



ТРЕНДБУК ADCR AWARDS 2023

Креативный дайджест
Клуба арт-директоров России

Содержание

Вводное слово от президента
Российского клуба арт-директоров (6)

Фестивали как зеркало заднего вида:
тренды на 2024 год (7-16)

Категория Students & Young Creatives как
форсайт сессия: тренды на ближайшие
несколько лет (17-21)

Материалы за 2023 год (22-28)

Комьюнити Клуба арт-директоров
России в Community (29)

Благодарность (30)

ADCR Awards

Клуб арт-директоров – профессиональное объединение представителей российского рекламного сообщества. Резиденты клуба подтверждают свой статус наличием наград на ведущих российских и международных конкурсах.

Инициатива объединения профессионального российского арт-сообщества появилась в 2004 году как локальное представительство европейской лиги клубов ADC Europe*. Под эгидой клуба проводится конкурс ADCR Awards.

ADCR Awards – российский профессиональный конкурс креатива, дизайна и рекламы, учрежденный клубом Арт-директоров России в 2004 году. Ключевая цель конкурса – поддержка агентств независимых креаторов, которые развиваются на локальном рынке. Вручая награду от лица профессионального сообщества, клуб сохраняет стремление к развитию рекламы, креатива и дизайна в России.



*4 марта 2022 года Европейский клуб арт-директоров (ADCE) решил временно приостановить российское членство в крупнейшем международном креативном объединении.

Что такое трендбук

Трендбук Клуба арт-директоров России – это третий отчетный сборник, который подводит итоги девятнадцатого конкурсного сезона и объединяет публикации за 2023 год.

ПОЧЕМУ МЫ РЕКОМЕНДУЕМ ПОСМОТРЕТЬ ТРЕТИЙ ТРЕНДБУК КЛУБА АРТ-ДИРЕКТОРОВ РОССИИ ?

- Вы почувствуете новый формат: креативный дайджест выполнен в соавторстве с Александром Алексеевым, президентом нашего клуба и конкурса ADCR Awards.
- Вы настроитесь на новый поток идей и концепций после просмотра работ победителей.
- Вы поймете, почему Клуб арт-директоров России – это комьюнити, мы наконец-то дали возможность жюри поделиться своими размышлениями о работах участников.

Предназначен для публичного ознакомления
на едином индустриальном контент-портале ADPASS.

ИТОГИ КОНКУРСНОГО сезона 2023

Благодарим всех, кто принял участие в этом году! Ваша активность – это наш шанс на развитие и рост как конкурсного проекта.

Мы надеемся, что наш конкурс будет вдохновлять агентства на новые профессиональные победы и приобщать начинающих креаторов к работе над своим мастерством.



Победители
ADCR Awards 2023

Статистика конкурса

Рекордное количество проектов от участников: 543
115 агентств

16 региональных агентств

Города участников:
Москва,
Санкт-Петербург,
Екатеринбург,
Ростов-на-Дону,
Казань,
Тверь,
Тольятти,
Красноярск

Количество победителей 2023 года:

13 золото | 21 серебро | 57 бронза

Вводное слово от президента российского клуба арт-директоров

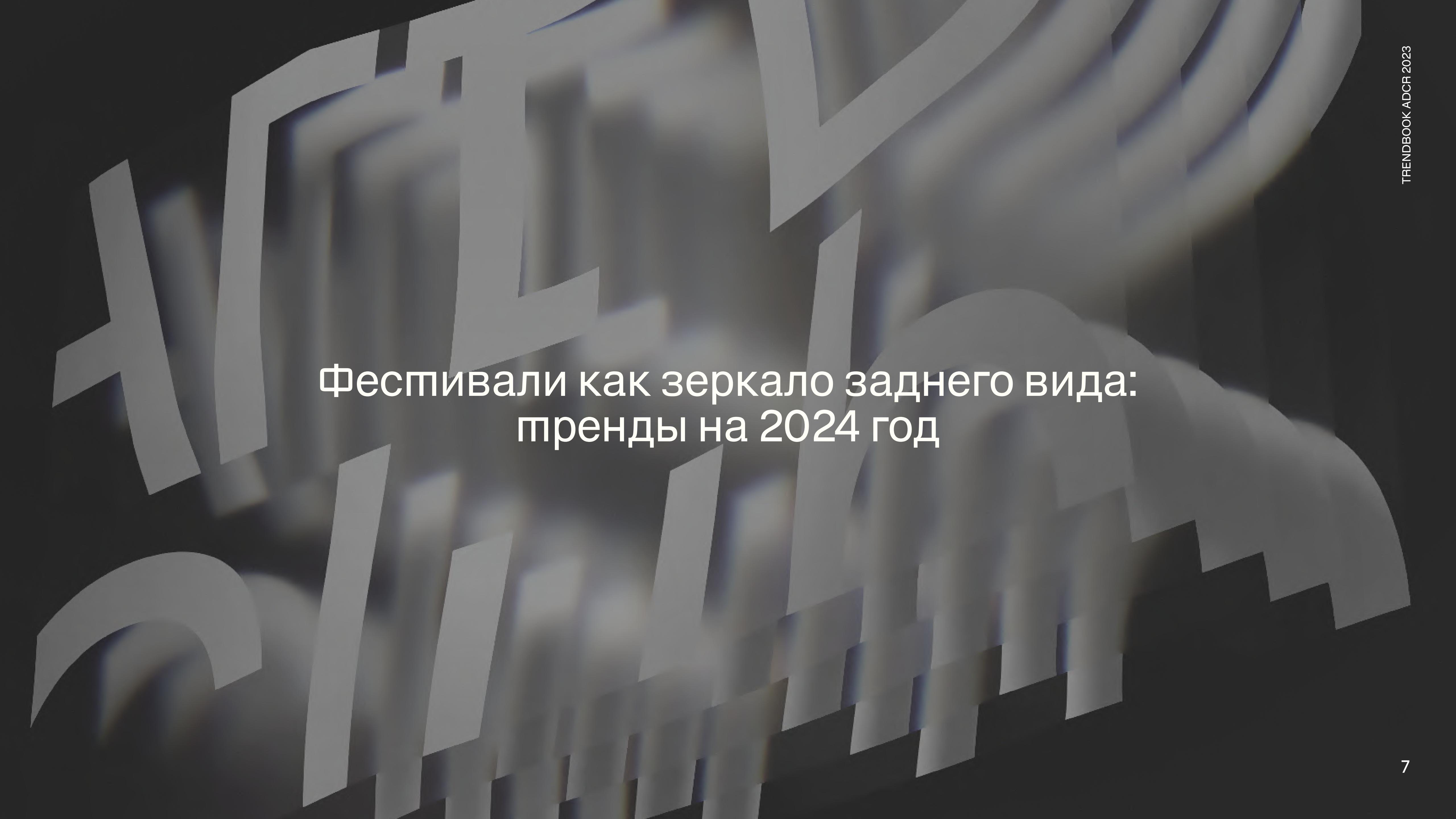
ADCR Awards не только прославляет заслуженных победителей года, продвигая авторов и их команды вверх по рейтингам креативности.

ADCR Awards работает как зеркало заднего вида, пользуясь метафорой Маршалла МакЛюэна – чтобы предсказать, как нужно работать в году будущем.

А ещё ADCR Awards работает как форсайт сессия, чтобы определить тренды на несколько лет вперед.

АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВ





Фестивали как зеркало заднего вида: тренды на 2024 год

Тренд 01

Проникновенные инсайты. Сегодня и завтра – если бренд не проявляет эмпатии, значит, бренд не существует для пользователей



► СМОТРЕТЬ КЕЙС

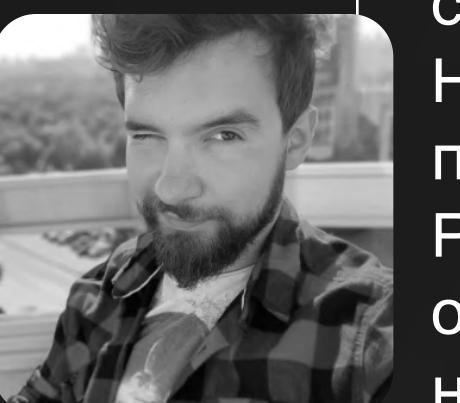
GOLD Brand Experience & Activation PR/Events
Восход Spot Production «ПО-МУЖСКИ»

Фильм «По-мужски» – кино, поднимающее вопросы о роли современных мужчин. Глеб – образец успешного бизнесмена: красавица-жена, дорогая машина, новый коттедж. Но его идеальная жизнь круто меняется после конфликта супруги с пьяным соседом. Перед Глебом встаёт выбор: решить конфликт мирным путем или применить силу – «По-мужски».



Александра
Новохацкая

«„По-мужски“, конечно, отличался от остальных проектов. В первую очередь выбором темы и аудитории, с помощью которой доносилось сообщение. Эти тема и аудитория трендовые в мире, но не самые популярные, если не сказать табуированные в России. И уже только сама попытка сделать такую коммуникацию, на мой взгляд, заслуживает уважения».



