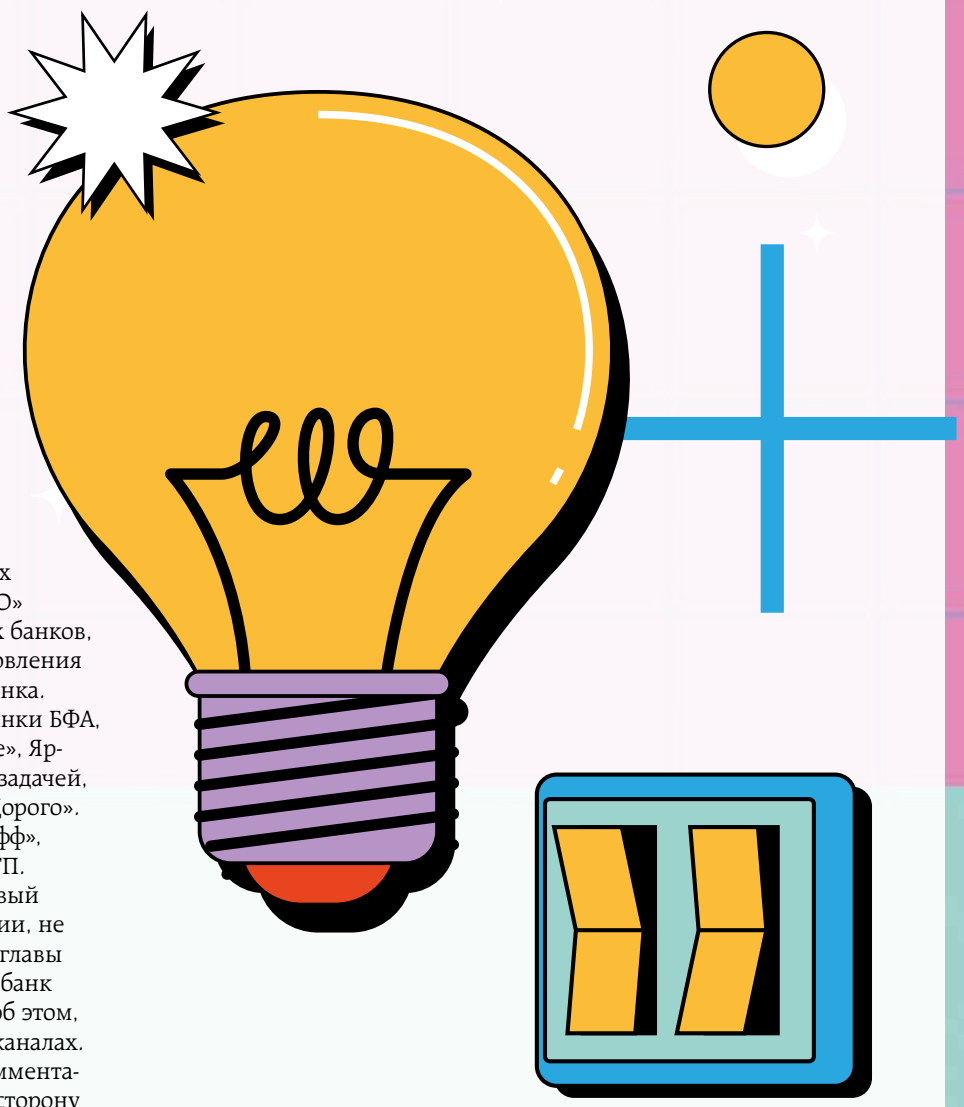
Внекризисный ребрендинг

Из необходимости или во имя нового бренда за последние пару лет ряд банков обновили свои логотипы. Кому удалось сделать это удачно?



Текст
ДАРИЯ НОВИКОВА,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**



Любым компаниям необходимы изменения, среди причин: улучшение имиджа, модернизация дизайна, привлечение внимания и самое актуальное в нынешних условиях для банков — реорганизация бренда. «Б.О» снова взял шестерку крупных российских банков, чтобы выяснить, как воспринимают обновления логотипа аудитория и профессионалы рынка. Десять лет назад под прицел попадали банки БФА, «Оранжевый», «Тройка-Д», ФК «Открытие», Ярбанк и ВЭБ. О том, как они справились с задачей, читайте в материале «Меняем логотип. Дорого».

