

LEVY DESIGN

Portfolio





LEVY DESIGN

BUSINESS CARDS →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

[1] NTV

[2] Elena Motorina

[3] Sun Multimedia

[4] Ilmeneva Inna

{COLORS}

2 match colors

{TYPE}

[1] Futura

[2] FreeSet

[3] HandWrite

[4] Gost Regular

{WHAT'S SPECIAL}

[3] We can see the name of a person below the logo.

All text around the name is a personal information about hobbies and preferences. It helps to learn more about this person.

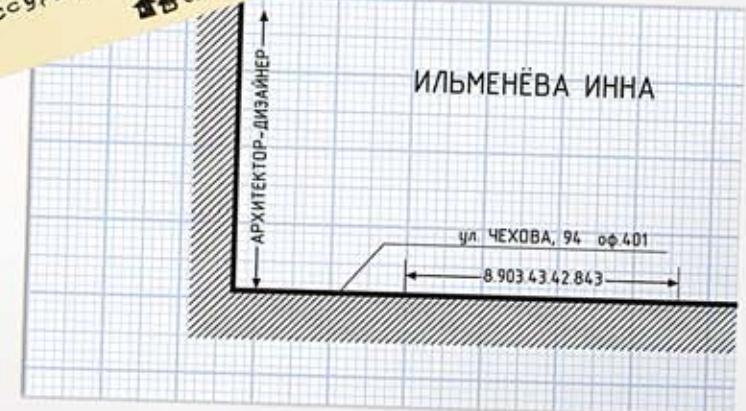


[1]

[3]

[2]

[4]



CREDIT CARDS →

{STUDIO}

RIA-center

{ART DIRECTOR}

Konstantin Travin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

South Trade Bank

{COLORS}

4, process

{TYPE}

Helios condensed



UTK (South Telecommunication company)
CHARGE CARDS →

{STUDIO}

Sun Multimedia

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Rostov Electrosvyaz

{COLORS}

4 color process

{TYPE}

Helios condensed



HI GUYZ LOGO →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Hi Guyz



5



THE BARKHAT LOGO →

{STUDIO}

RIA-center

{ART DIRECTOR}

Konstantin Travin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Cazino Severyanka

{COLORS}

1 match

{TYPE}

Handwritten



6



THE DEKELPEDIA LOGO →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Gil Dekel

{TASK}

Design a logo in Hebrew and a version in English.

The Hebrew logo consists of the name דקלפדייה and a motive-image of a palm tree.

A slogan in the second line of the Hebrew Logo says ידע עם חירות

{COLORS}

2 match

{TYPE}

Hebrew:

the main type—handwritten, second—Lucida Grande.

English version:

Warnock Pro



8

DUBUA

[MEAT-WARE FACTORY]

CORPORATE IDENTITY →

{STUDIO}

RIA-center

{ART DIRECTOR}

Konstantin Travin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Dubua

{COLORS}

2, mutch

{TYPE}

Freez Quadrata;

Myriad Pro;

Minion Pro

{GUIDE-BOOK}

It've been created



ДюбуА

МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЕ
ПРЕДПРИЯТИЕ ООО «ДА»

«ДюбуА» – натуральный мясной продукт

Сардина «Баварская»
Натуральный копченый сыр из свиной мякоти с добавлением копчёных колбасных изделий и сыра бруннера.

Сардина «Московский»
Деликатесный копченый сыр из свиной мякоти с добавлением копчёных колбасных изделий и сыра бруннера.

Сардина «Демократический»
Натуральный копченый сыр из свиной мякоти с добавлением копчёных колбасных изделий и сыра бруннера.

Сардина «Семейная Бавария»
Натуральный копченый сыр из свиной мякоти с добавлением копчёных колбасных изделий и сыра бруннера.

Кобаси «Бургундия»
Настоящая колбаса из свинины и говядины с добавлением специй.

Кобаси «Французская»
Вкуснейшая колбаса с добавлением специй.

Кобаси «Форшмак»
Продукт из свиной мякоти с добавлением специй.

Кобаси «Гриль»
Продукт из свиной мякоти с добавлением специй.

Кобаси «Чили-чили»
Продукт из свиной мякоти с добавлением специй.

Салат «Блюз»
Салат из свежих овощей, мясного фарша и зелени.