Андрей
Артюшин

«Мне кажется, самые интересные обсуждения проходили на проекте «По-мужски» от Восхода – начиная от решения с запуском в колонии и вплоть до всех точек зрения, которые команда получала от людей, реагировавших на проект. Часто, когда в кейсе говорят «мы запустили обсуждение» – по факту все просто соглашаются, что есть проблема, и она плохая. Но в этом кейсе в центре действительно стоит идея, поднимающая важные вопросы, – где далеко не все в России согласны с одной точкой зрения. И поэтому обсуждение тут – и правда неоднозначное, непредсказуемое и дающее новые ответы».

Тренд 01

Проникновенные инсайты

GOLD Brand Experience & Activation Social Responsibility campaign for commercial purpose

GRAPE Skillbox #ЖИЗНЬПОСЛЕ

#ЖИЗНЬПОСЛЕ – образование для людей, которые еще отбывают заключение или недавно вышли из тюрьмы. Проект дает возможность получить современную диджитальную профессию и радикально изменить жизнь. Skillbox верит, что образование – это эффективный способ вернуться в общество для тех, у кого есть тюремный бэкграунд.

Проект #ЖизньПосле – самая сочная иллюстрация понятия «социальный лифт». Берем худшее с точки зрения пожизненного клейма на репутации и судьбе человека событие. Берем лучшее, потому что доступное всем, от школьника до пенсионера, решение. Женим – и получаем железобетонно работоспособный, в духе «бери и делай», способ реинтеграции людей в социум. До банального гениальный проект.

Елена
Карпова

Тренд 02

Чисто, просто, понятно. Визуальность – это новая этика. Сегодня этично не тратить время на донесение предложения. Поэтому один из главных трендов на 2023 год стал: «чище, проще, понятнее», со слов Александры Логиневской, члена жюри ADCR Awards 2022. Продолжаем работу в тренде – в дизайне, а теперь и в рекламе



GOLD Design Packaging

DDVB MARCO PANATTI

Теплая концепция итальянской семьи транслируется насквозь: нейминг, метафорический концепт, визуальная идентификация, продукты. Знаменитый Fiat 500, гиперболизированная подача фуд зоны, ощущение кинематографического постера – все это делает дизайн честным. Ему веришь и ни на минуту не сомневаешься, что внутри – качественные итальянские продукты.

На мой взгляд, основным запросом потребителей в проекте MARCO PANATTI является запрос на отход от устоявшихся штампов, появление индивидуальности в «голосе» брендов. Существует большая потребность в коммуникации не с крупными безликими корпорациями, а в социальном отклике, поиске «своих», и харизматичный стиль MARCO PANATTI отвечает этим потребностям. Насыщенные цвета, яркая типографика и микс иллюстраций с реальными объектами помогает связать современный дизайн и традиции.

Антонина
Жулькова



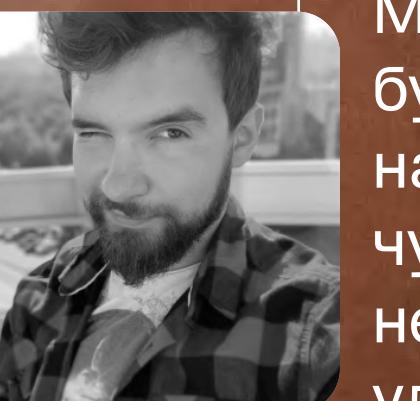
Чисто, просто, понятно

GOLD Film & Audio TV/Cinema Commercials

Instinct S7 ГДЕ НАЧИНАЕТСЯ СВЕТЛАЯ ПОЛОСА

S7 Airlines – больше, чем просто авиакомпания. Путешествие для нас – больше, чем просто перелет из одного города в другой. Это настоящее чудо, и с него начинаются поиски еще большего чуда, которое мы называем счастьем.

▼ СМОТРЕТЬ КЕЙС



Андрей
Артюшин

Многие бренды в последний год ставили себе задачу «сказать, что всё будет хорошо, но без конкретики, в какой ситуации». И команда Instinct нашла простое и чистое решение, без лишних слов создающее тёплое чувство внутри. Приятно, что ситуации в «Светлой Полосе» собрались не только понятные и ожидаемые, как полоса света, но и искренне удивляющие и радующие неожиданным появлением, как натянутая лапша.



Дмитрий
Доник

На мой взгляд, это работа вне трендов. Кампания – хороший пример чистой идеи, которая аккуратно работает с социальным контекстом, не упуская из внимания бренд и базовые категорийные инсайты без натужных попыток оказаться на хайпе.

Тренд 03

Кириллизация коммуникации
в ответ на словоцентричность
российской культуры. В ответ
на запрос появляется все больше
замечательных кириллических
шрифтов, и акцидентных,
и наборных.

► СМОТРЕТЬ КЕЙС

Ален Делон (?) в фильме Жан-
Пьера Мельвиля / Alain Delon
in Jean-Pierre Melville movie
LE SAMOURAÏ*

Gertrude – семилетний *work in progress*, автобиографичный шрифт
Ивана Величко и фирменный шрифт бренд-бюро «Щука». Работа над
Gertrude началась в 2016 году, а в 2023 Иван завершил недостававшие
с тех пор компоненты – скорректировал рисунок графем, дополнил
начертания и расширил каталог языков.



LANGUAGE SAMPLES

GERTRUDE	
BOLD	
LIGHT	
MEDIUM	
REGULAR	
BLACK	
HARLINE	
BOOK	
THIN	

SCHRIFTSTELLERISCHEN

Москва – Буэнос-Айрес

μια επιγραφή

Pusiéronse a bailar a la sombra

RAM меморија

Ў ЛЮБЫМ ПАРАДКУ

Есептеулерге арналған



caffè **Galão**

Gertrude *italic*

GOLD Design Typography

Shuka Design

GERTRUDE – абсурдистский гротеск
Ивана Величко

Ильшат
Байбурин



Помимо визуальной эстетики,
мне бы хотелось отметить то, что человек
занимается этим проектом 7 лет. В течение
7 лет сохранять интерес и находить новое
в достаточно узком творческом коридоре
шрифтового дизайна – это достойно внимания.
Ну и сам шрифт – он в меру экспериментален
и хулиганист, в меру брутален и классичен.
Я люблю такие парадоксальные сочетания.

