

обновление логотипа и фирменного стиля Музея гигиены ГЦМП Санкт-Петербурга

ДАТА: 1 АПРЕЛЯ 2021

СТУДИЯ DEZA

Действующие лица:

Ирина Шмидт, дизайн-директор

Екатерина Стародумова, бренд-дизайнер

Татьяна Савчук, графический дизайнер

Виктория Похилько, графический дизайнер

Марта Беккер, менеджер проекта

Ирина Мокроусова, бренд-стратег

Мария Меграбян, маркетолог



**почему мы решили
создать новый образ
Музея гигиены**

спойлер: нам тоже
надоела тема к-вируса,
но в этот раз без нее
правда никак

весной 2020 ученые и вирусологи стали новыми рок-звездами, а гигиена — темой № 1 в мире

Новый виток популярности тема гигиены получила через пропаганду и рекламу — благодаря усилиям государственных органов и, конечно, маркетологов. Мы, как брендинговое агентство, тщательно следили за коммуникациями в этой сфере. И вот выводы, которые мы сделали:

МЫТЬЕ РУК ЗАЩИЩАЕТ ОТ МНОГИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ, НО В ОСНОВНОМ ЛЮДИ МОЮТ РУКИ НЕПРАВИЛЬНО

Про это много говорили по телевизору, писали в интернете, а Google даже показывал на главной странице своего поисковика дудл о правильном мытье рук.

гигиена — не только про чистые руки

Изоляция показала, что забота о здоровье — это и режим сна, и питание, и даже бережное отношение к эмоциональному и психологическому состоянию (своему и близких).

просвещение и агитация должны быть популярными: нескучными и понятными большинству

Люди устали от запретов, запугивающего контента и повелительного наклонения. Важно находить новые форматы, дарить познавательный и развлекательный опыт.

проблема (или задача?)

Музеи нередко ассоциируются с чем-то скучным и покрытым пылью. И эти ассоциации небезосновательны: плотно работая над экспозициями, многие музеи в то же время не уделяют внимание образу своего бренда.

Музей гигиены в Петербурге на наш взгляд — не исключение.

идея —

придать блеск Музею гигиены:
разработать логотип, фирменный
стиль, дизайн навигации, плакатов,
билетов и других носителей

**итак, в своих разработках
мы хотели сохранить связь
с советской эпохой
пропаганды гигиены, взять
лучшее из нее. При этом
актуализировать визуальный
и вербальный язык с тем,
чтобы сократить дистанцию
в восприятии самой темы
профилактики гигиены
целевой аудиторией,
сделать этот язык проще
и интереснее.**

посмотрим на дизайн?

посмотрим на дизайн?

вариант 1





www.gcmp.ru



ГЦМП Санкт-Петербурга



В этом варианте мы предлагаем логотип, который, с одной стороны, навеивает ассоциации с газетным / плакатным стилем начала 20 века, когда и был образован музей гигиены. Но с другой — за счет подбора шрифтов, их сочетаний и компоновки, а также за счет активного голубого цвета, в целом логотип выглядит современно и чисто.

ЛОГОТИП

с 1919 г. музей
ГИГИЕНЫ
www.gcmp.ru

Мы не случайно предлагаем основным фирменным цветом взять ярко-голубой: основной узнаваемый атрибут музея сегодня — это его историческое здание на Итальянской улице. Так пусть цвет его станет визитной карточкой нового фирменного стиля.

ЛОГОТИП



с 1919 г. музей
ГИГИЕНЫ
ГЦМП Санкт-Петербурга

система айдентики

Здесь мы показываем элементы айдентики, на сочетании которых мы будем строить весь фирменный стиль.

