



**КОПИРАЙТЕР**



**art  
masters  
2023**

НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ОТКРЫТЫЙ  
ЧЕМПИОНАТ  
ТВОРЧЕСКИХ  
КОМПЕТЕНЦИЙ



# **Евгений ЕГОРОВ**

г. Барнаул

# Айдентика и креативная концепция

продвижения проекта «Гжель – открытый код»

Копирайтер:  
Егоров Евгений Викторович

Графический дизайнер:  
Пермяков Константин Алексеевич

# Цели и задачи проекта

## Проект:

Проект нацелен на проявление ДНК промысла Гжель как «открытого кода», который эволюционирует, отражая специфику времени. Способность к взаимодействию позволяла промыслу постоянно меняться, следуя за модой, развиваться и создавать новое.

## Задача:

Разработать фирменный стиль и креативную концепцию проекта «Гжель — открытый код» для привлечения аудитории и посещения туристических и экскурсионных программ.

## Цели:

- Привлечь внимание молодых аудиторий к промыслу «Гжель», при этом быть понятным для более взрослой аудитории
- Обновить образ известного бренда, сделать его актуальным в XXI веке
- Мотивировать [приехать в кластер](#)
- Переосмыслить промысел и его применение в разных сферах жизни
- Сделать привлекательным местом 365 дней в году

# Проблемы и барьеры

Молодое поколение считает народные промыслы застрявшим в прошлом веке рудиментом. Они не интересуются историей промысла и его текущим положением.

В основном люди путешествуют летом и в выходные, а зима и будни — «пустые» дни.

Гжель — это что-то из бабушкиного серванта, а не место на карте.