Дубуа Дмитрий Петрович
генеральный директор

09.01.08

Дубуа Дмитрий Петрович
генеральный директор

09.01.08

Москва, Россия, Ростокинский Северный проезд, д. 4
Санкт-Петербург, инд. +7 8672 44-03-77, +7 8672 51-16-35, +7 8672 51-17-03
e-mail: d@dubau.ru



Уважаемый Сир!

Шагнув в 2001 год в новое для нас направление – дизайн и производство официальной мерки изображения логотипа и фирменного стиля, мы добились значительных успехов в области обработки изображений, создание собственных коллекций и пакетов дизайнерских материалов для наших клиентов.

Мы хотим Вас познакомить с нашим концептом СДИ в едином стиле, который мы называем «ДюбуА».



Этот новый образ компании ДюбуА, основан на идеях изображения в едином стиле, которые мы называем «ДюбуА». Мы хотим, чтобы наша компания выглядела в США, как выглядит сейчас в России. И это не первый раз, когда мы это делаем.

Мы хотим, чтобы наша компания выглядела в США, как выглядит сейчас в России. И это не первый раз, когда мы это делаем.



{GUIDE-BOOK}



OPORA CORPORATE IDENTITY →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Opora

{COLORS}

2, mustch

{TYPE}

Pragmatica

{WHAT'S SPECIAL}????

The logo's eagle and the type was drawn myself



door's sticker

text on the sticker:
The object is protecting



9



CENTROCOM IDENTITY →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Centrocom