Гравюры отвечают за исторический контекст



Свой цвет для каждого направления/зала



2001

1924

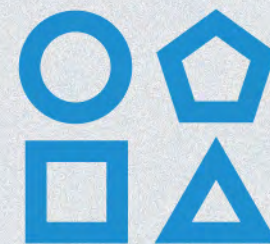
Таймлайн проходит через все носители, выступая объединяющим элементом

Цвет и графика объединяют все

Гигея —
древнегреческая
богиня здоровья

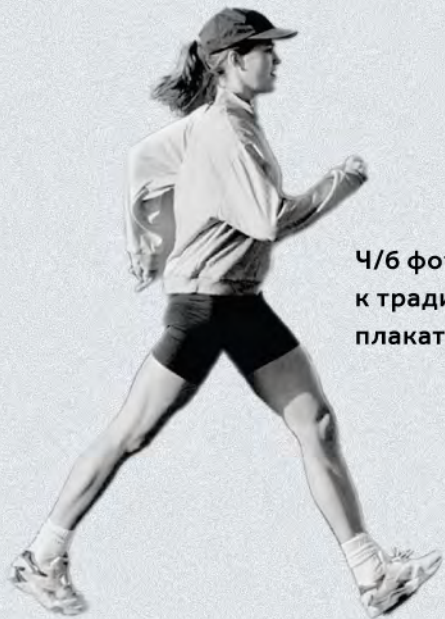
Рукописный шрифт
вторит плакатам в музее,
нарисованным вручную

1856



Дополнительная графика

4/6 фотографии отсылают
к традиции советского
плаката



система айдентики

первое кресло
стоматолога
появилось
в 1790 году

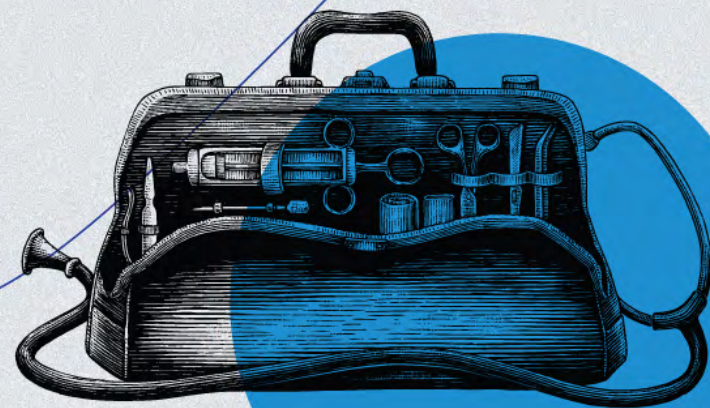


В итоге мы получаем интересные ключевые образы, которые сочетают в себе как элементы прошлого века, выполненные в стиле гравюры или ч/б фотографии, так и активные геометрические элементы современности. Все это дает ощущение связи времен, некого мостика между эпохами, когда интерес к гигиене был на пике.

с 1919 г. музей ГИГИЕНЫ

ГЦМП Санкт-Петербурга

в 1850 году
открылась
первая в России
поликлиника



носители фирменного стиля



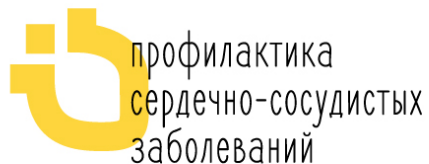
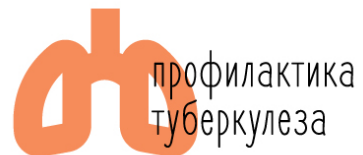
Активный логотип и активный цвет делают стиль сдержанным и одновременно ярким, лаконичным и информативным. Почти на каждый носитель с помощью таймлайна можно внедрять интересные исторические факты, делая даже из простой визитки содержательный материал.

идентификация направлений профилактики / залов

Мы решили за каждым направлением профилактики закрепить свой тематический знак* (пиктограмму) и цвет.

Это пригодится и для оформления навигации внутри музея, и для идентификации конкретных залов, и для информационных материалов (листовок по темам, плакатов по экспозициям и т. д.).