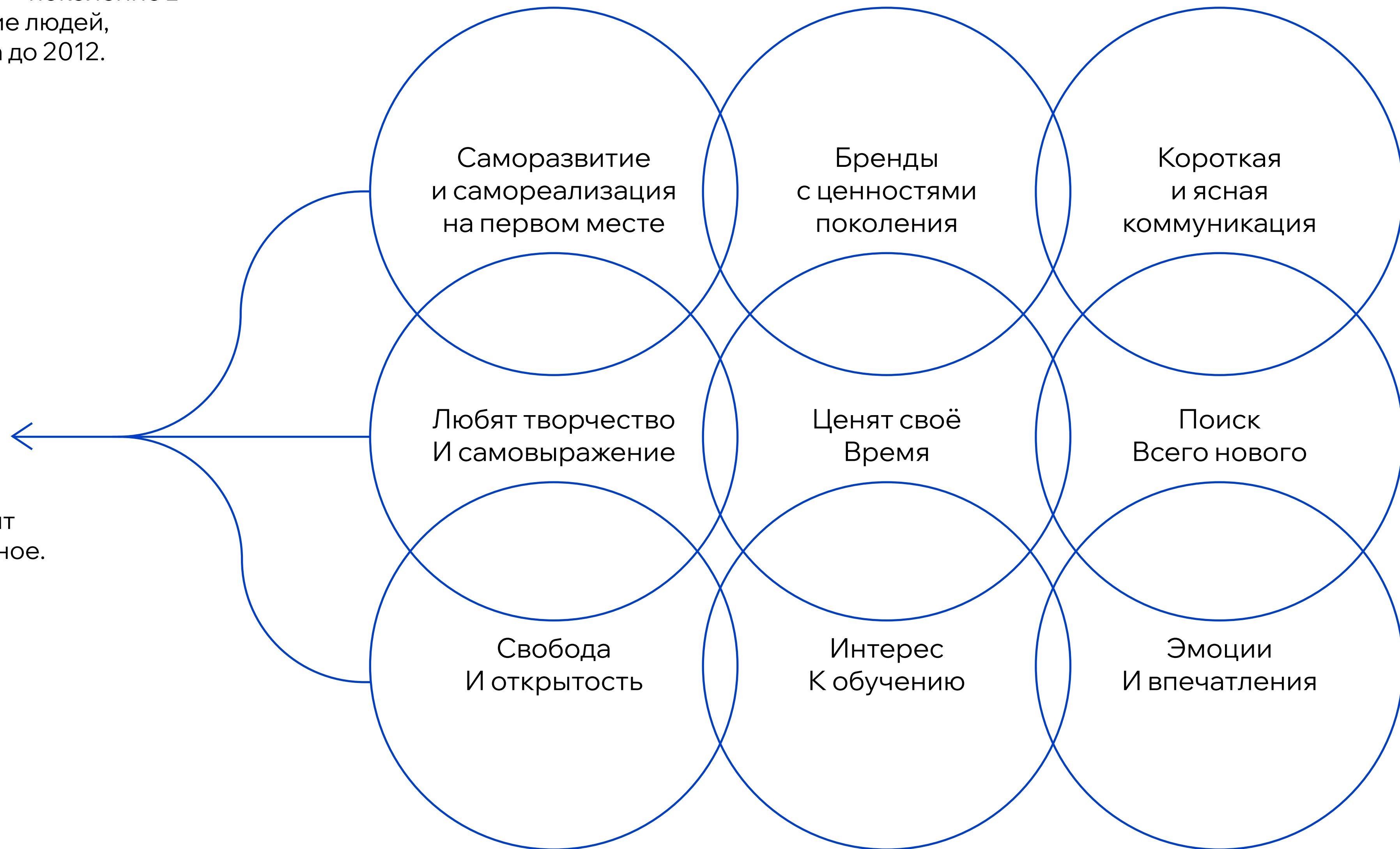


# Выводы из исследования

Школьники средних классов, старшеклассники и студенты, молодые художники — поколение z или зумеры — молодое поколение людей, родившихся в период с 1996 года до 2012.

## Быть в центре событий

- Я хочу быть там, где происходит что-то современное и актуальное.
- Я хочу быть там, где всегда что-то происходит.
- Я хочу знать, где же есть такое место.



# Инсайт

Новое поколение всегда ищет новые места.

Места, чтобы создавать. Чтобы меняться, развиваться, вдохновляться на творчество и изучать новое. Чтобы знакомиться с интересными людьми и сверстниками. Но поиск этих мест занимает большое количество времени, которое это поколение не хочет тратить.

Хорошо, если бы существовало такое место, где всё это было бы вместе. Такое место притяжения. Но остаётся только один вопрос: «где?»

# Решение

Ключевое сообщение: «Гжель — открытый код» даёт актуальные современные возможности молодому поколению.

– Где?

– Гжель!

Гжель. Где создаешь свое будущее.

Гжель. Где события каждый день.

Гжель. Где идеи обретают форму.

Гжель. Где ты.

**Гжель становится ответом на все вопросы, которые волнуют молодое поколение — центром событий.**

# Коммуникация

## 1 Одна конструкция: гжель — где

Эти два слова всегда будут идти вместе, таким образом ответом на все вопросы «где» будет являться «Гжель». Такая коммуникация одновременно транслирует традицию и изменчивую современность, вдохновляющую на творчество и изучение нового.

Слова «гжель» и «где» идеально между собой сочетаются, так как созвучны и первые три буквы отличаются одной буквой, которая идёт друг за другом в алфавите.

Такая коммуникация максимальна короткая и понятная.