Тренд 03

Кириллизация коммуникации

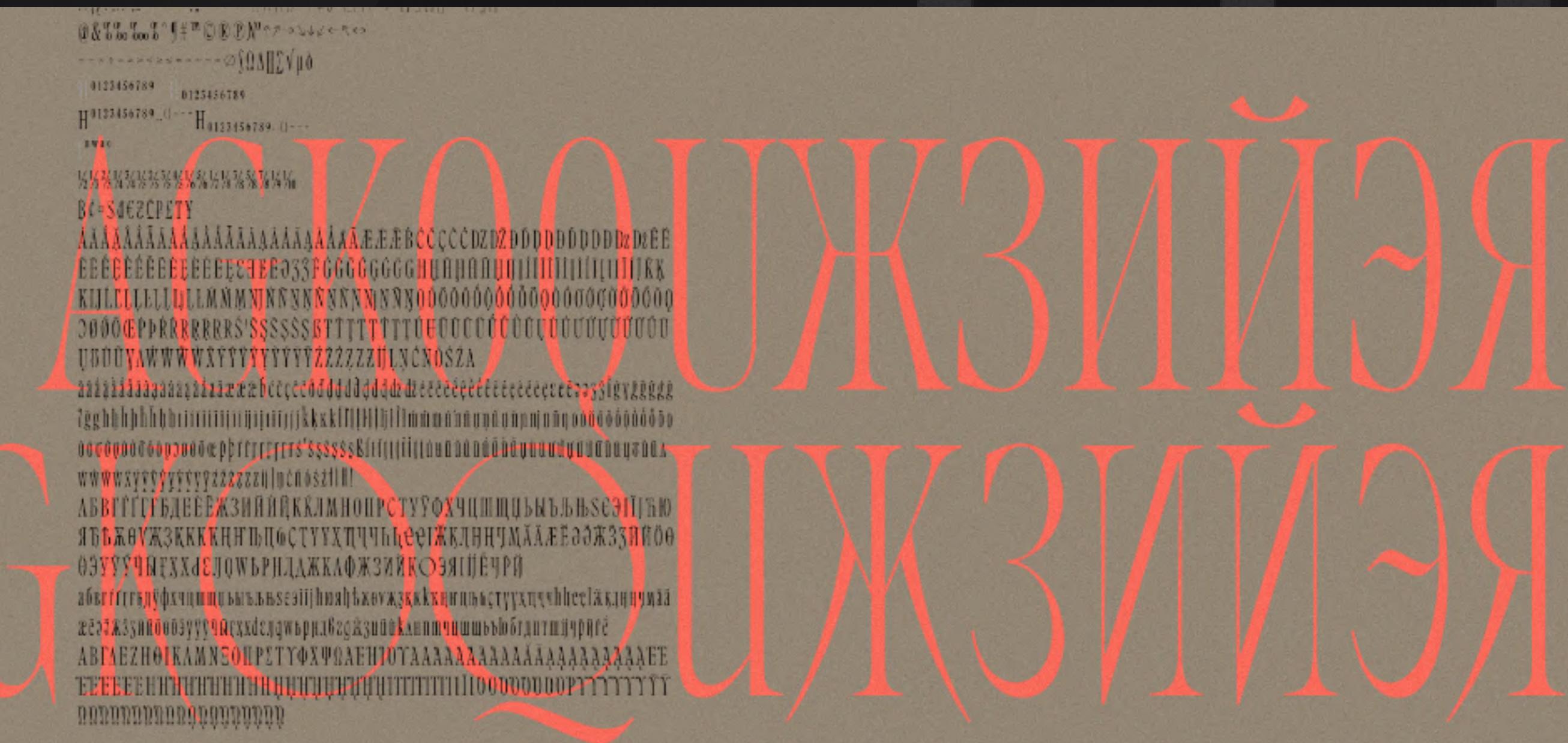
GOLD Design Түрографы

Рагатүре HELSA DISPLAY

Helsa Display – яркая антиква, с отточенными деталями и выразительным характером. За возрождением эльзевира из каталогов начала прошлого века скрывается свежий подход к контуру и полторы тысячи знаков.



СМОТРЕТЬ КЕЙС



Шрифт Helsa – декоративная антиква с множеством деталей и уникальной формой засечек. Благодаря четкости линий он обладает читаемостью и выразительностью, подходит для упаковки, рекламных материалов, логотипов. Субъективно кажется, что он лучше раскрывается в больших размерах, хотя в подаче много примеров мелкого набора. Поэтому на мой взгляд, лучшее ее применение в диджитал – это промо лэндинги, а в оффлайне можно разгуляться на любых крупных носителях. Можно комбинировать с другими шрифтами для создания шрифтовых пар. Здорово смотрится на контрасте с другими шрифтами, смело можно собирать шрифтовые пары.

Митя
Осадчук



Тренд 04

Рост запросов на ребрендинг и на хороший дизайн, как следствие смены вкусов заказчиков. Отцы передают свои бизнесы более насмотренным детям.

Заказчики вдохновляются теми же ценностями, что и дизайнеры-авторы.

GOLD Design Түрографиғу

+ Design Согроте Brand Identity – Rebranding

Восход Театр «Суббота»

АЙДЕНТИКА ДЛЯ ТЕАТРА «СУББОТА»



Новая айдентика «Субботы» – это разножанровый мир из стикеров, театральных силуэтов и коллажной графики. Несмотря на многообразие элементов айдентики, все они складываются в один общий композиционный пазл, отражающий разнообразие и богатство внутреннего мира «Субботы».

▼ СМОТРЕТЬ КЕЙС

Митя
Осадчук



Заметны ежегодные тренды: акцидентная типографика, минимализм, динамическая айдентика, нарочито крафтовое исполнение. При этом мало кто умеет их так виртуозно интерпретировать как победители. Объединяющее решение этого года – легкая странность, анти-стерильность, «соринка в глазу», будь то минималистичная упаковка или анимированная айдентика. Необычная мелочь, за которую аудитория бренда смогла бы быстро его идентифицировать. Время выделяясь и дифференцироваться любыми способами, поэтому все ищут прием который можно гиперболизировать.

Ян
Зарецкий



Айдентика для театра «Суббота» прошла непростой путь в жюри от некоторого удивления до принятия и любви. На первый взгляд кажущийся хаотичным дизайн раскрывается в продуманную, многоуровневую и сложную работу, что является признаком мастерства дизайн-команды. В итоге получилась смелая айдентика, которая вызывает эмоции и соответствует проекту на все сто.

Тренд 04

Рост запросов на хороший дизайн

GOLD Design Graphic Communication

Shuka Design Яндекс

АКАДЕМИЯ ЯНДЕКСА – ВИЗУАЛЬНАЯ АЙДЕНТИКА И АРХИТЕКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ИТ-ПЛАТФОРМЫ

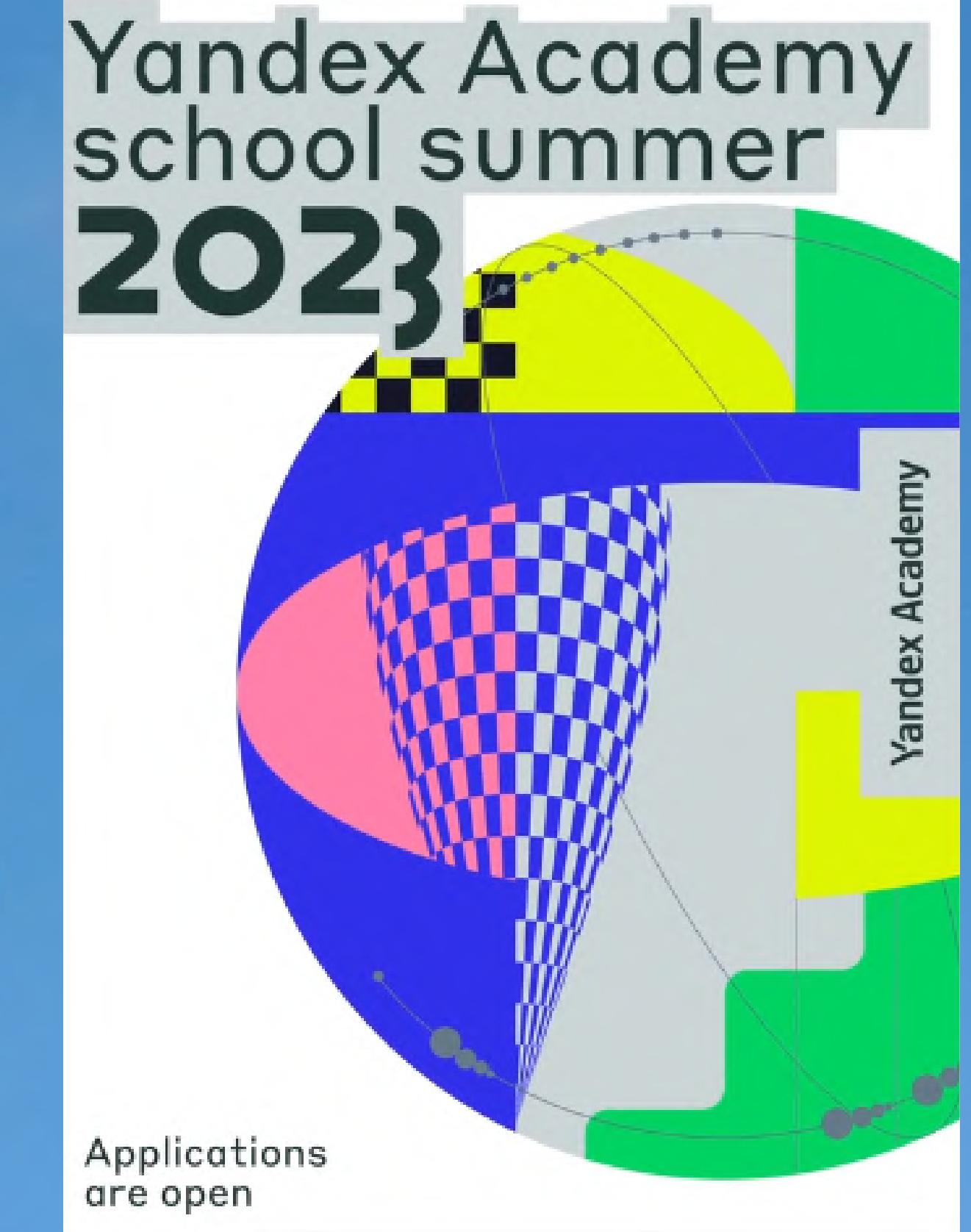
▶ СМОТРЕТЬ КЕЙС



Стиль «Академии» сформирован вокруг идеи «Жизнь как хакатон»: переходя на платформе из проекта в проект, ученики бесконечно совершенствуют знания – они всегда в потоке и больше одержимы поиском нового, чем достижением измеримых результатов. В дизайн-системе идея выражена в форме красного шарика, который путешествует по вселенным.



Наталья Климчук



Мне бы хотелось, чтобы эта работа Щуки вдохновила дизайнеров на использование в своих работах нестандартных иллюстраций, без оглядки на рынок, на котором работает клиент, и особенно на его конкурентов, на смелый подход к верстке и на перфекционизм в каждой детали.