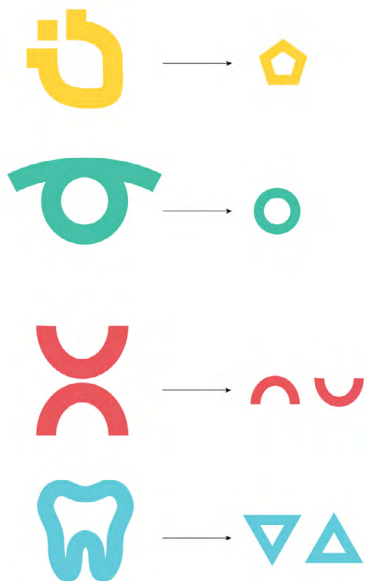
Яркие цвета не только помогут различать темы / залы между собой, но призваны привлекать внимание нашей преимущественно юной аудитории.



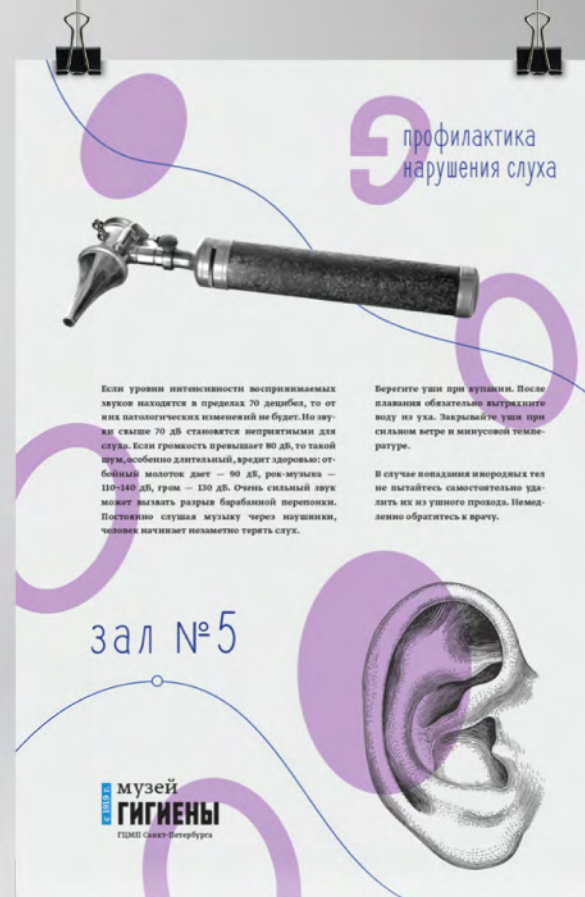
* в других вариантах фирменного стиля далее будут использованы эти же пиктограммы по сути, но в каждом случае по-разному.

идентификация направлений профилактики / залов

Каждой питограмме мы добавляем дополнительную графику, которая сочетается с основной формой — для того, чтобы сделать носители фирменного стиля более интересными и многоплановыми. Для примера здесь две обложки тематических буклетов, которые должны зацепить внимание аудитории.



