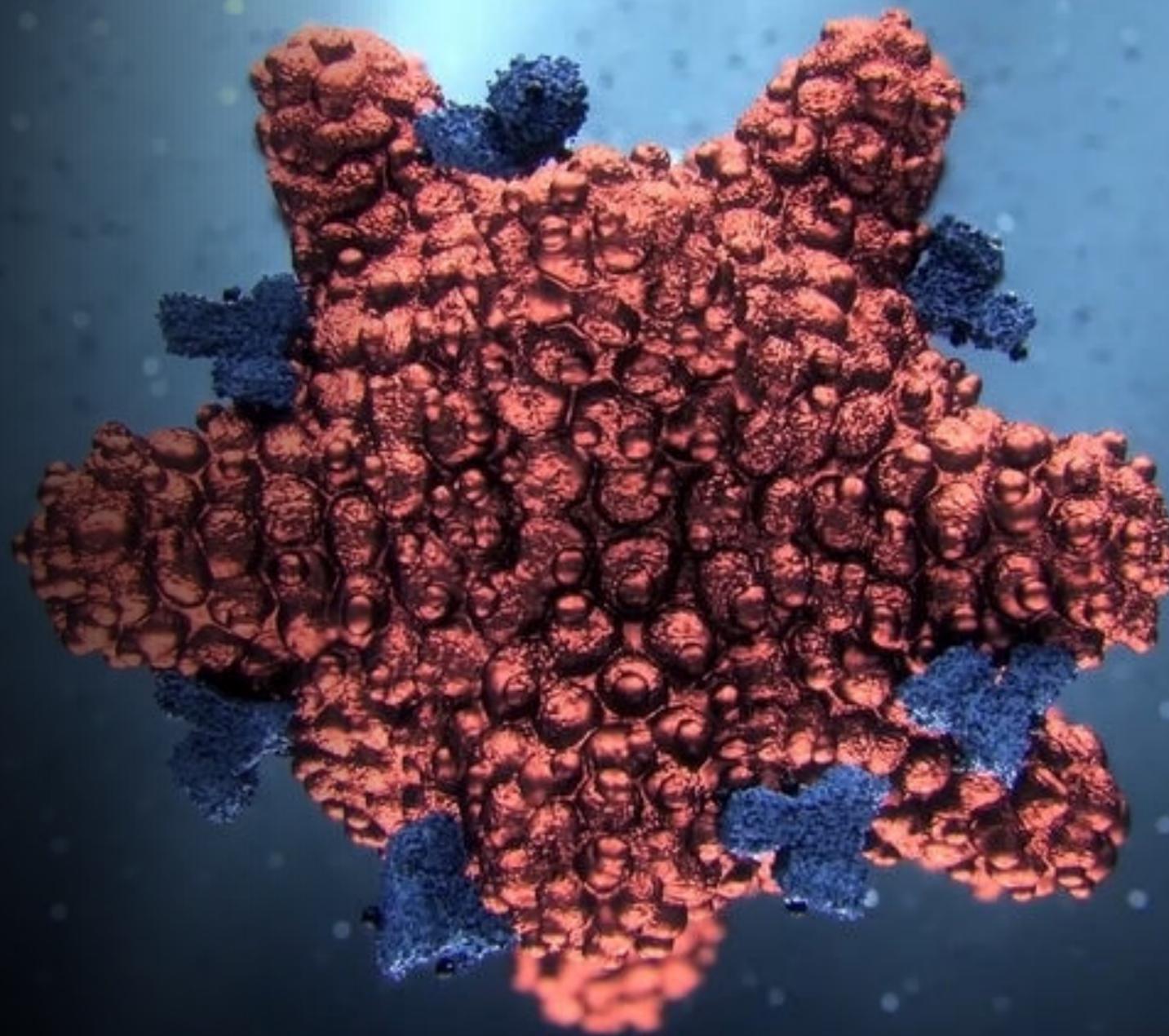
ROSATOM

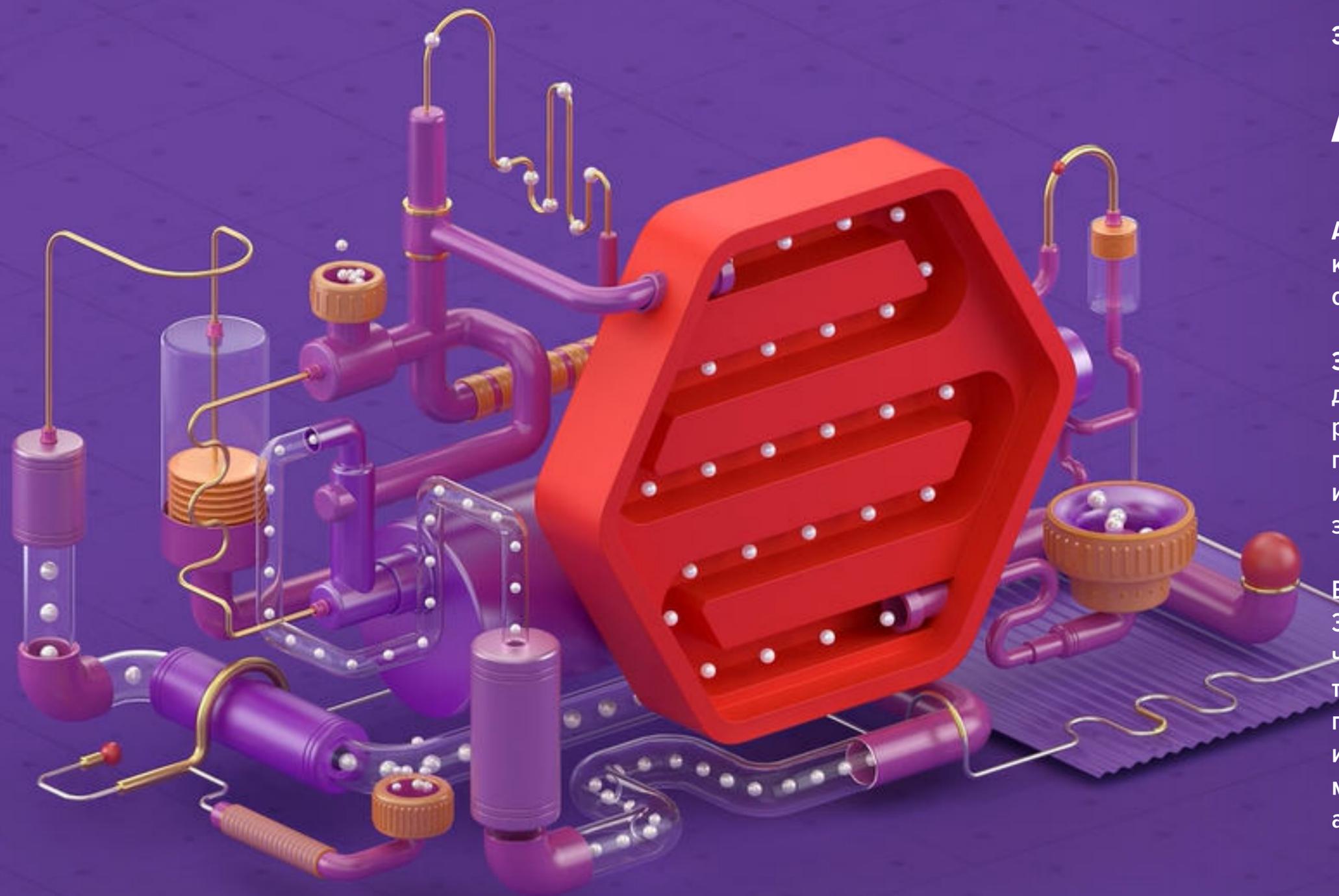
РОСАТОМ — государственный холдинг, объединяющий более 360 предприятий атомной отрасли.

ЗАДАЧА: наглядно показать, каким образом наночастицы находят пораженные клетки.

Мы погрузили зрителя в микромир с помощью 3D и показали процесс обнаружения больных клеток: от разделения частиц в центрифуге до их пункта назначения. Поскольку наночастица — крошечный объект, каждый элемент проработан до мельчайших подробностей, благодаря чему ролик выглядит реалистичным.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)





Эксплейнер «Проблема — Решение»:

АНГИОВИТ

АНГИОВИТ — это комплексный препарат, который поддерживает нормальную работу сердца и кровеносных сосудов.

ЗАДАЧА: сделать рекламный ролик для российского ТВ без демонстрации расстройства здоровья; гарантированного положительного действия препарата; использования образа врача и даже звукового образа машины скорой помощи.

В таких жестких рамках мы сделали 3D модель, которая символизирует человеческий организм. Стекланные трубки-сосуды, помпы, которые гоняют по ним лейкоциты в виде шариков, и гомоцистеин в виде больших, острых многоугольников. С виду — механизм, а по факту — организм.

[СМОТРЕТЬ ПРОЕКТ](#)

ПОЧЕМУ МЫ ПОЛЕЗНЕЕ ДРУГИХ?



1. СКОРОСТЬ РАБОТЫ