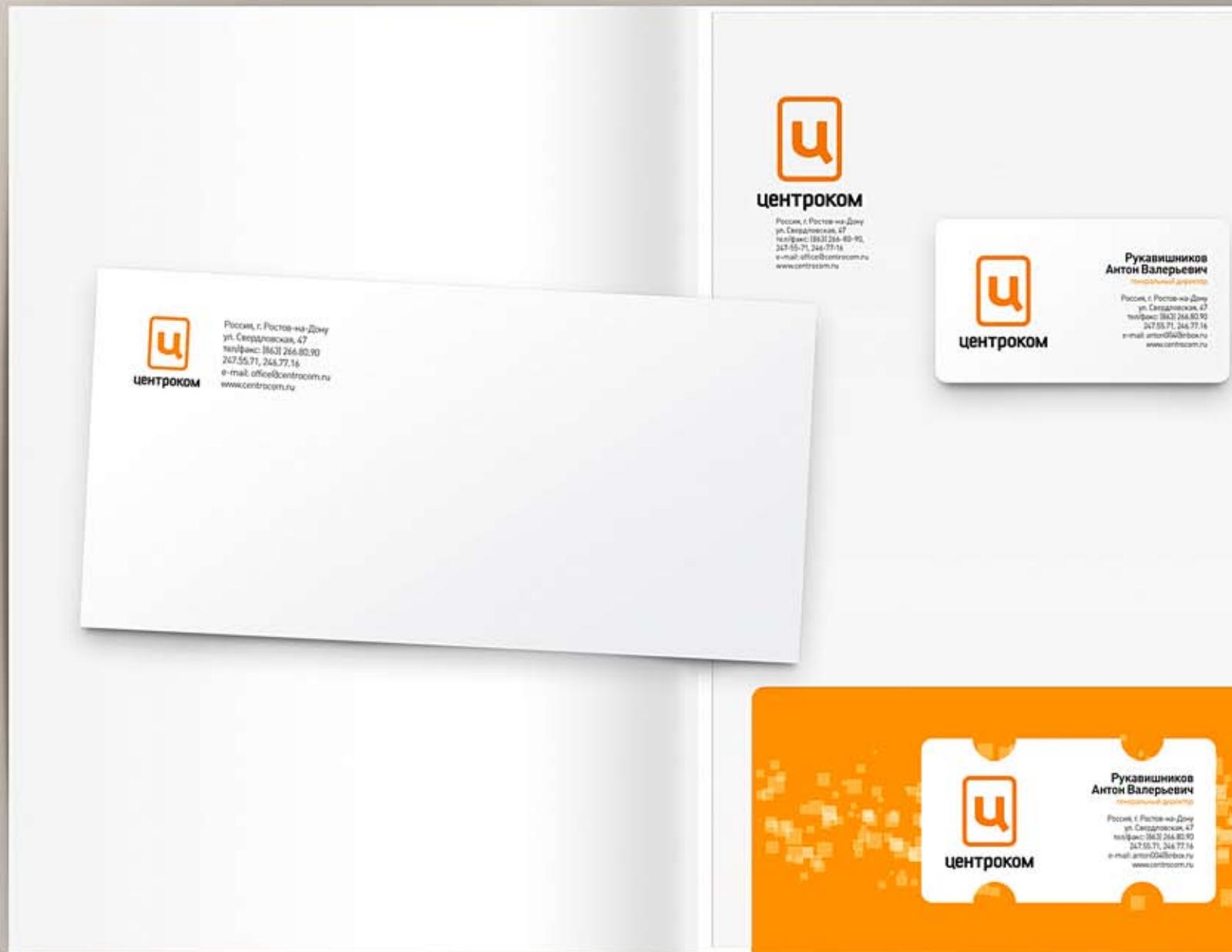
{COLORS}

2, mutch

{TYPE}

Plumb

10



NEW PORSCHE SHOWROOM PRESENTATION PACKET →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Gedon

{COLORS}

4 color process

{TYPE}

News Gothic



jj

PORSCHE DEALER'S PRINT →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Gedon

{COLORS}

4 color process,
varnish, stamping

{TYPE}

News Gothic

12



MUSIC CD DESIGN →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Mutter, A., producer

{COLORS}

4 color process,

{TYPE}

Helios Cond Bold



SVIRIDOV TINNED
VEGETABLES
LOW-COAST LABELS →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Sviridov

{COLORS}

4-color process

{TYPE}

Futura



**SVIRIDOV TINNED
VEGETABLES
PREMIUM LABELS →**

{STUDIO} Stors

{ART DIRECTOR} Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER} Me

{CLIENT} Sviridov

{COLORS} 4-color process

{TYPE}

Main font was created by hand. ingredients: Myriad Pro

{WHAT'S SPECIAL}

The Main idea was to make hints about vegetables through color



REGATA PEPPER VODKA LABEL →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{PHOTOGRAPHER}

Stas Burdon

{CLIENT}

Juzhnaya Stolitsa

[South Capital]

{COLORS}

4-color process

{TYPE}

Tideway

Gill Sans



16

Введение

Проведенное в октябре-ноябре 2006 года исследование выявило необходимость выхода на рынок нового продукта в элементе премиума. Новая торговая марка «Свиридов» создана в начале 2007 года, было разработано название, логотип, этикетки на весь ассортиментный ряд упаковки и идеология торговой марки.

Объект исследования:

ТМ «Свиридов»: этикетка, банка,

Предмет исследования:

Восприятие потенциальными покупателями этикетки ТМ «Свиридов»: логотип, цветовая гамма, стиль оформления.

Цель исследования:

оценка восприятия потребителями ТМ «Свиридов».

Задачи исследования:

- 1) Оценка этикетки в целом, банки с этикеткой;
- 2) Оценка отдельных элементов этикетки (логотип, визуальные образы, форма этикетки, цветовая гамма, надписи);
- 3) Выявление ассоциаций с новым образом продукта и считываемой коммуникации.

Методы исследования:

В исследовании применены проективные методики, к которым относятся:
 1) метод семантического дифференциала, позволяющий выявить эмоциональное состояние человека, восприятие отдельных элементов исследуемого объекта, проверить точность совпадения закладываемых и считываемых смыслов – в виде специальных форм и таблиц;

2) метод свободных ассоциаций (неожиданных предложений) позволяет выплыть проектируемые реципиентом на объект смысли и ассоциации (ответы на открытые вопросы); 3) ранжирование (присвоение ранга исследуемому объекту или его элементам), заполнение специальных форм с таблицами, построение шкал.

Выборка репрезентативна, многоступенчатая. Объем выборки 150 человек.
 Состав выборки: 96 мужчин и 54 женщины в возрасте 25-45 лет с уровнем дохода от 20 т.р., готовых покупать дорогой и качественный продукт.

Обработка и анализ данных:

Компьютерная обработка данных Excel

Методы анализа: кластерный, статистический,

Исследование проведено в апреле – мае 2007 года.