пример информационных плакатов



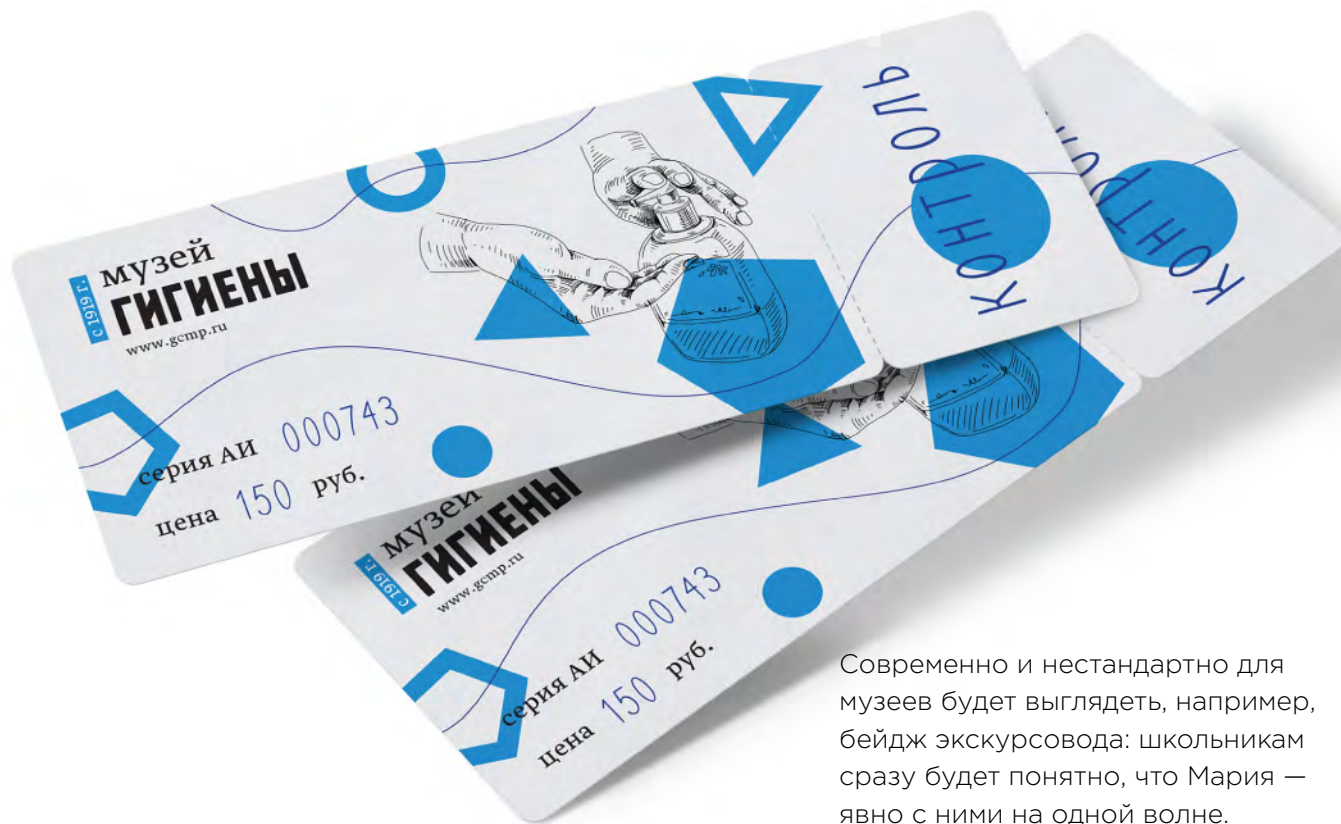
На примере информационных плакатов видно, как развивается фирменный стиль. Каждый плакат состоит из определенного набора элементов: логотип музея, знак темы, дополнительная графика, тематическая гравюра и фотография, таймлайн с фактом, основной контент.

примеры ключевых образов на другие темы



Могут рассматриваться как пример презентации, сайта или даже оформления стены в одном из залов

бейджи, билеты



Современно и нестандартно для музеев будет выглядеть, например, бейдж экскурсовода: школьникам сразу будет понятно, что Мария — явно с ними на одной волне.

А такой билет приятно держать в руках и, возможно, даже оставить на память.

посмотрим на дизайн?

вариант 2



знак и логотип

знак музея —
чистый круг или
круг чистоты

В данном варианте помимо логотипа у музея предполагается знак — так называемый круг чистоты или чистый круг. Графически это просто линия, контур круга, внутри которого нет ничего лишнего, даже цвета.

Такое минималичное решение выглядит современно, сдержанно, по-музейному и будет работать на контрасте с яркой айдентикой.



музей
гигиены

www.gcmp.ru

различные компоновки блока



Здесь показаны разные варианты компоновки блока — вертикальный и горизонтальный, а также разные подстрочники.

Все они могут жить одновременно, нужно просто выбрать основную.