## 2 Нет одного единого слогана, потому что он не нужен

## 3 Мы показываем принцип изменчивости и динамичности, как и сам промысел

## 4 Теперь понятно, что Гжель — место на карте



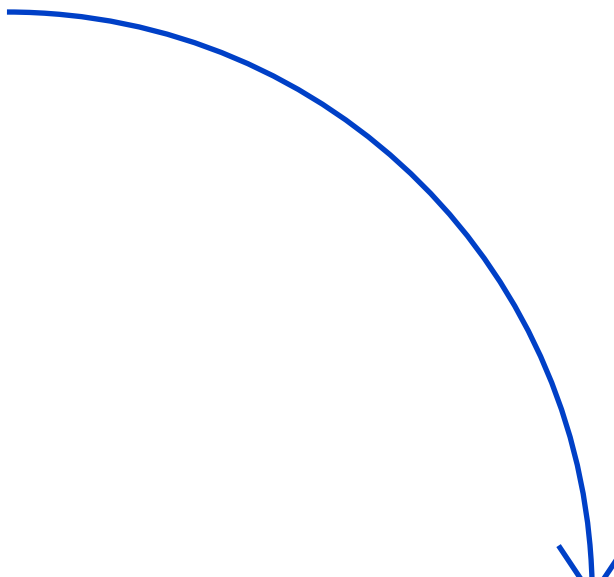
# Этапы

Рекламная кампания делится на три этапа:

- Повысить осведомленность о том, что Гжель — это место на карте и напомнить об этом промысле в современной и актуальной форме. Заинтересовать, вызвать внимание.
- Рассказать о мотивации участия в туристических и образовательных программах и продолжать вести деятельность популяризации.
- Мотивировать человека приехать в кластер.

В креативной концепции мы проделаем путь:

**От «Гжель  
– это где?»**



**До «Гжель –  
это где!»**

# Айдентика

проекта «Гжель – открытый код»

# История бренда

1740

Химик Дмитрий Виноградов создал из местной глины первые русские фарфоровые изделия.



Начало XIX века

На гжельских мануфактурах стали производить фаянсовые изделия. Для новой продукции использовали другую глазурь и технику обжига.



1840

Наивысший расцвет производства фарфора в Гжели

1917

Все заводы в Гжельском регионе были национализированы.



1940

Возрождение художественной гжели.

1980

Была принята программа по увеличению выпуска товаров народного потребления. Гжельским заводы начали производить предметы домашнего обихода.