Оценка этикетки в целом

Согласно оценкам реципиентов этикетка ТМ «Свиридов» способна привлечь внимание потребителя и создать благоприятный, понятный образ продукта и занять устойчивые позиции в сознании потребителя.

Табл.1. Оценка оформления бутылок 25-35 лет.

№ п/п		Балльная шкала									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Некрасивая									9,4	Красивая
2	Непривлекательная									9,8	Привлекательная
3	Тусклая								10	Яркая	
4	Банальная								10	Оригинальная	
5	Нестyльная								9,5	Стyльная	
6	Неприятная							8,4	Приятная		
7	Стyличная							8,5	Динамичная		
8	Непонятная							8,1	Понятная		
9	Нетрeндиционная							9,4	Слишком претенциозная		
10	Нагрессивная						4,2		Агрессивная		
11	Невызывающая							5,3	Вызывающая		
12	Стандартная								10	Нестандартная	

Кривая на рис. 1 показывает восприятие потребителем представленной этикетки. Положение кривой говорит о том, что этикетка воспринимается потребителем как красива, привлекательна, яркая, оригинальная, нестандартная, стyльная и немаловажно – она понятна. Она достаточно претенциозна и вызывающая, но, в то же время, неагрессивна.

В процессе высказывания свободных ассоциаций реципиенты дали такие характеристики этикетки: очень яркая, насыщенная, необычная, лаконичная, без всяких излишеств, необычные цветовые переходы.

**Этикетка
в целом, стиль
изображения:**

- Андрей, 22, строительство: «Мне нравится, что она такая броская, и в то же время простая. В ней нет лишнего. Только надпись «Помидоры» и много места свободного»,
 - Ирина, 32, бухгалтер: «Я помню старые «Свиридовские» этикетки, эта, конечно – совершенство, но другая, более необычна. И она достаточно проста. Все четко видно, надписи прямые, понятные»,
 - Валентина, 37, торговый представитель: «Рисунки овощей понятны. Они небольшие, но в то же время заметные. Я думаю, она будет привлекать внимание»,
 - Сергей, 31, грузоперевозки: «Вызывающе. Такое впечатление, что от меня требуют покупки»,
 - Юрий, 44, работник банка: «Оригинально. Без картинок наконец-то!»
- Исследование восприятия этикетки в целом показывает, что первой реакцией потребителя на этикетку являются удивление и интерес. Таким образом, данный продукт обладает весьма

VODKA POLYARKA →

{PRODUCT}

Gift-box

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Juzhnaya Stolitsa

[South Capital]

{COLORS}

4-color process;

1 match

{WHAT'S SPECIAL}

This icy pattern was made

by hand from beer and salt.

Printed with silver color.



VODKA
ROSTOV KYPETCHESKY →

{PRODUCT}

Gift-box

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Juzhnaya Stolitsa

[South Capital]

{COLORS}

4-color process;

2 match

{3-D VIEW}

Dmitriy Rybalkin



GENUINE
PROTECTING LABEL →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Juzhnaya Stolitsa

{COLORS}

Spesial

{TYPE}

Freez Quadrata;
Garamond Premier Pro

{TASK}

To prevent
counterfeiting of product

20



FUNNY PROHIBITIVE SIGNS FOR VODKA POLYARKA'S GIFT-BOX →

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Vodka Polyarka

{COLORS}

Two

{TASK}

To create several funny signs for the gift-box. The main idea of signs' creation was to show how people mustn't use the bottle of vodka.

I had got a brief and I only read the main idea. That's why I needed to imagine it myself. And I did it. My friend helped to take photos (these are my hands). After that I made signs you can see here.