Тренд 05

Крафтовый перфекционизм всегда ценится по достоинству

GOLD Interactive & Mobile Visual Craft – art direction, visual effects and animation

Chártger Studio Sarine Technologies DIAMOND JOURNEY



► СМОТРЕТЬ КЕЙС

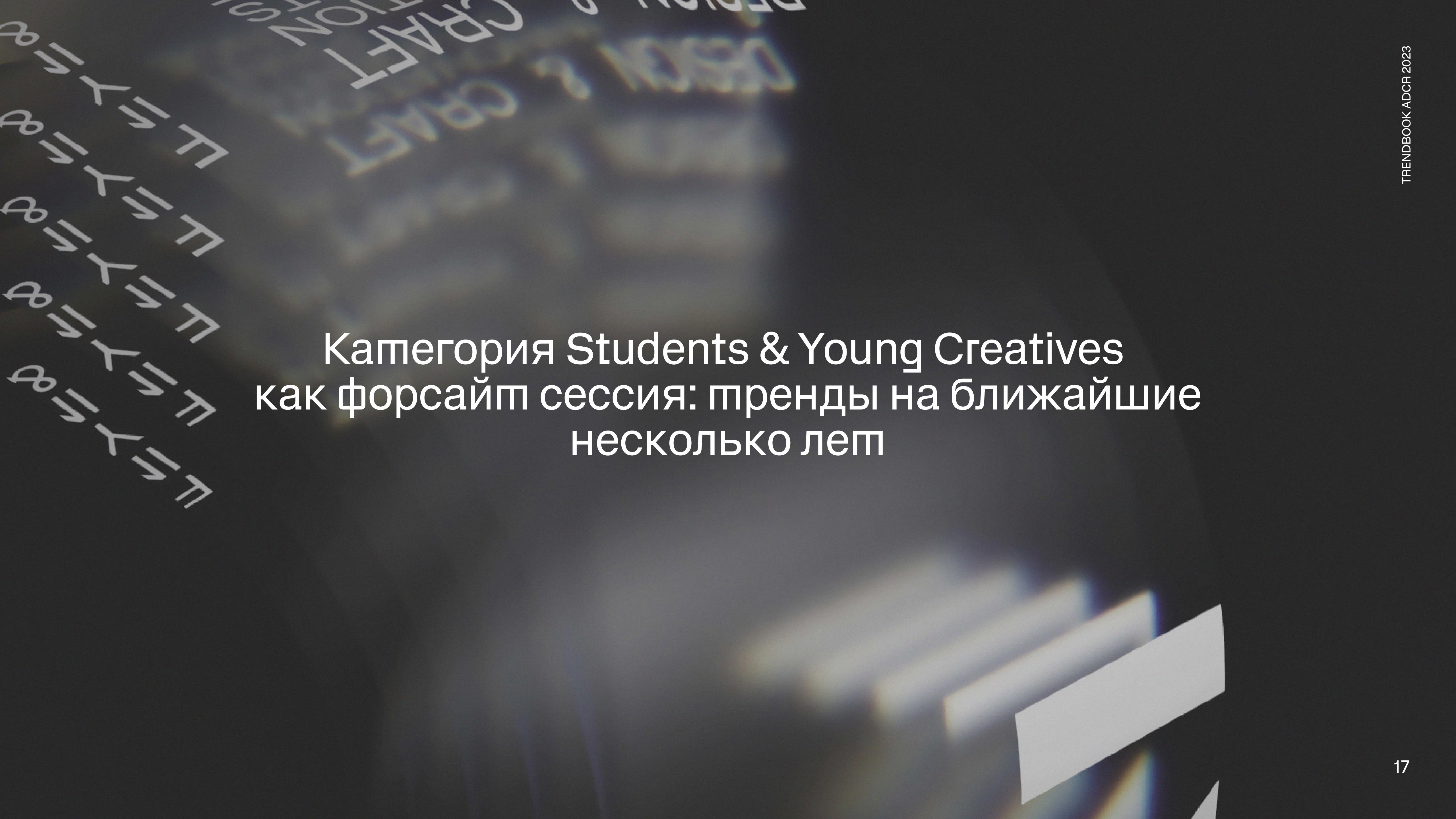
Diamond Journey – спецпроект, который знакомит клиентов с процессами зарождения, добычи и обработки алмазов. А также рассказывает, как алмазная индустрия стала одной из самых устойчивых в мире. Создавая сайт проекта, авторы стремились показать, что украшения из бриллиантов не просто предмет роскоши, но вещь с историей и вклад в лучшее будущее планеты.

Наталья
Климчук

Chártger создали мир, в котором интересно находиться, его хочется изучить, им хочется любоваться, его хочется унести с собой. Хороший дизайн с интересными фишками, изящным выбором фотографий, но главное – легенда, которая затягивает.

Сайт примечателен своим сюжетом, который подан от первого лица и вовлекает зрителя в увлекательное и интерактивное путешествие по истории бриллианта. Анимации, типографика, подача информации – гармоничны и исполнены на высшем техническом уровне. Скролл контролирует движение по истории, что делает сайт не только эстетически приятным, но и удобным с точки зрения пользовательского опыта.

Ян
Зарецкий



Категория *Students & Young Creatives*
как форсайт сессия: тренды на ближайшие
несколько лет

Тренд 01

Наглядная визуализация. Чтобы предложение стало заметным и понятным, наглядная визуализация будет мозолить глаза так, чтоб невозможно было развидеть

GOLD STUDENTS Communication ideas

Лия Чалабян, Анастасия Кужелева, Нина Волкова, Юрий Пучков, Виктор Анисенок, Валерий Пискунов

THE BUZZING BILLBOARDS



► СМОТРЕТЬ КЕЙС



Организация «Люди за этичное обращение с животными» (PETA) борется за право животных не быть замученными ради одежды и аксессуаров.

Идея проекта: Напомнить миру о кровавой правде, стоящей за кожаными изделиями, с помощью мух — естественных спутников трупов животных в природе.

Алина
Ракитина



Данная позиция проекта с яркой выраженной позицией протеста. Авторы ролика заложили идею, изначально нацеленную на привлечение внимания. Если цель рекламы — привлечь внимание к проблеме, использование такой механики — один из способ для достижения результата. Но если мы работаем с брендом более большого формата, мы должны учитывать все тренды. Я бы рекомендовала использовать такой формат рекламы очень аккуратно, продумывая все последствия, с которыми может столкнуться бренд.

Тренд 01

Наглядная визуализация

GOLD STUDENTS Graphic Design/Product Design

Елизавета Колосова РЕБРЕНДИНГ МУЗЕЯ LA FABULOSERIE

Айдентика основана на «странной» типографии, встроенной в обычный текст. Каждая из букв шрифта создана по мотивам конкретного экспоната музея. Таким образом, фирменный стиль подчеркивает уникальность жанра искусства и коллекции Алена Бурбонне. Цветовая гамма также была выбрана из основной коллекции музея.

Красиво сделанные силуэты экспонатов музея — это что-то из разряда психологических пятен Роршаха. Выбранный прием вдохновляет и будит воображение. Он включает нас в игру — угадать, что за экспонат в музее, — и потому является прекрасным рекламным тизером бренда.

Светлана
Майбродская



▲ СМОТРЕТЬ КЕЙС

Тренд 02

Визуальные исследования как новые медиа. Глубокая проработка материала студентами для обоснования своего инновационного решения сама по себе привлекает читателей и прогревает будущих пользователей



▲ СМОТРЕТЬ КЕЙС



Светлана
Майбродская

Победитель – проект для Renault – очень не конкурсная работа. И в этом ее огромный плюс. В ней много интерактива, уместно использован жанр сторителлинга, автор воссоздал целый мир вокруг влюбленных в автомобиль людей.

Это смело можно назвать графическим романом и даже видеоартом. И такой формат воспринимается намного интереснее, чем традиционный брендбук.

Проект выполнен в формате фотокниги в твердом переплете, содержащей личное послание и набор черно-белых фотографий. Каждое изображение занимает один разворот и без стеснения пересекает линию стыка страниц.