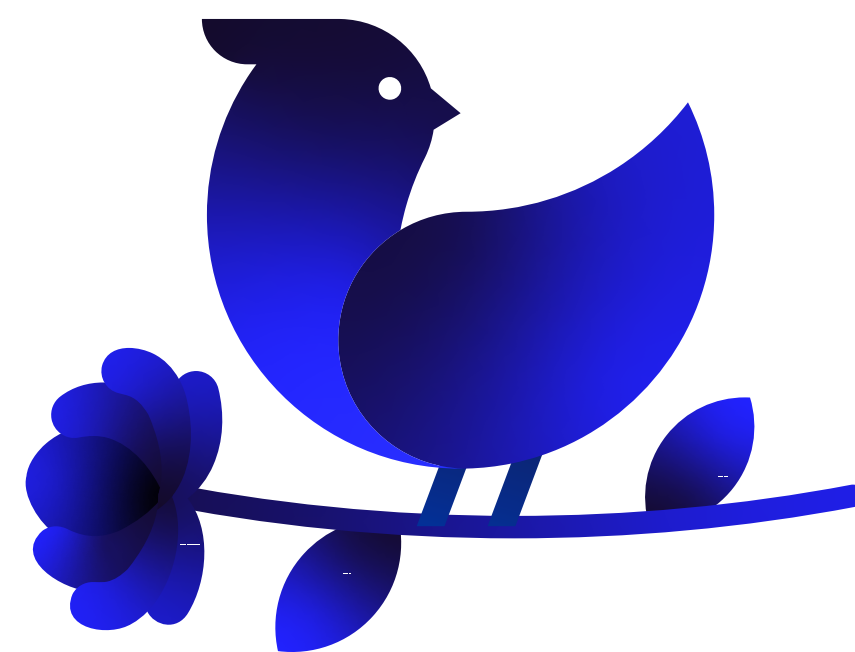


# ЛОГОТИП

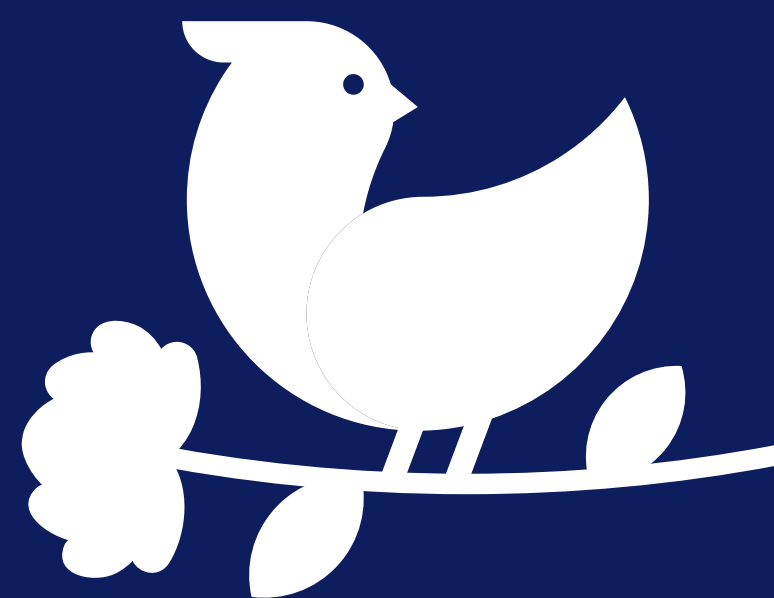
Основной цвет «синий» транслирует традиции, градиент добавляет стремление в будущее и принцип изменчивости и динамичности промысла.

Основа логотипа — гжельский мазок. Гжельский мазок — это начало начал, основа. Одновременно минимализм (что любит молодое поколение) и историческая ценность.

Птица — частый символ в гжельском промысле и хорошо «коннектится» с нашей основной аудиторией. Птица — пробуждение, начало, полёт. Полёт целей, мечтаний. Начало пути и свобода, свойственная молодому поколению.