музей
гигиены

www.gcmp.ru

знак и логотип



цветовая гамма



музей
гигиены

www.gcmp.ru



музей
гигиены

www.gcmp.ru

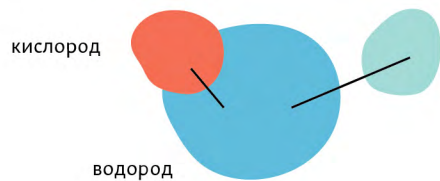


музей
гигиены

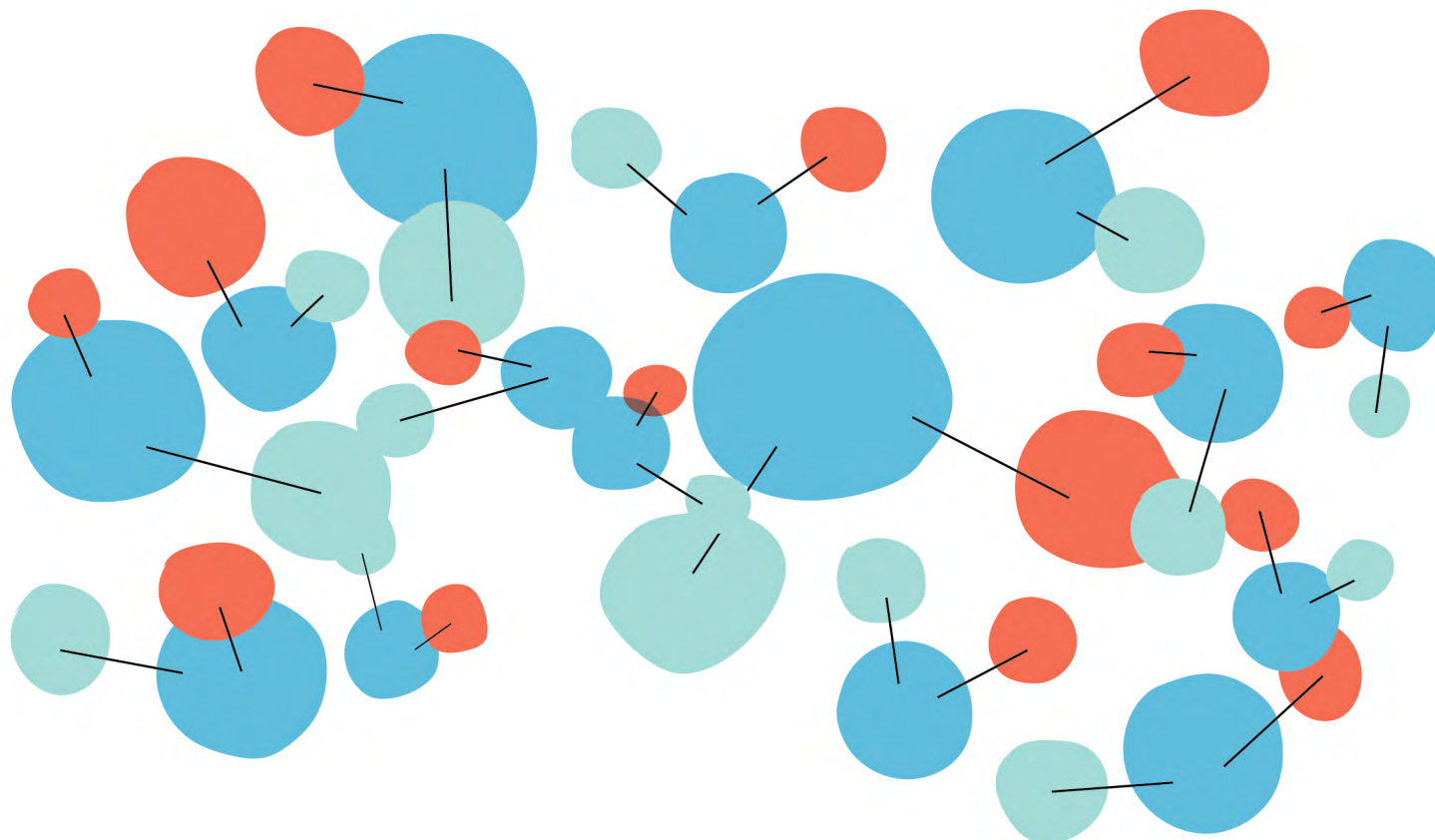
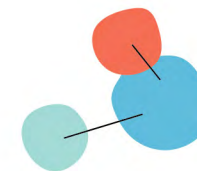
www.gcmp.ru

В качестве основных цветов мы выбрали синий и терракотовый — переосмысленные оттенки существующего фирменного стиля — и добавили к ним для свежести небесно-голубой и светло-бирюзовый.