Если на проект есть 3 дня — нам это подходит. Наши специалисты — в штате в офисе в Москве, а потому проекты мы создаем в самые сжатые сроки. Кроме того, мы умеем быстро масштабироваться благодаря широкому кругу проверенных фрилансеров.

2. ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

У нас большой опыт работы с рекламными агентствами и крупными продакшенами из России (Mosaic, Leo Burnett Red Keds, Сила Света, Базелевс и др.), США, ОАЭ, Южной Кореи, Швейцарии, Израиля, Омана, Китая. Мы умеем выстраивать корректную коммуникацию и поддерживать высокий LTV.

3. КАЧЕСТВО РАБОТЫ

Каждая студия пишет, что она лучшая. А мы предлагаем сравнить на основании независимого авторитетного мерил — количество попаданий в кураторские галереи Behance.

4. КОМАНДА

Кроссфункциональная дрим-тим, закрывающая все аспекты производства: пять продюсеров, арт-директор, два младших арт-директора-иллюстратора, креативный директор, сценарист, супервайзер, 3D-дженералист, художник-аниматор, иллюстраторы, аниматоры, моушен-дизайнеры.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

НОВЫЕ ПРОЕКТЫ И ПРОСЧЕТ СМЕТ:

Елена Уварова, руководитель отдела продаж

euvarova@infografika.in

+7 (916) 187-85-66

ПРИХОДИТЕ В ГОСТИ:

**Москва, Новоданиловская набережная,
6 корп. 1, 6 этаж**

<https://www.infografika.in>

www.behance.net/infografikastudio

www.vimeo.com/infografika