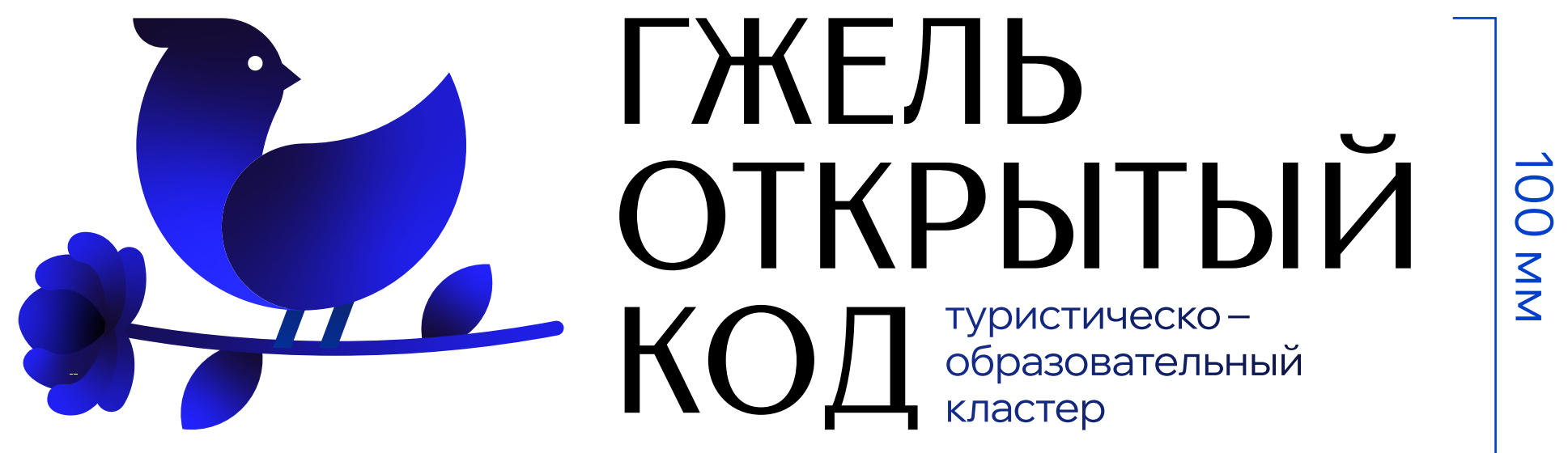


ГЖЕЛЬ  
ОТКРЫТЫЙ  
КОД туристическо-  
образовательный  
кластер



ГЖЕЛЬ  
ОТКРЫТЫЙ  
КОД туристическо-  
образовательный  
кластер

# Минимальный размер



# Правила использования логотипа



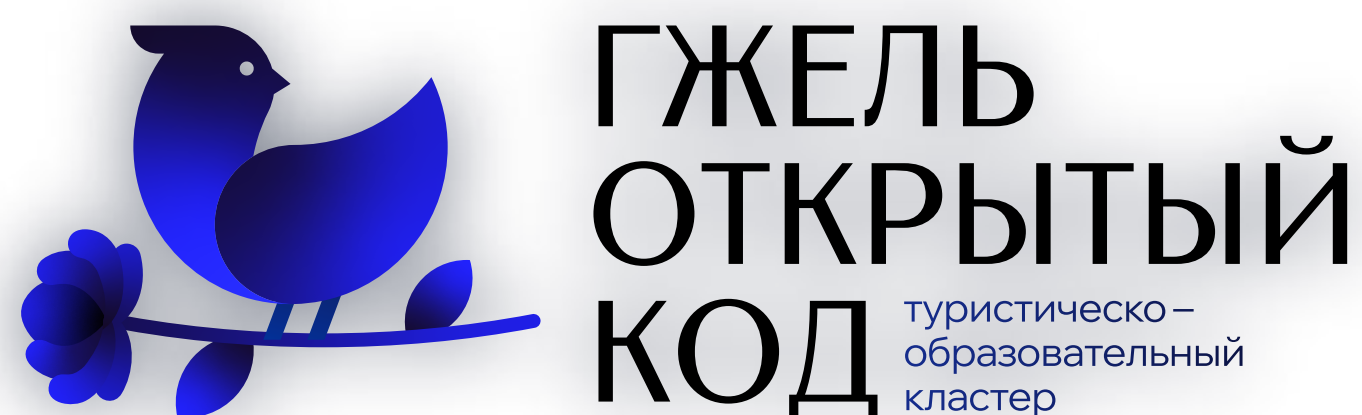
Запрещено наклонять логотип и его отдельные части



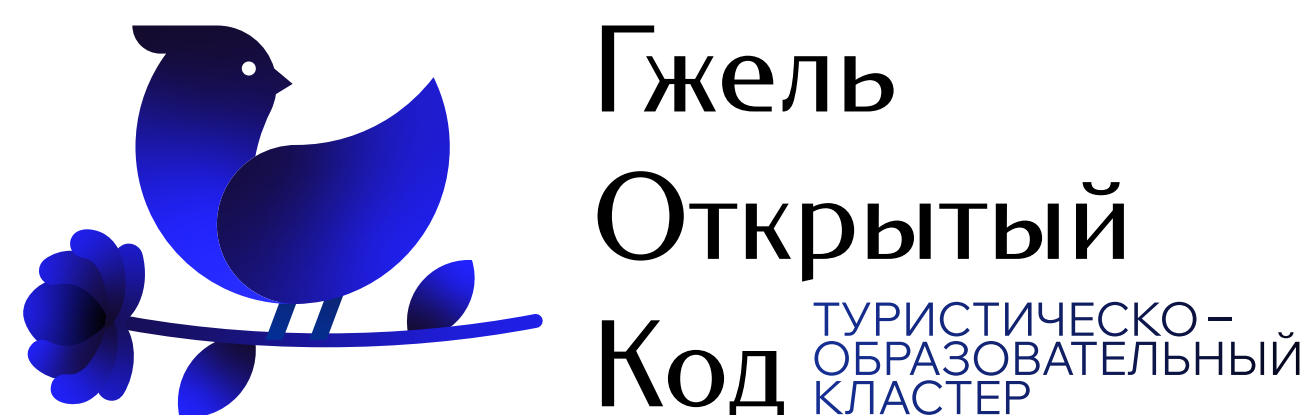
Запрещено деформировать логотип и его отдельные части