фирменная айдентика



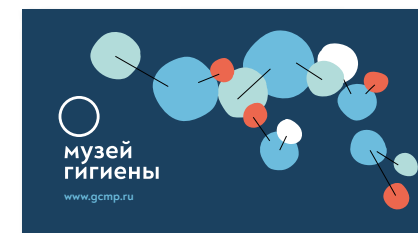
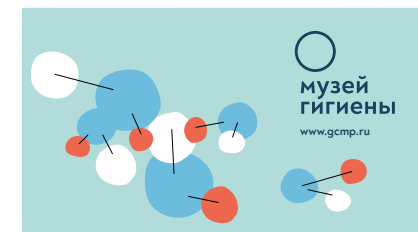
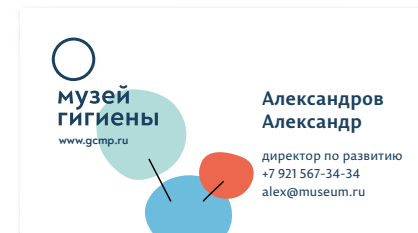
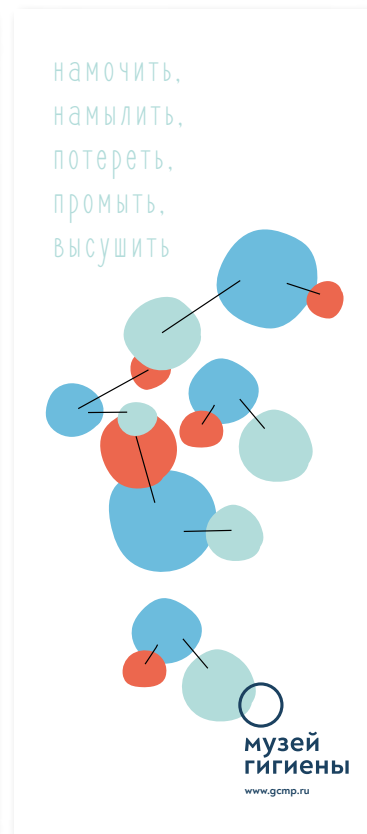
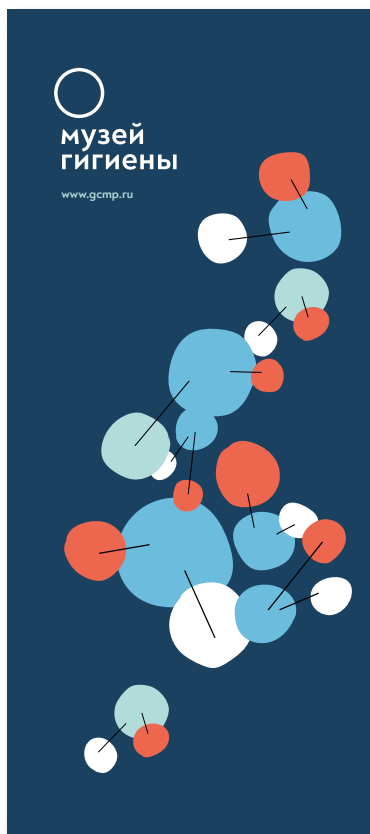
Фирменная айдентика представляет собой графическую интерпретацию молекул воды как символа жизни, чистоты, гигиены. Орнамент из графических молекул будет разнообразно наполнять форматы и носители фирменного стиля.



носители фирменного стиля



На разных носителях рисунок воды меняется по общей форме, расположению в макете и цвету, делая фирменный стиль гибким, разнообразным, масштабируемым, а главное — живым.



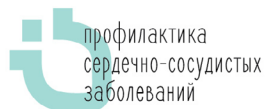
носители фирменного стиля



Основные активные цвета — белый и синий, голубой и бирюзовый — дают отсылку к воде, а терракотовый работает хорошим ярким акцентом. Такая работа с цветом в стиле помимо заложенных смыслов нацелена на привлечение внимания юной аудитории.