2j



photos for
working
process

NORTH SUMMER →

{PRODUCT}

Vodka Polyarka

pos-materials

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Juzhnaya Stolitsa

[South Capital]

{COLORS}

4-color process

{TYPE}

Pushkin



VODKA
POLYARKA →

{PRODUCT}

Pos-materials, connected to Hockey World Champion-
ship in Moscow

{STUDIO}

Stors

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Juzhnaya Stolitsa

[South Capital]

{COLORS}

4-color process;

2 match

{TYPE}

Din Pro; BlackGroteskC



НА ЧЕМПИОНАТЕ МИРА ПО ХОККЕЮ В МОСКВЕ

**БОЛЕЙ
ЗА НАШИХ!
с «ПОЛЯРКОЙ»!**



MINERAL
WATER POSTERS →

{STUDIO}

InterSouth

{ART DIRECTOR}

Dmitriy Rybalkin

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

AkvaDon

{COLORS}

4-color process;

1 match

{TYPE}

Lazursky



KTO GLAVNYI, MAGAZINE →

{PRODUCT}

Design and impose articles

{STUDIO}

RIA-center

{ART DIRECTOR}

Konstantin Travin

{DESIGNER}

Me

{PHOTOGRAPHER}

Dmitry Norov;

Vyacheslav

Pavel Tantserov

{COLORS}

4-color process

{TYPE}

Probel; Miniature



MAGAZINE'S LAYOUTS →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Sfera

{COLORS}

4 color process

{TYPE}

Franklin Gothic

The image shows three magazine layouts from different clients:

- LEVY DESIGN** (Top Left): A black and white sketch of a logo or design concept.
- ЗВУК XL** (Bottom Left): An advertisement for car audio systems. It features a large speaker icon and the text "ЗВУК XL" repeated in a stylized font. Below it, smaller text reads: "Специальная программа работы с салонами и устами", "Гибкая система скидок", and "г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, 96, т: (863) 299-36-16, 299-36-26, e-mail:".
- авТОМОТОбИзнес юга** (Top Right): An automotive magazine layout featuring a dark green sports car. The header includes the magazine title "авТОМОТОбИзнес юга" and the year "1902". The car's headlight features the "S" logo of Schwarze Etienne.
- SCHWARZ ETIENNE 1902** (Bottom Right): A close-up of a luxury wristwatch with a silver-toned case and a black leather strap. The watch face has large Arabic numerals and a small seconds sub-dial at 9 o'clock. The brand name "SCHWARZ ETIENNE 1902" is printed at the top of the watch face.

A wooden pencil lies horizontally across the bottom left of the layout.



WEB-SITES →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Mir Glass

Veghniy Dvigatel

www.bd800.ru

В июле 2008 года открылся мультибрендовый салон запчастей Вечный Двигатель.

Команда профессионалов с огромным опытом выстраивает работу так, чтобы клиент с комфортом провел минимальное количество времени в ожидании решения своих задач. В салоне представлен широчайший диапазон запчастей на европейские и азиатские автомобили разных брендов, включая Luxury car. Так же в продаже имеются масла и специальные жидкости. Централизованные поставки, работа напрямую с официальными дистрибуторами и заводами-изготовителями, удобное расположение в центре города и удобная парковка – все направлено на максимальный комфорт покупателя при получении услуг высокого качества. Вечный Двигатель это эксклюзивное обслуживание по приемлемой цене.

© 2009 Все права защищены. Принадлежит компании Вечный Двигатель.
Сайт создан в 2008 году.
+7 (863) 230 00 00
+7 (918) 230 00 00

ICONS FOR GENAPPLE.COM →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Genapple.com