Специальная номинация Школа года

RENTBOOK ADCR 2023

ISCHARTA DESIGN exhibit D

SO 3 OE r e p 3

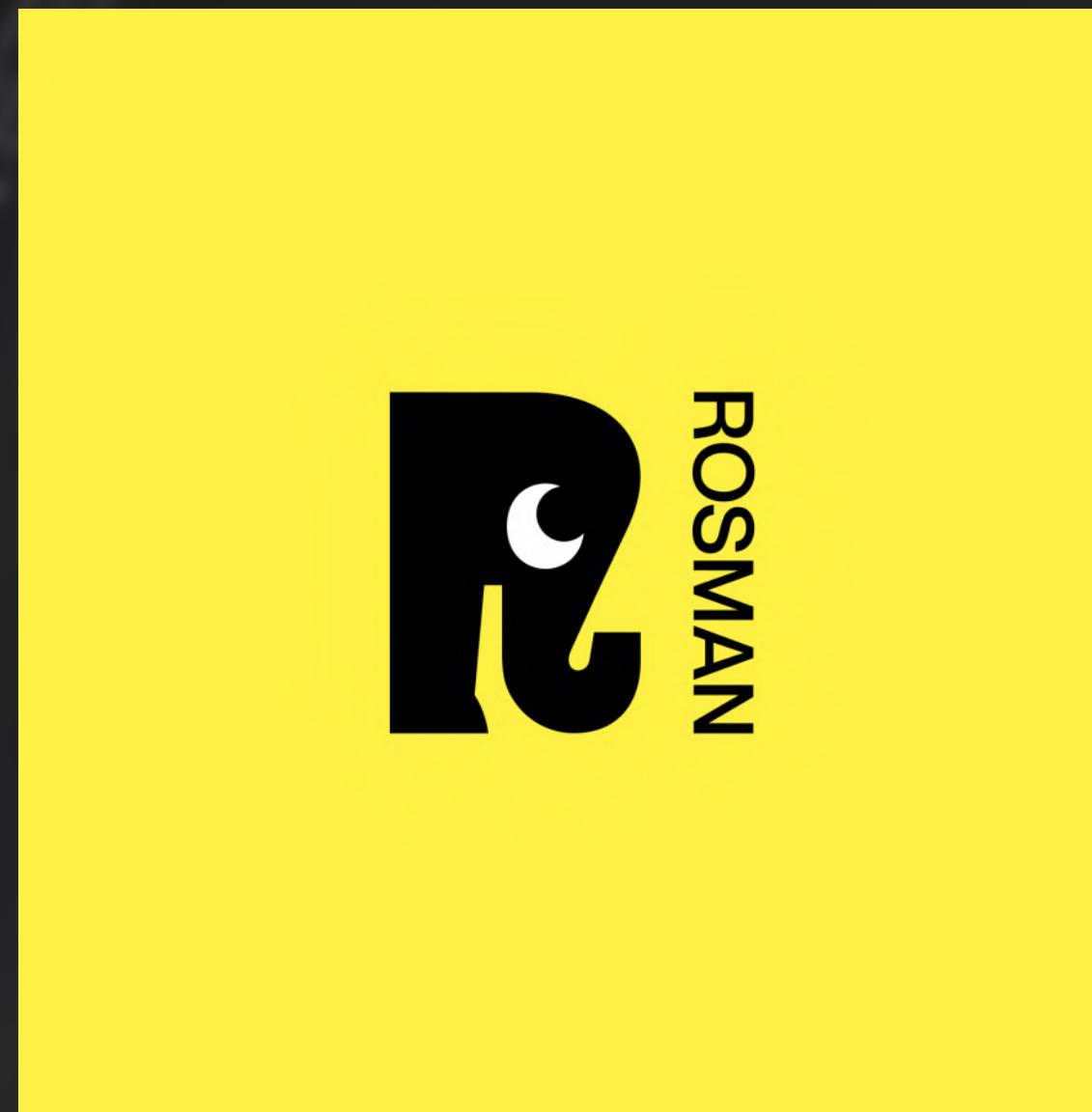
Школа дизайна НИУ ВШЭ

Материалы за 2023 год Best Cases Conference

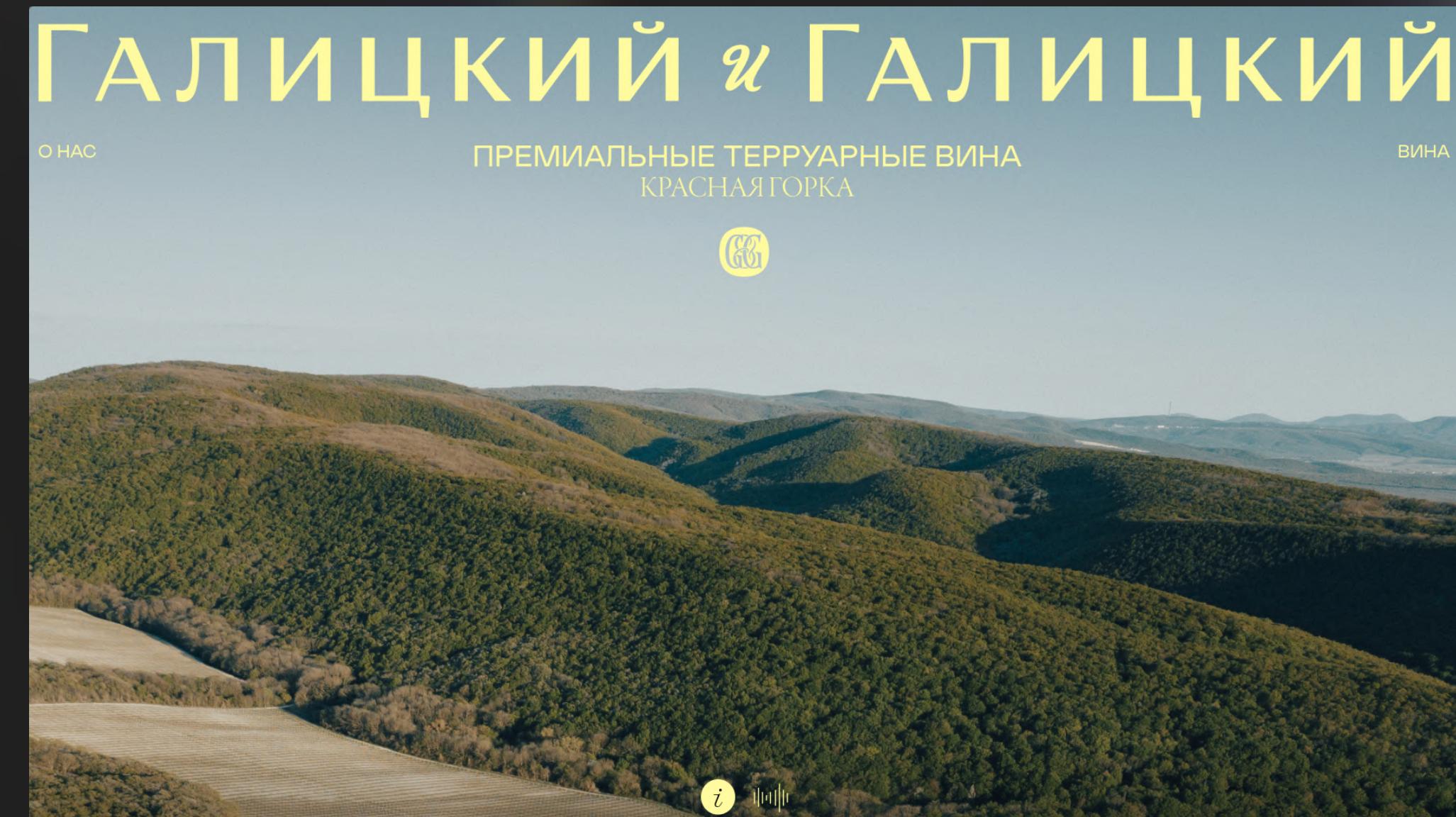
Шестая конференция лучших кейсов Best Cases Conference (BCC) в 2023 году прошла в рамках большой коллаборации с индустриальными проектами АКАР, РАМУ, АРИР. Победители ADCR Awards показали свои работы и в деталях рассказали о секретах успеха конкурсных кейсов.



TRENDBOOK ADCR 2023



Ребрендинг Росмэна:
от издательства до детской
компании
[обзорный материал ↗](#)



Сайт винодельни GALITSKIY & GALITSKIY
[обзорный материал ↗](#)



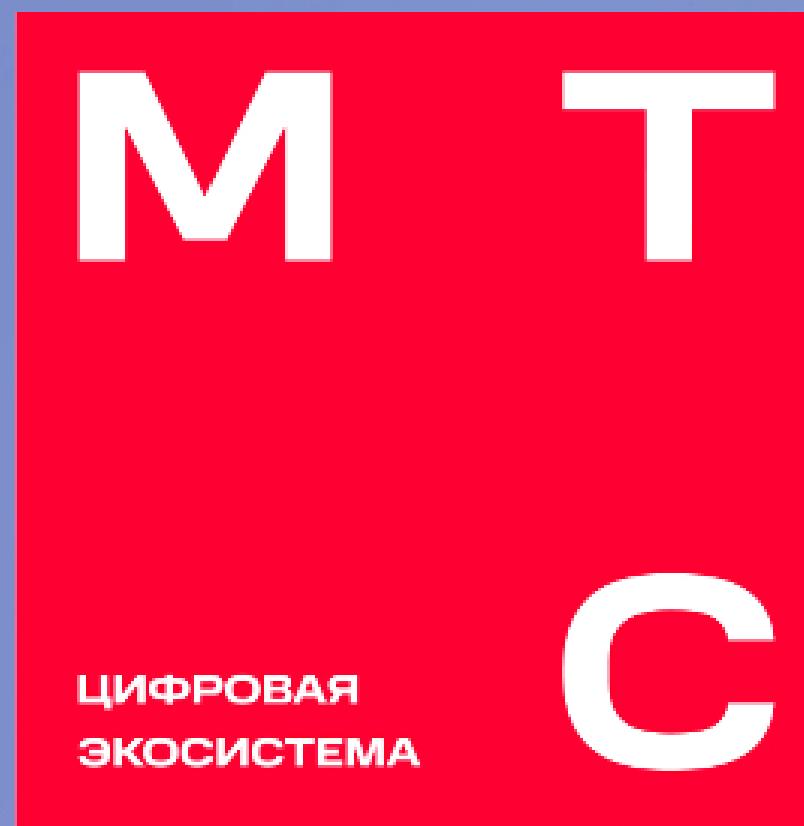
XX Московская психодраматическая
конференция Психодрама 'XX
[обзорный материал ↗](#)

Материалы за 2023 год

Путь ребрендинга: опыт МТС

Ребрендинг МТС – это один из тех дизайн-проектов, который смог создать вокруг себя большой информационный шум. Команда проекта при поддержке российского клуба арт-директоров поделилась опытом совместной работы, чтобы профессиональные дизайнеры смогли проанализировать путь ребрендинга.