Сегодня рассмотрим символику «Тинькофф», «Уралсиба», Хоум Банка, РСХБ, БСПБ и ОТП.

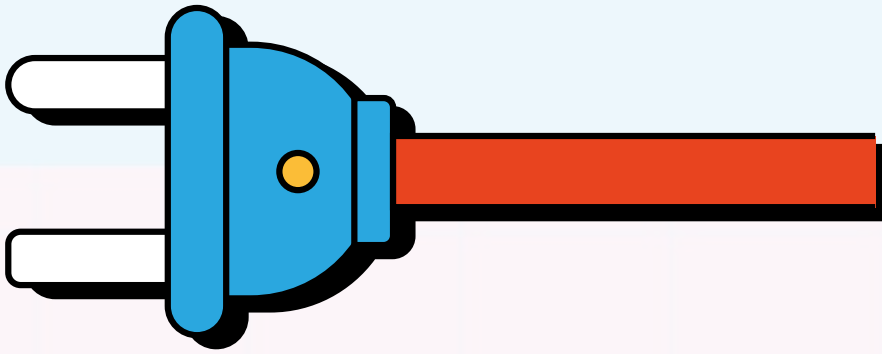
Банк «Тинькофф» представил миру новый логотип тихонько, без релиза, презентации, не было даже маленькой заметки с цитатой главы на страницах СМИ. 15 февраля 2024 года банк заменил логотип на сайте, информация об этом, как теперь принято, потекла в телеграм-каналах. Позже пресс-служба банка все же дала комментарий: «В своей айдентике мы движемся в сторону

простоты, легкости и доступности, упрощаем визуальные коммуникации, это эволюционное развитие бренда». Из семейного герба Тиньковых логотип превратился в лаконичную «Т» на фоне желтого щита.

Первой новый логотип «Уралсиба» смогла оценить и аудитория «Телеграма», но уже в официальном канале банка. 4 августа 2022 года в тексте поста анонсировался полномасштабный ребрендинг: «Обновления пройдут в несколько этапов: изменим сайт и мобильное приложение, запустим рекламную кампанию и модифицируем офисные пространства». Сам графический символ изменился несильно. Позже в интервью «Б.О» **Василий Хозяинов,** руководитель департамента маркетинга банка «Уралсиб», пояснил: «Что касается логотипа, то для нас было важно сохранить его. У "Уралсиба" богатая история, мы ею гордимся. Хотелось, чтобы это была эволюция бренда без полной перестройки. Поэтому основание лого было решено сохранить, внеся в него изменения».

Банк «Санкт-Петербург» об обновлении ключевых элементов фирменного стиля объявил 25 мая 2022 года. Главной стала трансформация отраженного в логотипе названия: «Банк отказался от полного названия в основном логотипе и заменил его на аббревиатуру "БСПБ" или BSPB (в английском варианте). Логотип нового бренда, с одной стороны, сохраняет преемственность с предыдущим фирменным стилем, но становится более выверенным, выразительным и современным, в том числе для применения в онлайн-каналах», — поясняли на сайте банка.

Банку «Хоум Кредит» пришлось сменить бренд из-за выхода из состава акционеров чешской Home Credit B.V. С 1 июля 2023 года кредитная организация изменила название на Хоум Банк, которое, в целом, у рынка уже было на слуху как неформальное. «Ребрендинг пройдет в несколько этапов, — пояснила тогда пресс-служба. — Сперва будут обновлены дистанционные каналы: сайт банка и мобильное приложение. Это произойдет



уже в июле 2023 года. На втором этапе будут заменены вывески в отделениях и оклейка банкоматов. Этот этап запланирован на четвертый квартал 2023 года».

1 ноября 2023 года об «обновлении миссии и позиционирования бренда» объявил ОТП Банк. Вместе с тем изменились цветовая палитра и логотип. Визуальный символ стал как бы молодежнее, хотя напрямую об этом не заявляют. «Мы решили, что не будем составлять демографический портрет клиента. Мы больше используем то, что называется поведенческими характеристиками. Наша аудитория — "деятельные оптимисты", мы их союзники, мы идем с ними вместе, а если надо — бежим в два раза быстрее», — заявила в интервью главреду «Б.О» **Яне Шишкиной Евгения Чурбанова,** директор по маркетингу и коммуникациям ОТП Банка.