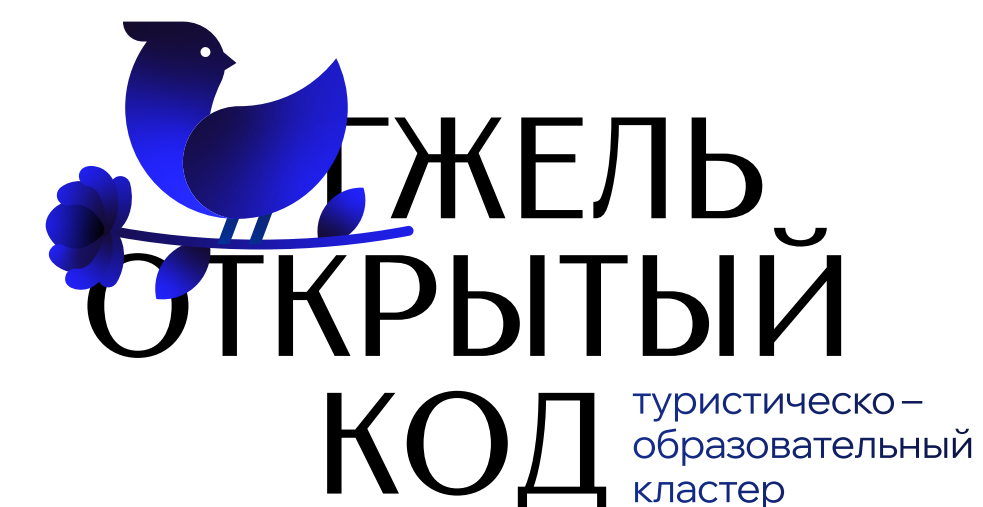
Запрещено изменять цвет логотипа и его частей