[обзорный материал ↗](#)



Материалы за 2023 год OKKO

Резиденты российского клуба арт-директоров рассказали о том, как устроен современный креативный рынок идей и рекламных услуг для документального сериала «Креативный класс. Люди, которые создают будущее» (2 сезон, 5 серия).

[Смотреть серию на онлайн-кинотеатре Okko](#) ↗

[Смотреть серию на Youtube](#) ↗



Материалы за 2023 год наши материалы на ADPASS

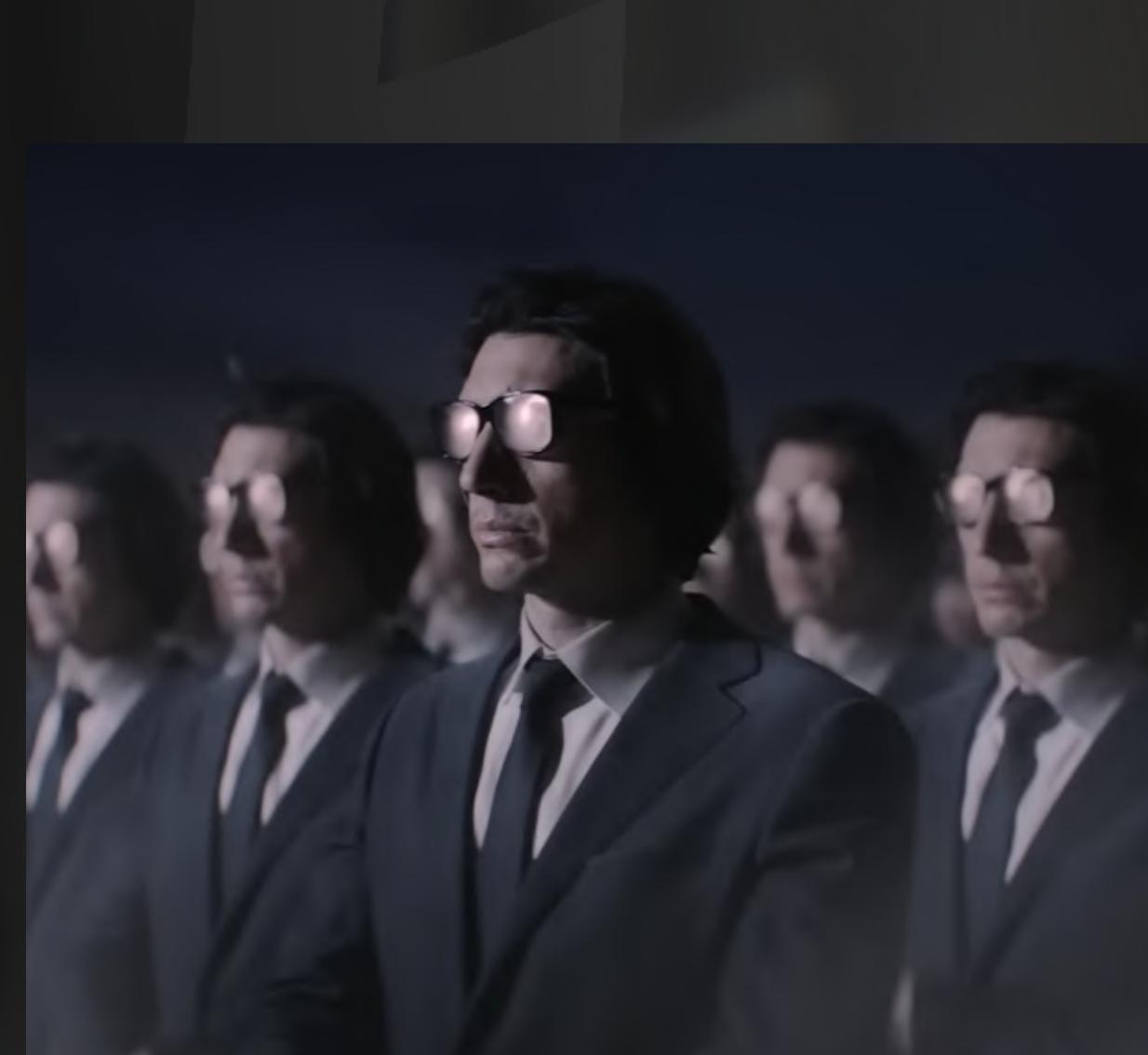
Российский клуб арт-директоров продолжает работать над созданием интересных материалов для своего блога в рамках больших тематик: креаторы и кейсы, агентства и их опыт, мнения и тренды.



20/02/23 АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВ

Почему наглядная демонстрация — это новый источник вдохновения?

[читать материал ↗](#)



03/03/23 АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВ

Звезды и бренды:
кто кого рекламирует?

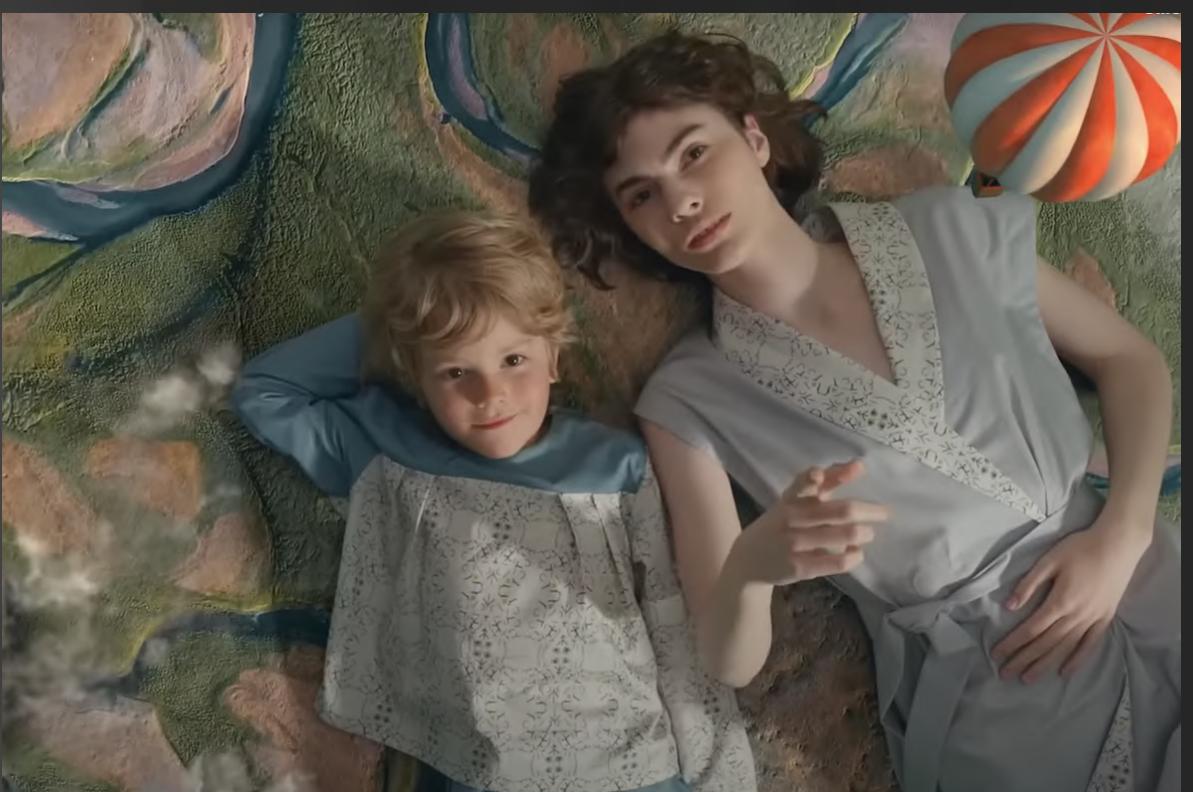
[читать материал ↗](#)



13/03/23

Арт, дизайн и нейросети

[читать материал ↗](#)



20/03/23

Может ли дизайн стать
драйвером культурного туризма?