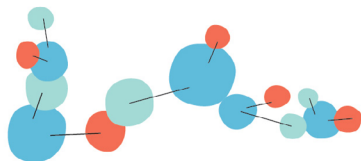
идентификация тем / залов

Знакомые уже пиктограммы тем / залов здесь решены в один цвет и играют не такую активную роль, как в предыдущем варианте (идентифицируют, но не доминируют).



зал №4

Проблемы сердечно-сосудистых заболеваний, имеющих в настоящее время широкое распространение во всем мире. Центральным экспонатом является электрифицированная модель сердца, работающая в четырех режимах и демонстрирующая причины возникновения патологических изменений в различных отделах сердца и бассейне коронарных артерий. Экспозицию зала дополняет стендовый материал по профилактике стресса, играющего ведущую роль в нарушении работы сердца и сосудов. В доступной форме изложен механизм стрессовой реакции, опасность последствий и методы профилактики. На одном из стендов отражены процессы физиологического старения организма и причины частого возникновения сердечно-сосудистой патологии у пожилых. В зале вы можете познакомиться с приборами для контроля работы сердца и сосудов.

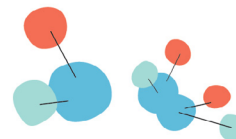


зал №5



собака Павлова

Здоровое питание — это питание, обеспечивающее рост, нормальное развитие и жизнедеятельность человека, способствующее укреплению его здоровья и профилактике заболеваний. Соблюдение правил здорового питания в сочетании с регулярными физическими упражнениями сокращает риск хронических заболеваний и расстройств, таких как ожирение, сердечно-сосудистые заболевания, диабет, повышенное давление и рак.



пример плакатов



Пример имиджевого плаката о музее в целом или, например, об открытии выставки (в центре). А также пример информационных плакатов о конкретной теме.

сити-формат об открытии выставки

25.03

намочить,
намылить,
потереть,
промыть,
высушить

открытие
новой экспозиции
о гигиене



музей
гигиены

www.gcmp.ru

мерч, значки и другое



Обязательно стоит запустить или обновить сувенирную продукцию: нужно увлекать нашу аудиторию, привлекать новую и делать музей современным пространством, где можно совместить приятное с полезным.



мерч, значки и другое



билет в музей



Билет музея также является носителем его фирменного стиля, поэтому можно даже минимальными средствами придать ему привлекательный современный вид.

посмотрим на дизайн?

вариант 3



основной фирменный блок

В данном варианте мы демонстрируем тот же логотип со знаком чистоты, но будем работать с другими оттенками цветов и элементами айдентики — получим совершенно другой фирменный стиль.





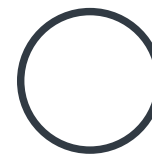
музей
гигиены

www.gcmp.ru



музей
гигиены

профилактика
здоровья



музей
гигиены

www.gcmp.ru



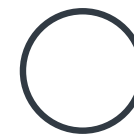
музей
гигиены

www.gcmp.ru



музей
гигиены

www.gcmp.ru



музей
гигиень

www.gcmp.ru

основной фирменный блок



основной фирменный блок



фирменная айдентика

В данном случае основу айдентики правильные круги, соответствующие форме знака. Их композиция и сочетание напоминают молекулы воды и мыльные пузыри. Если мы говорим о гигиене в ее основополагающем аспекте, то без воды и мыла — никуда!





Мыльный паттерн может работать на всех основных фирменных и дополнительных цветах. За счет цвета стиль выглядит строго, а за счет форм паттерна — дружелюбно и игриво.



носители фирменного стиля



Подобный стиль органично работает не только с графикой, но и с фотографиями внутри элементов айдентики.



сити-формат с анонсом новой экспозиции





музей
гигиены

www.gcmp.ru



музей
гигиены

www.gcmp.ru



профилактика
зрения



профилактика
сердечно-сосудистых
заболеваний



история
медицины



профилактика
ВИЧ/СПИДа
и наркомании



профилактика
туберкулеза



профилактика
слуха



нервная
система



репродуктивное
здоровье

цвет фона, айдентики,
пиктограмм

цвет логотипа
и текста



рациональное
питание



гигиена
полости рта

идентификация тем / залов

В этом стиле знаки-идентификаторы будут работать преимущественно в белом исполнении — на ярких фонах, на которых фирменный паттерн будет менять свои оттенки.