Запрещено использовать любые эффекты



Запрещено изменять регистр шрифтовой части



Запрещено переконпоновывать логотип

# Фирменная палитра



RGB:  
23 16 94  
CMYK:  
100 100 27 31  
HEX:  
17105E

PANTONE:  
P 101-8 C

RGB:  
31 30 228  
CMYK:  
87 78 0 0  
HEX:  
1F1EE4

PANTONE:  
P 99-8 C

RGB:  
0 0 0  
CMYK:  
100 100 100 100  
HEX:  
000000

PANTONE:  
P PROCESS  
BLACK C

RGB:  
255 255 255  
CMYK:  
0 0 0  
HEX:  
FFFFFF

PANTONE:  
P 1-1 C

RGB:  
83 136 255  
CMYK:  
69 46 0 0  
HEX:  
5388FF

PANTONE:  
P 109-6 C

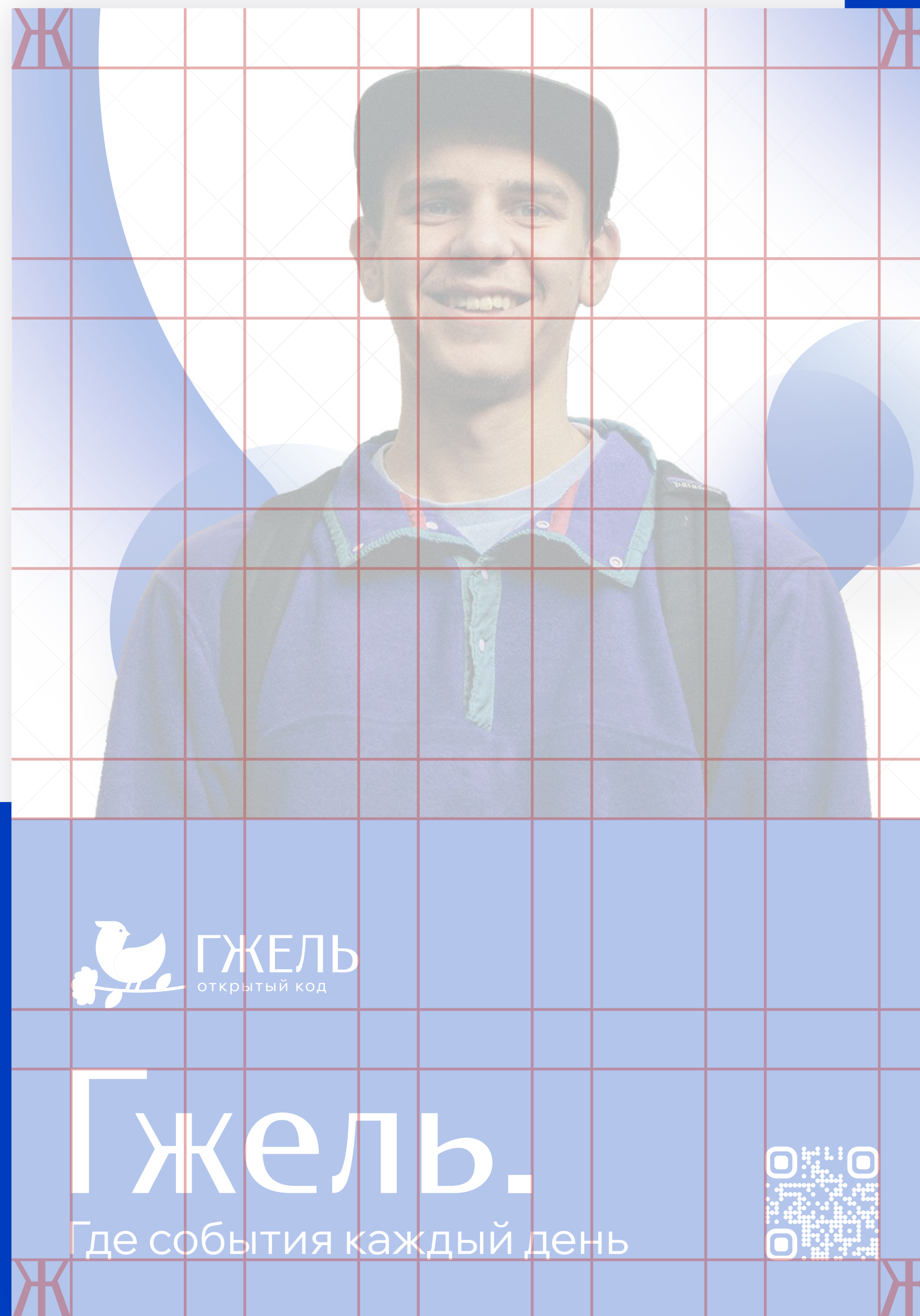
# Построение композиции

Используем 5-колончатую сетку, от нее строим композицию.

Высота буквы «Ж» в логотипе — основное значение для построения сетки.

Адаптируется под любые размеры/форматы.

Графика может выходить за пределы — в зависимости от носителя.





# Типографика

ROMANOVSKY

Завершён ежегодный съезд эрудированных школьников, мечтающих глубоко проникнуть в тайны физических явлений и химических реакций.

---

Аа, Бб, Вв, Гг, Дд, Ее, Ёё, Жж, Зз, Ии, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъъ, Ыы, Ьь, Ээ, Юю, Яя.

WIX MADE FOR  
DISPLAY

Всё ускоряющаяся эволюция компьютерных технологий предъявила жёсткие требования к производителям как собственно вычислительной техники, так и периферийных устройств.

---

Аа, Бб, Вв, Гг, Дд, Ее, Ёё, Жж, Зз, Ии, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъъ, Ыы, Ьь, Ээ, Юю, Яя.