[читать материал ↗](#)

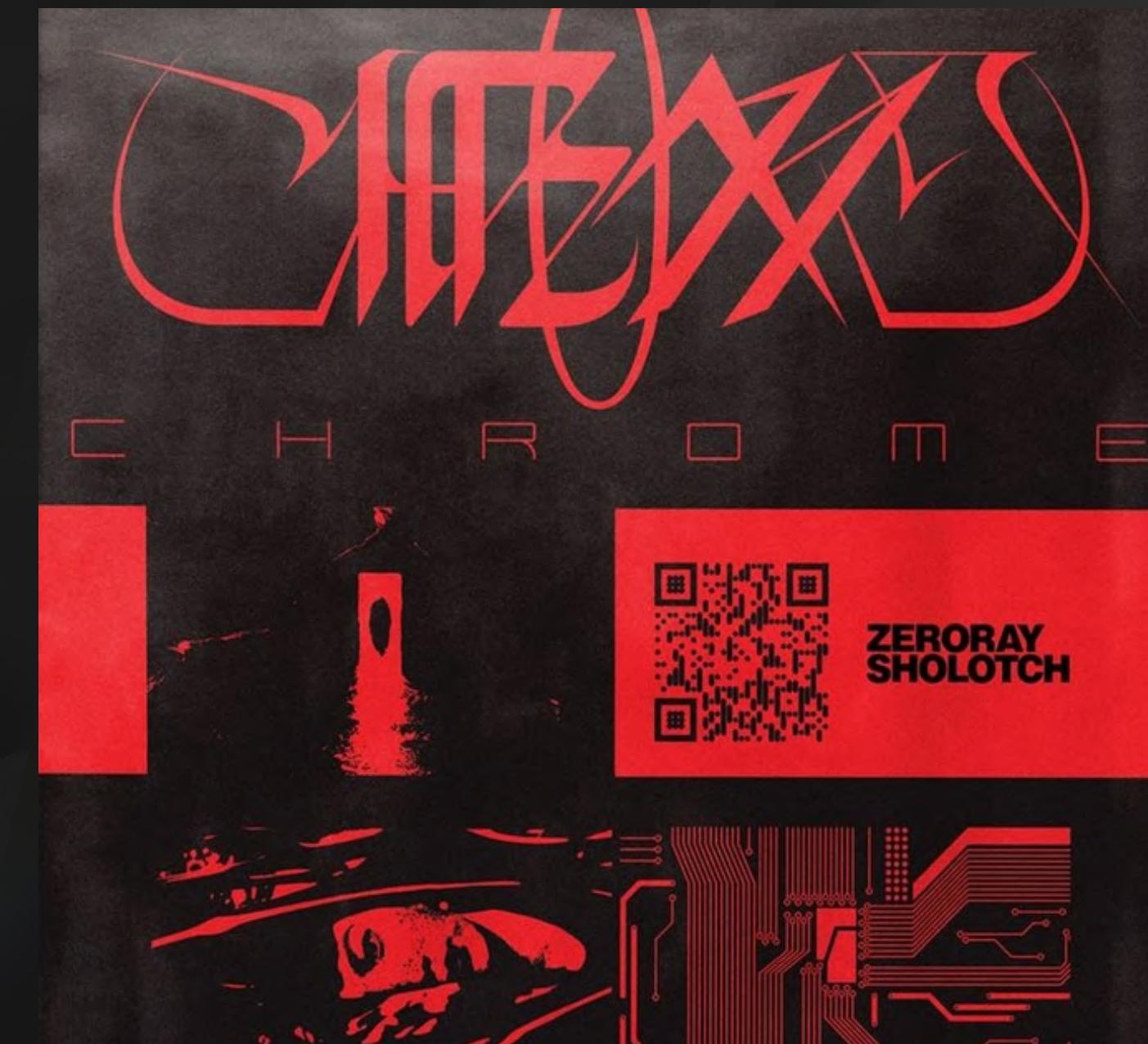
Материалы за 2023 год наши материалы на ADPASS

Российский клуб арт-директоров продолжает работать над созданием интересных материалов для своего блога в рамках больших тематик: креаторы и кейсы, агентства и их опыт, мнения и тренды.

Адекватные люди Commersart DDVB

25/07/23

Брендинг-инсайты
[читать материал ↗](#)



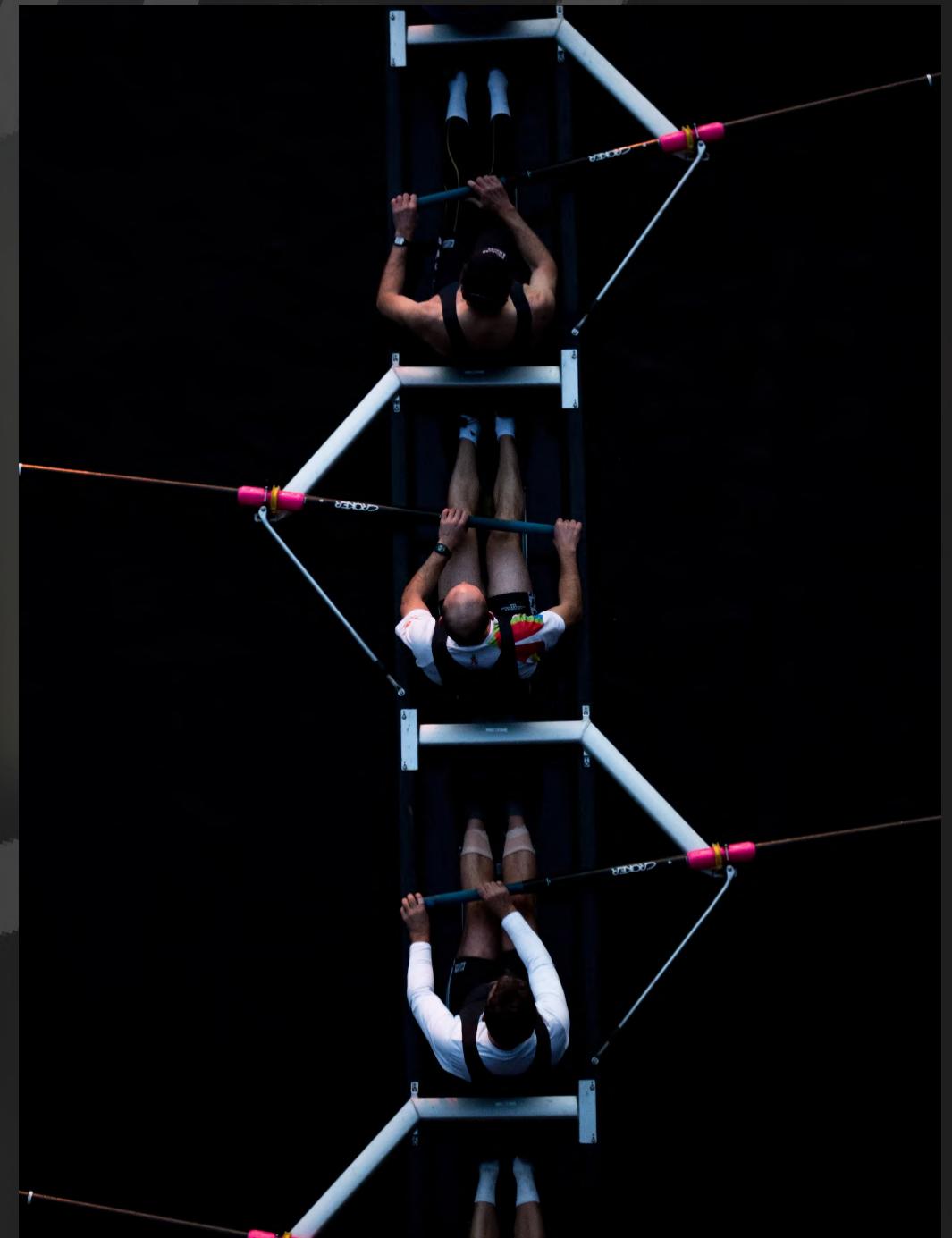
15/08/23

Цифровой арт и инновации:
дизайн, который среди нас
[читать материал ↗](#)

Volga Volga Brand Identity Туре Туре Штольцман и Кац

28/08/23

Брендинг-инсайты
[читать материал ↗](#)



22/09/23

Командный вид спорта: что
делать и как руководить, чтобы
побеждать
[читать материал ↗](#)

Материалы за 2023 год

Время глобальной эмпатии

Александр Алексеев — о развитии
креативных коммуникаций в России



«Сноб» поговорил с президентом
клуба арт-директоров России
Александром Алексеевым об актуальных
трендах креативных коммуникаций,
конкурсе ADCR Awards и важных
достижениях в сфере рекламы в России