Россельхозбанк о ребрендинге не заявлял. В октябре 2023-го в СМИ появилась информация о том, что банк подал 47 заявок на регистрацию товарных знаков, все они содержали варианты нового логотипа. «Мы не планируем проводить ребрендинг, а просто адаптируем бренд к современным реалиям и дополнительно вводим сокращенную аббревиатуру», — заявил представитель РСХБ. Пока ни на одной площадке банк логотип не обновил, однако пресс-служба предоставила «Б.О» новый вариант для комментариев спикеров.

Оценили новые дизайны логотипов банка профессиональный дизайнер, представитель художественного института, руководитель внешних коммуникаций «Русской Медиагруппы» и глава направления коммуникаций Блока цифровизации «Росатома». Также свое мнение выразили более 100 подписчиков телеграм-канала @bosferanews. Общественное мнение объединялось по большему числу голосов за каждый дизайн: 3 балла — нравится, 2 балла — никак, 1 балл — не нравится. Б.О

РЕЗУЛЬТАТЫ ГОЛОСОВАНИЯ

Дизайн банка	Баллы экспертов	Баллы от подписчиков	Итог
Тинькофф Банк	10	3	13
Банк «Санкт-Петербург»	8	3	11
Банк «Уралсиб»	7	3	10
Россельхозбанк	7	3	10
ОТП Банк	8	1	9
Хоум Банк	4	2	6

Тинькофф Банк

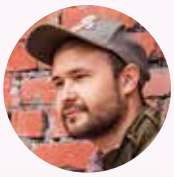
Тинькофф Банк ▼ тинькофф



Антон Куклин, руководитель направления коммуникаций Блока цифровизации Госкорпорации «Росатом»

2 балла

«Модно-молодежно», но тренд, когда логотип строится вокруг образа первой буквы, уже не очень актуален



Булат Шарипов, архитектор-дизайнер

3 балла

Уверенный вариант.
Образ понятен интуитивно.
Благоприятный и доброжелательный



Вера Мирошникова, декан факультета дизайна Московского художественно-промышленного института (МХПИ), член Творческого союза художников России

2 балла

Заслуживают похвалы отказ от «кружевного» герба в знаке и замена всех букв лого прописными. В целом, сочетание знака и лого грешит несбалансированностью по размеру. Знак должен быть крупнее. Цветовое сочетание желтого и черного эмоционально «тревожное», предупреждающее, что для банка «не комильфо»



Михаил Трубецкой, руководитель направления внешних коммуникаций и GR «Русской Медиагруппы»

3 балла

От родовой геральдики в стиле 90-х к логотипу, который легко разместить на крыше собственного здания. В целом, лучше, чем было

Банк «Уралсиб»

УРАЛСИБ | БАНК ▼ Уралсиб



Антон Куклин, руководитель направления коммуникаций Блока цифровизации Госкорпорации «Росатом»

1 балл

Надо бы все же найти смелость отказаться от исходного образа трех линий «высотки» — в укороченном виде похоже больше на высотку во время ремонта шпиля



Булат Шарипов, архитектор-дизайнер

2 балла

Более читаемый стал — лучше.
Цвет несерьезный — стал хуже.
В целом — нормальный



Вера Мирошникова, декан факультета дизайна Московского художественно-промышленного института (МХПИ), член Творческого союза художников России

2 балла

Знак стал более точным и «чистым» по пластике и более функциональным (работа на уменьшение). А новый логотип явно проигрывает прежнему варианту. Он потерял стройность, массивную крепость, цельность, «сибирскость», которые обычно конвертируются в сознании потребителя в надежность и стабильность. Новый лого «расползается» из-за начальной прописной и выносных элементов. Изменение цветового решения несущественно



Михаил Трубецкой, руководитель направления внешних коммуникаций и GR «Русской Медиагруппы»

2 балла

Ракета, взлетающая вверх, превратилась в морской коралл. Единственное преимущество — теперь не нужно слово «банк»

Хоум Банк



▼

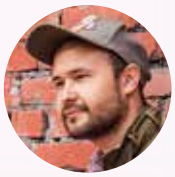
ХОУМ БАНК



Антон Куклин, руководитель направления коммуникаций Блока цифровизации Госкорпорации «Росатом»

без комментариев

Это не логотип, друзья :)



Булат Шарипов, архитектор-дизайнер

1 балл

Без комментариев.

