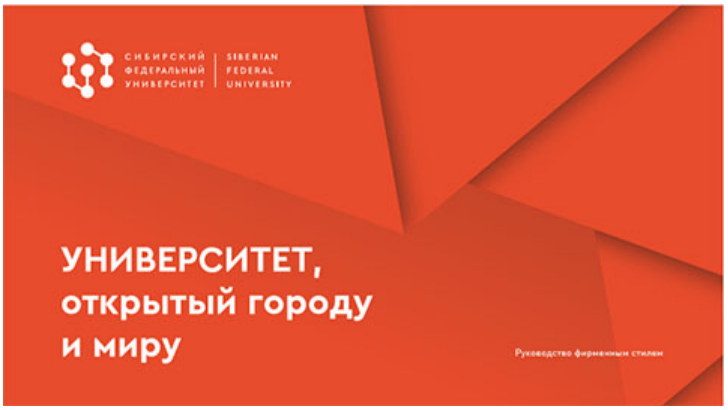
«Всё начинается с молекулы» — в СФУ обновили фирменный стиль

Новый брендбук СФУ определяет набор правил при оформлении базовой линейки фирменной символики: деловой документации, цветовой палитры, принципов масштабирования и размещения логотипа. Принципиально новой является позиция использования логотипа в социальных сетях и инфографике.



Предыдущий фирменный стиль был разработан в 2009 году. СФУ один из первых российских университетов, который отказался от устаревших принципов оформления корпоративной символики, представив прогрессивную философию бренда и непривычный дизайн. Но любая айдентика рано или поздно потребует обновления. Это неизбежно в условиях быстро меняющегося мира, когда появляются новые стили, направления, тенденции в дизайне. Со временем даже самый успешный логотип, который когда-то выглядел стильно и современно, покажется устаревшим. Тем более сейчас необходимо учитывать позиции, которые прошлым брендбуком не предусматривались, например, использование логотипа в социальных сетях.

Работа над рестайлингом брендбука началась ещё в 2019 году. Были проанализированы сильные и слабые стороны логотипа и варианты его использования на различных носителях. Необходимо было сделать образ основного лого более изящным, лаконичным и динамичным.

> Один из разработчиков нового брендбука **Илья Гурьянов**, арт-директор «Бюро презентаций»: *«СФУ —сильный бренд мирового масштаба. Бренд, как живой организм, растёт и меняется, это естественно. И, как любой другой бренд, он должен идти в ногу со временем, соответствовать глобальным вызовам и быть актуальным в глазах молодёжи. Мы учли глобальные запросы и сделали «лицо» самого крупного университета Сибири актуальным, современным и свежим»*.

Окончательный образ основного фирменного блока, а также руководство по использованию фирменного стиля разработала компания «Pullpublic». Помимо актуальности, новый стиль отличается простотой и универсальностью. Все примеры использования логотипа отточены графиками, выверены до миллиметров, опробованы на разных носителях. Кроме того, дизайнеры «Pullpublic» разработали концепцию фотостиля СФУ, согласно которому при выборе фотоматериалов, представляющих кампус и строения университета, «лучше отдать предпочтение структурным и геометрическим изображениям с чёткой графикой и перспективой».

Но всё же обновление атрибутов фирменного стиля состоялось при сохранении общей идеологии бренда. Добавилась только компонента «открытости», которая сейчас становится частью позиционирования СФУ. Открытости к сотрудничеству, новым идеям и партнёрам.

> Проректор по информационной политике **Евгения Туртапкина**: *«Это не ребрендинг, мы не вносим никаких кардинальных изменений в наш стиль, который стал частью нашей философии и нас полностью устраивает. Мы решили провести обновление существующего стиля и освежить его, чтобы привести к единому виду дизайн всей*

нашей экосистемы и объединить наши многочисленные подразделения и общественные союзы под одним укоренившимся логотипом — нашей молекулой. В рамках нового визуального стиля нам будет проще «авторизовать» новые проекты, которыми будет пополняться экосистема Сибирского федерального университета».

Элементы фирменной символики и руководство по использованию стиля опубликованы на сайте СФУ в специальном разделе.

9 июня 2020 г.

© Сибирский федеральный университет. Редакция сайта: +7 (391) 246-98-60, info@sfu-kras.ru.

Адрес страницы: https://news.sfu-kras.ru/node/23262