www.genapple.com



virtual information bank



purchasing information



receive payment



find the information



genapple looks out for you



choose your listing format



get started fast



keep your proprietary information secure



take possession of the Information

POSTCARDS →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{CLIENT}

Ame-Ame

{PRODUCT}

Umbrellas

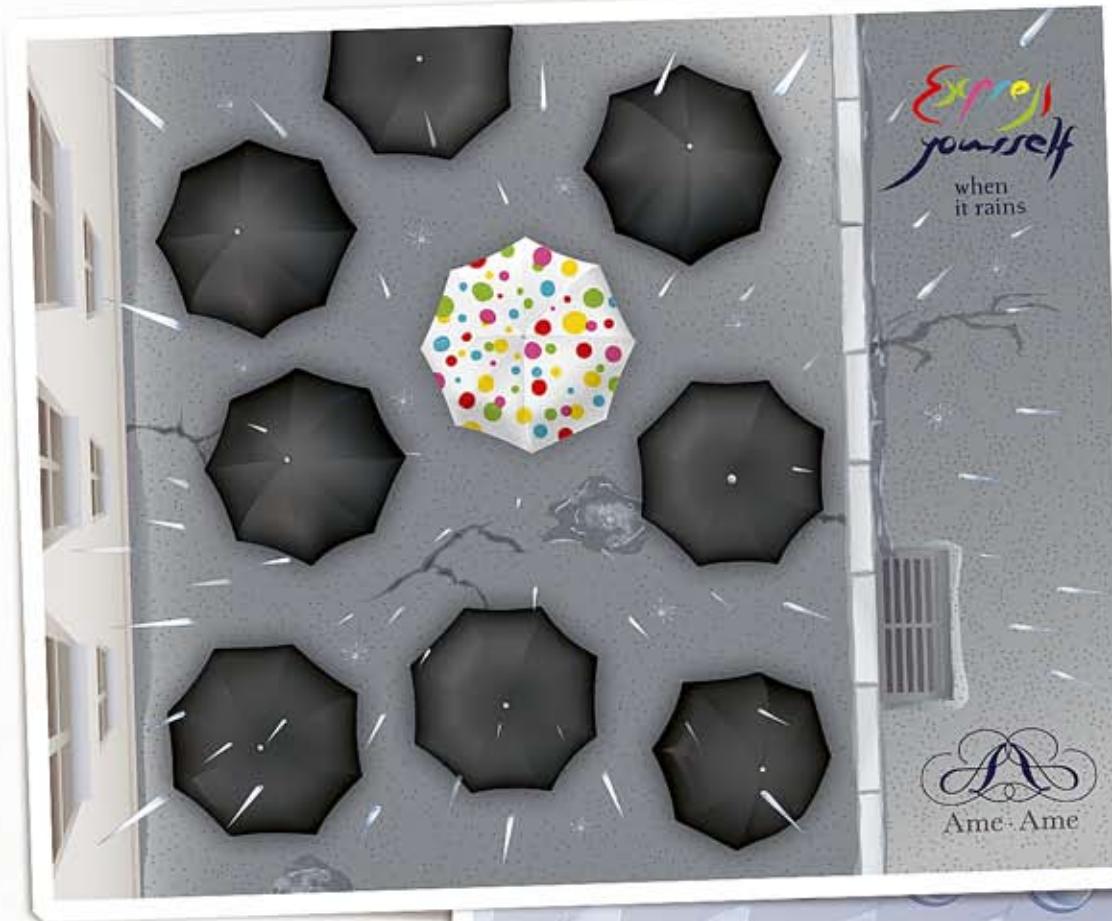
{TASK}

To illustrate a company's slogan:
Express yourself when it rains

{TYPE}

the main type—handwritten,
second—Conqueror

29



POSTCARDS FOR WEB →

{STUDIO}

My home office

{DESIGNER}

Me

{PHOTOGRAPHER}

Me

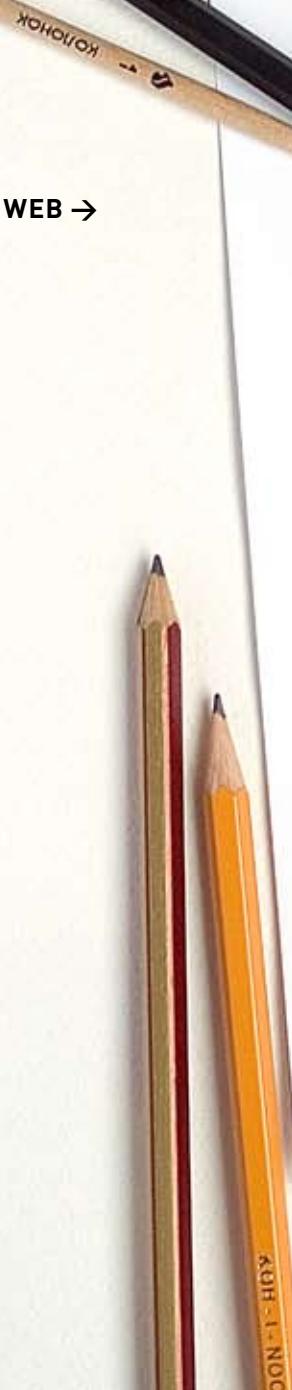
{CLIENT}

Stors

{TYPE}

Din Pro

30



For distributor of Apple Inc. in Rostov-on-Don



Bcë!
THE END