профилактика зрения



профилактика слуха



нервная система



профилактика туберкулеза



рациональное питание



профилактика ВИЧ/СПИДа и наркомании



профилактика сердечно-сосудистых заболеваний



гигиена полости рта



история медицины



репродуктивное здоровье



идентификация тем / залов

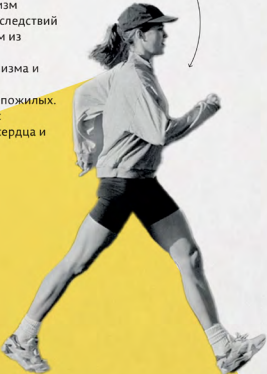
зал №4

**профилактика
сердечно-сосудистых
заболеваний**

Проблемы сердечно-сосудистых заболеваний, имеющих в настоящее время широкое распространение во всем мире. Центральным экспонатом является электрифицированная модель сердца, работающая в четырех режимах и демонстрирующая причины возникновения патологических изменений в различных отделах сердца и бассейне коронарных артерий. Экспозицию зала дополняют стендовый материал по профилактике стресса, играющего ведущую роль в нарушении работы сердца и сосудов. В доступной форме изложен механизм стрессовой реакции, опасность последствий и методы профилактики. На одном из стендов отражены процессы физиологического старения организма и причины частого возникновения сердечно-сосудистой патологии у пожилых. В зале вы можете познакомиться с приборами для контроля работы сердца и сосудов.

ходьба тренирует
не только ноги

музей
гигиены
www.gigmp.ru



зал №5

**рациональное
питание**

собака Павлова
мы - то, что мы едим?

Здоровое питание — это питание, обеспечивающее рост, нормальное развитие и жизнедеятельность человека, способствующее укреплению его здоровья и профилактике заболеваний[1]. Соблюдение правил здорового питания в сочетании с регулярными физическими упражнениями сокращает риск хронических заболеваний и расстройств, таких как ожирение, сердечно-сосудистые заболевания, диабет, повышенное давление и рак.[2] Современная наука проводит многочисленные исследования, чтобы оптимизировать рацион питания для профилактики основных хронических заболеваний.

музей
гигиены
www.gigmp.ru



зал №6

**нервная
система**

в здоровом теле
здоровый дух

Нервная система — целостная морфологическая и функциональная совокупность различных взаимосвязанных нервных структур, которая совместно с эндокринной системой обеспечивает взаимосвязанную регуляцию деятельности всех систем организма и реакцию на изменение условий внутренней и внешней среды. Нервная система действует как интегративная система, связывая в одно целое чувствительность, двигательную активность и работу других регуляторных систем (эндокринной и иммунной).

музей
гигиены
www.gigmp.ru



Плакаты и современности этому стилю придает работа с формой и цветом на больших форматах, подчеркивающих основной сюжет и героя. Этот прием хорошо будет работать не только на постерах, но и в самом пространстве музея.

билет в музей



Билеты с мыльными пузырями — чем не закладка в учебник? Тем более, что с собой всегда будет напоминание, как правильно мыть руки:

намочить,
намылить,
потереть,
промыть,
высушить.

проголосовать
за понравившийся вариант
можно [здесь](#)



DEZZZA.RU

© DEZA, студия брендинга

При распечатке материалов и использовании их в любой форме, в том числе в электронных СМИ, ссылка на DEZA обязательна. Все изобразительные материалы презентации доступны исключительно для личного пользования в ознакомительных целях и не должны использоваться для последующего распространения или трансляции, а равно извлечения коммерческой выгоды. Все авторские права принадлежат их владельцам. Авторская разработка студии DEZA: копирование и воспроизведение концептов, дизайн-макетов, фотографий, иллюстраций без согласования с правообладателем преследуются по закону.