Следующий вариант будет просто Х. БАНК?



Вера Мирошникова, декан факультета дизайна Московского художественно-промышленного института (МХПИ), член Творческого союза художников России

2 балла

Улучшилась читабельность и лингвистическая доступность. Но блок хотя бы из двух строчек был бы более логичен и сохранил бы некоторую преемственность

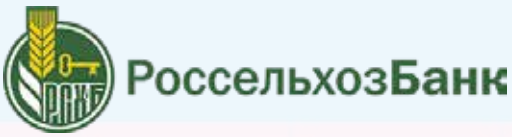


Михаил Трубецкой, руководитель направления внешних коммуникаций и GR «Русской Медиагруппы»

1 балл

Тут переименование — необходимость: логотипа как такового нет

Россельхозбанк



▼

РСХБ



Антон Куклин, руководитель направления коммуникаций Блока цифровизации Госкорпорации «Росатом»

2 балла

Поля-поля. Бескрайняя Россия. К сожалению, из-за облегчения лого и написания названия утрачена индивидуальность



Булат Шарипов, архитектор-дизайнер

2 балла

Более читаемый стал — лучше.

Цвет полосок — хорошая гамма.

Буквы — просто ругательство какое-то.



Вера Мирошникова, декан факультета дизайна Московского художественно-промышленного института (МХПИ), член Творческого союза художников России

1 балл

Прогресс налицо. Но пока на банк не тянет. Специфика сельского хозяйства, банковской сферы хотя бы намеком должна прорастать в логотипе, а этого нет



Михаил Трубецкой, руководитель направления внешних коммуникаций и GR «Русской Медиагруппы»

2 балла

Буду скучать по этому артефакту из 90-х, ну и Россельхоз — это, конечно, актуальнее, чем РСХБ

Банк «Санкт-Петербург»

БАНК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

▼

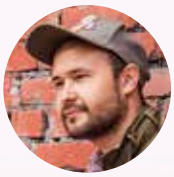
БСПБ



Антон Куклин, руководитель направления коммуникаций Блока цифровизации Госкорпорации «Росатом»

2 балла

Замена названия на тяжелую олдскульную аббревиатуру не решает ключевых вопросов идентификации бренда



Булат Шарипов, архитектор-дизайнер

3 балла

Хороший вариант логотипа. Но аббревиатуру не просто произнести с первого раза, как говорится, тренировка делает мастера.

Ассоциация БСПБ возникает, как бесплатный, но в знаке логотипа используется образ монет. Неоднозначный вывод по логотипу получается



Вера Мирошникова, декан факультета дизайна Московского художественно-промышленного института (МХПИ), член Творческого союза художников России

1 балл

Увлечение аббревиатурами в угоду читабельности и солидности понятно, но и в аббревиатуре надо буквочки выровнять, а знак, как и в прежнем, простите, уж очень напоминает кресло эпохи рококо



Михаил Трубецкой, руководитель направления внешних коммуникаций и GR «Русской Медиагруппы»

2 балла

Та же история. Знаю, что ЦБ любит регистрировать аббревиатуры, но Банк «Санкт-Петербург» звучит, конечно, лучше

ОТП Банк

отпбанк

▼

отпбанк



Антон Куклин, руководитель направления коммуникаций Блока цифровизации Госкорпорации «Росатом»

2 балла

Монохром выглядит более модно, чем два оттенка зеленого, но наклон в шрифте банка — спорное решение



Булат Шарипов, архитектор-дизайнер

1 балл

Отталкивает.

Не вызывает доверия



Вера Мирошникова, декан факультета дизайна Московского художественно-промышленного института (МХПИ), член Творческого союза художников России

2 балла

Уход от цвета в черное на зелененьком не улучшил ситуацию, скорее наоборот. Модное цветовое сочетание — не гарантия успеха, господа



Михаил Трубецкой, руководитель направления внешних коммуникаций и GR «Русской Медиагруппы»

3 балла

Довольно актуальное обновление бренда — я как представитель медиахолдинга, который принимал участие в освежении его семи брендов, всегда за такие актуальные «полумеры»