

FEAA

Identitate organizațională

Client

Facultatea de Economie și Administrare a Afacerilor (FEAA) din cadrul Universității "Al. I. Cuza" din Iași (cea mai veche universitate din România) este una dintre cele mai mari facultăți de acest gen din România, cu peste 130 de cadre didactice și 11 000 de studenți.

Problemă

După 1989, fostul Institut de Științe Economice (ISE) a cunoscut un profund proces de reformă instituțională, care a dus la schimbarea totală a curriculei, formarea unei noi structuri organizaționale și dezvoltarea, mai ales calitativă, a corpului profesoral. După mai mult de cincizeci de ani de activitate, instituția a decis să inițieze un proces organizațional de rebranding, încercând astfel să se delimiteze și să schimbe vechea identitate. Primul pas a fost făcut în anul 2000, prin adoptarea unui nou nume, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor (FEAA). Campania de imagine și comunicare a acestui proces a fost încredințată agenției de PR Imola Communications, care, la rândul ei, a desemnat Grapefruit să analizeze situația curentă și să creeze o nouă identitate vizuală.

Soluție

Identitatea propusă de Grapefruit a facilitat poziționarea FEAA drept o instituție academică de vârf (în pas cu oricare instituție similară din străinătate), orientată spre viitor și pragmatică. Noul logo preia elemente din simbolistica asociată cu domeniul educațional (cărți), sau cu cel umanist (mâna protectoare), creând un simbol grafic modern și distinctiv. Paleta de culori și corpurile de literă alese diferențiază eficient identitatea vizuală în peisajul academic românesc și internațional.

A urmat apoi designul pentru un set de materiale de comunicare de bază, identificate împreună cu clientul ca fiind de primă necesitate—cărți de vizită, foi cu antet, plicuri, broșuri, agende, obiecte promoționale etc.

Pasul următor a fost dezvoltarea un sistem intuitiv de signaletică, absolut necesar având în vedere suprafața, diversitatea și numărul mare al spațiilor cu destinație educațională ale instituției. În realizarea elementelor de signaletică internă și externă s-a ținut cont de cererea expresă privind utilizarea pe scară largă și rezistența la factorii de mediu, urmărindu-se în același



timp un puternic impact vizual. Atenția sporită acordată designului informațional, lizibilității caracterelor și codificării prin culoare a asigurat îndeplinirea cu succes a acestor cerințe, confirmată de reacția publicului.

Datorită structurii organizaționale extinse a clientului, în etapa finală a proiectului a fost necesară elaborarea unui manual de identitate care să ofere informații esențiale și pertinente despre modul de folosire ale noii identități. Prezentând informațiile tehnice, regulile referitoare la noua identitate și cele mai comune aplicații ale acestora într-o manieră simplă și directă, manualul a fost considerat o realizare de succes, devenind un instrument managerial pentru corpul academic și administrativ, pentru agenții (contractanți) și pentru alți colaboratori ai instituției.