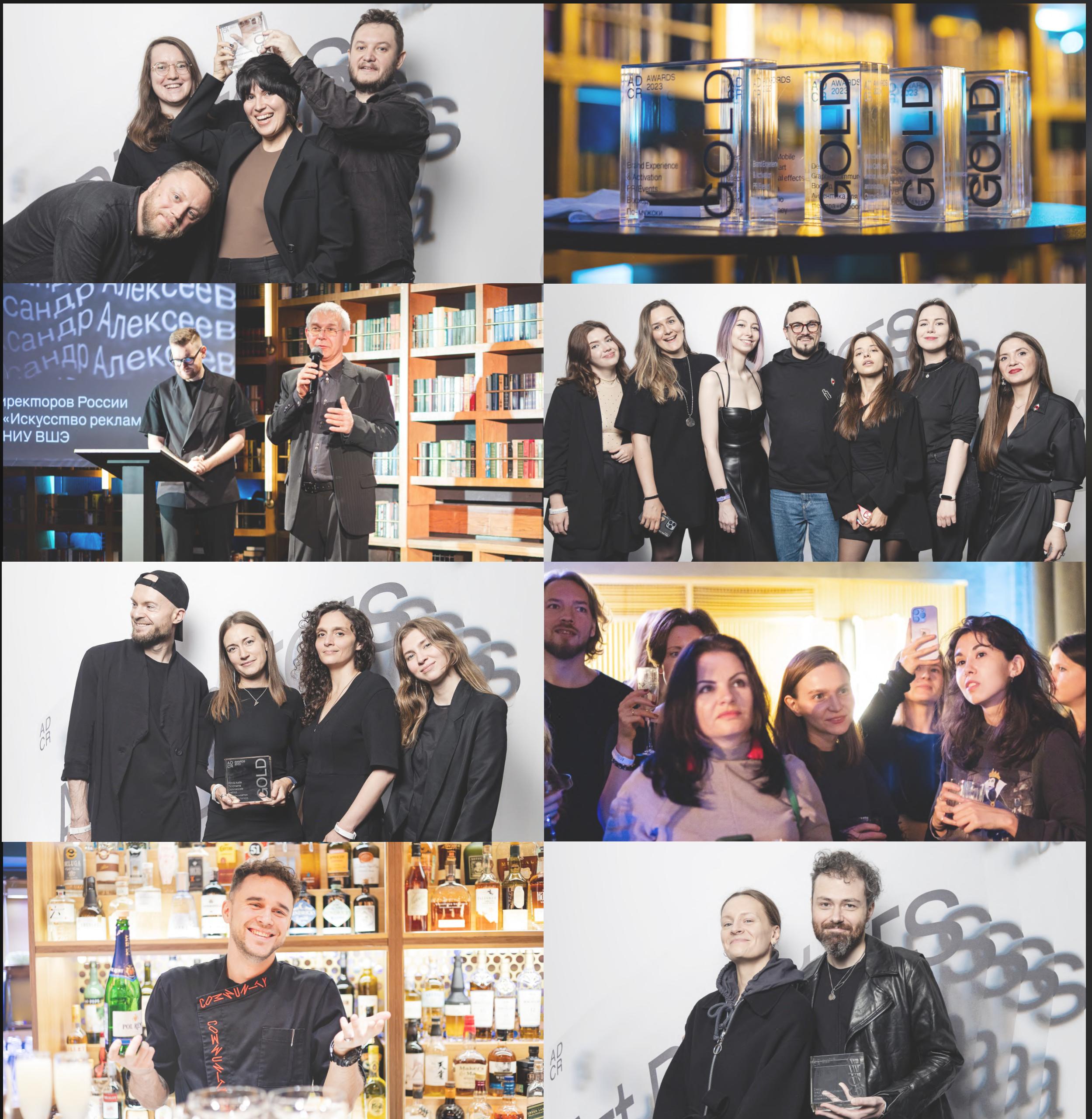
[читать интервью ↴](#)

Материалы за 2023 год

Что происходит на рынке рекламы и дизайна в новых реалиях?

О том, как рынок брендинга и рекламы переживает турбулентные времена и что предпринимают его участники, чтобы продолжать развиваться и предлагать клиентам эффективные решения, — в материале РБК Трендов

[читать обзорный материал ↗](#)



Комьюнити Клуба арт-директоров России в Community

В этом году победители конкурса и члены жюри встретились на Церемонии награждения ADCR Awards! Искренние улыбки, восторженные глаза, волнительные моменты триумфа. Команда ADCR Awards 2023 выражает благодарность всем, кто сделал этот вечер незабываемо прекрасным!

Все фото можно найти в [официальной группе](#) ADCR Awards в ВКонтакте

Выражаем благодарность

АЛЕКСАНДРУ АЛЕКСЕЕВУ / бессменному президенту клуба и жюри ADCR Awards

АЛЕКСАНДРЕ НОВОХАЦКОЙ / председателю жюри блока Advertising, креативному директору in-house студии Яндекса «7.47»

АЛЕКСАНДРУ МЕРЗЛЯКОВУ / исполнительному креативному директору ГК «Родная Речь»

АННЕ КИРИСЮК / Creative Group Head SLAVA

АНДРЕЮ КУЗНЕЦОВУ / Middle Digital Creator Garage

ДЕНИСУ КОЛЕСОВУ / креативному директору Zebra Него

ДМИТРИЮ ДОНИК / директору по стратегии РА «Восход»

СВЯТОГОРУ БАКУЛИНУ / директору по стратегическому планированию BBDO

БОРИСУ ПЕТРАЧКОВУ / старшему арт-директору Cheil Russia

АНДРЕЮ АРТЮШИНУ / Head of Copy Serviceplan

ЕКАТЕРИНЕ САМОТЁСОВОЙ / креативному директору SOCIALIST

КАРИНЕ ИВАНОВОЙ / руководителю Event Lab СберМаркетинга

ИВАНУ СИДЕНКО / креативному директору Re:evolution

ЕЛЕНЕ КАРПОВОЙ / Head of Copy Kitchen

ВЛАДИСЛАВУ ДЕРЕВЯННЫХ / председателю жюри блока Design, бренд-дизайн директору агентства РА «Восход»

ЕВГЕНИЮ ДРОЖЖЕВУ / арт-директору бренд-бюро «Щука»

ОЛЬГЕ ПРОХОРОВОЙ / креативному директору Depot

ЭМИЛЮ ИСХАКОВУ / арт-директору ONY

АЛЕКСАНДРУ ГЛАДКИХ / арт-директору и совладельцу Charmet Design

ЕГОРУ МЫЗНИКУ / креативному директору и партнёру Plenum

ЭРКЕНУ КАГАРОВУ / арт-директору Студии Артемия Лебедева

АЛЕКСАНДРУ ЗАВАЦКОМУ / креативному директору, арт-директору и партнёру Friends Moscow / Design Department

АНТОНИНЕ ЖУЛЬКОВОЙ / дизайн-лиду студии TureTure

НАТАЛЬЕ КЛИМЧУК / соосновательнице иллюстраторского агентства Bang! Bang!, дизайн-студии и журнала Lunatum, режиссёру

ИЛЬШАТУ БАЙБУРИНУ / художнику, дизайнеру, архитектору, сооснователю и CEO Paradox Box

ЯНУ ЗАРЕЦКОМУ / свободному дизайнеру и арт-директору

МИТЕ ОСАДЧУК / дизайн-директору Иви

СВЕТЛАНЕ МАЙБРОДСКОЙ / директору Академии Коммуникаций Wordshop

ДИМЕ ГУСЕВУ / Grand Curator, Creative Director школы MADS

АЛИНЕ РАКИТИНОЙ / куратору по направлению «Бренд-менеджмент» школы ВШБ

МАКСИМУ АЛИМКИНУ / куратору курса «Графический дизайнер» в онлайн-школе дизайна Contented

ЕКАТЕРИНЕ СЛОБОДСКОЙ / преподавателю программ БВШД, креативному директору BBDO Branding

ТАТЬЯНЕ ДУНАЕВОЙ / куратору направления «Коммуникационный дизайн» Школы Дизайна НИУ ВШЭ

АЛЕКСЕЮ БАРАНОВУ / руководителю направления по связям с индустриями Института Бизнеса и Дизайна

МАКСИМУ БЕЛОВУ / преподавателю по креативу школы Ferma и совладельцу контент-бюро Фабула

Образовательным партнёрам: WORDSHOP, MADS, НИУ ВШЭ, БВШД, CONTENTED, ВШБ, ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА БВШД, ПОДКАСТ BRITANKA TALKS

Редакции единого индустриального контент-портала ADPASS

ИНФОРМАЦИОННОМУ АГЕНТСТВУ ТАСС

ADCR Awards 2024 coming soon

Стань новым героем креативной индустрии!

[Наш стикерпак для Telegram](#)