Прямо ↑

5 мин / min 

Парк «Объединение Гжель»  
Gzhel Association Park

→ Фабрика  
«Объединение Гжель»  
Gzhel Association Factory  
2 мин / min

↗ Музей  
«Объединение Гжель»  
Gzhel Association Museum  
4 мин / min


← Автобусная остановка  
Bus Station  
7 мин / min

ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ ГЖЕЛЬ»

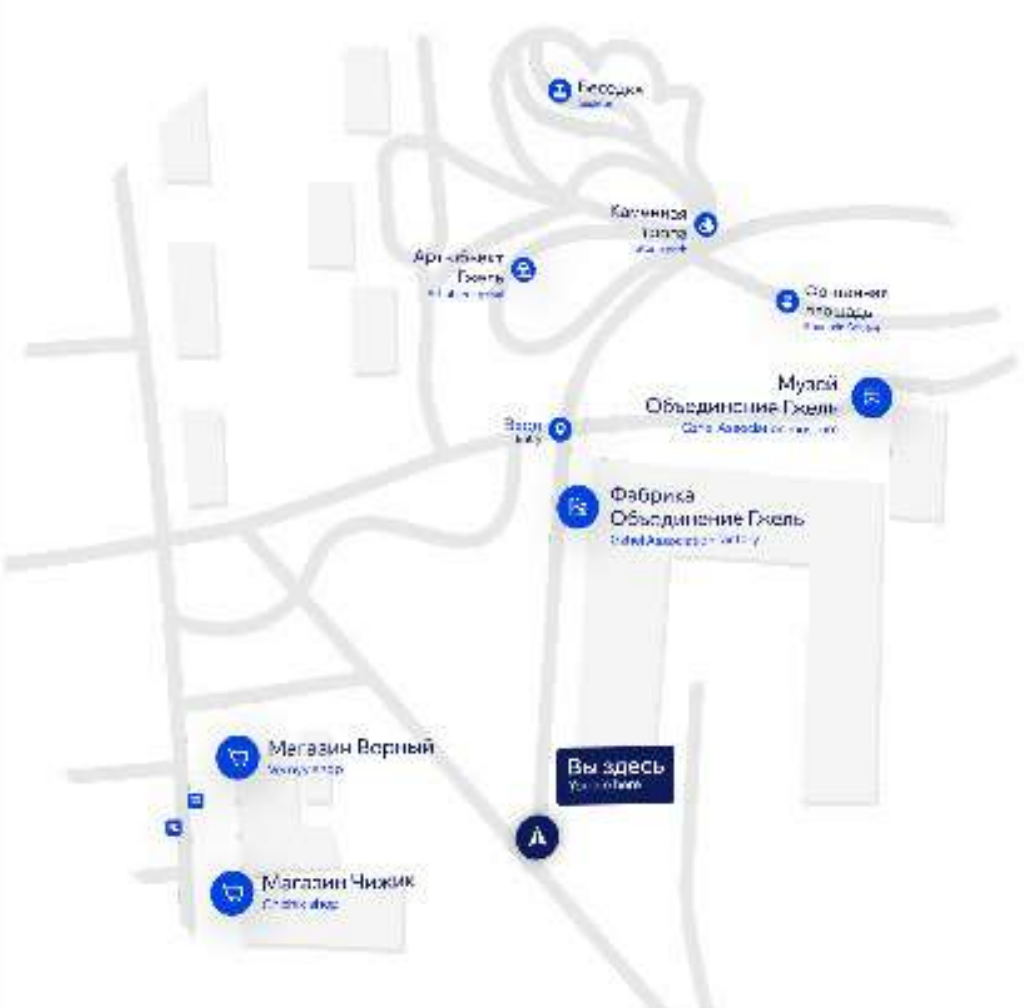
+7 (499) 350-00-02

# Навигация

8003

**Прямо ↑** 5 мин / min 

**Парк «Объединение Гжель»**  
Gzhel Association Park



ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ ГЖЕЛЬ» +7 (499) 350-00-02



**Арт-объект  
Гжель**  
Art object Gzhel



**Музей  
Объединение  
Гжель**  
Gzhel Association  
museum



**Фабрика  
Объединение  
Гжель**  
Gzhel Association  
fabric

# Инфопоинт



# Футболка



# Кружка и бумажные стаканы



Пакет



# Возвращаемся к рекламной кампании

проекта «Гжель – открытый код»

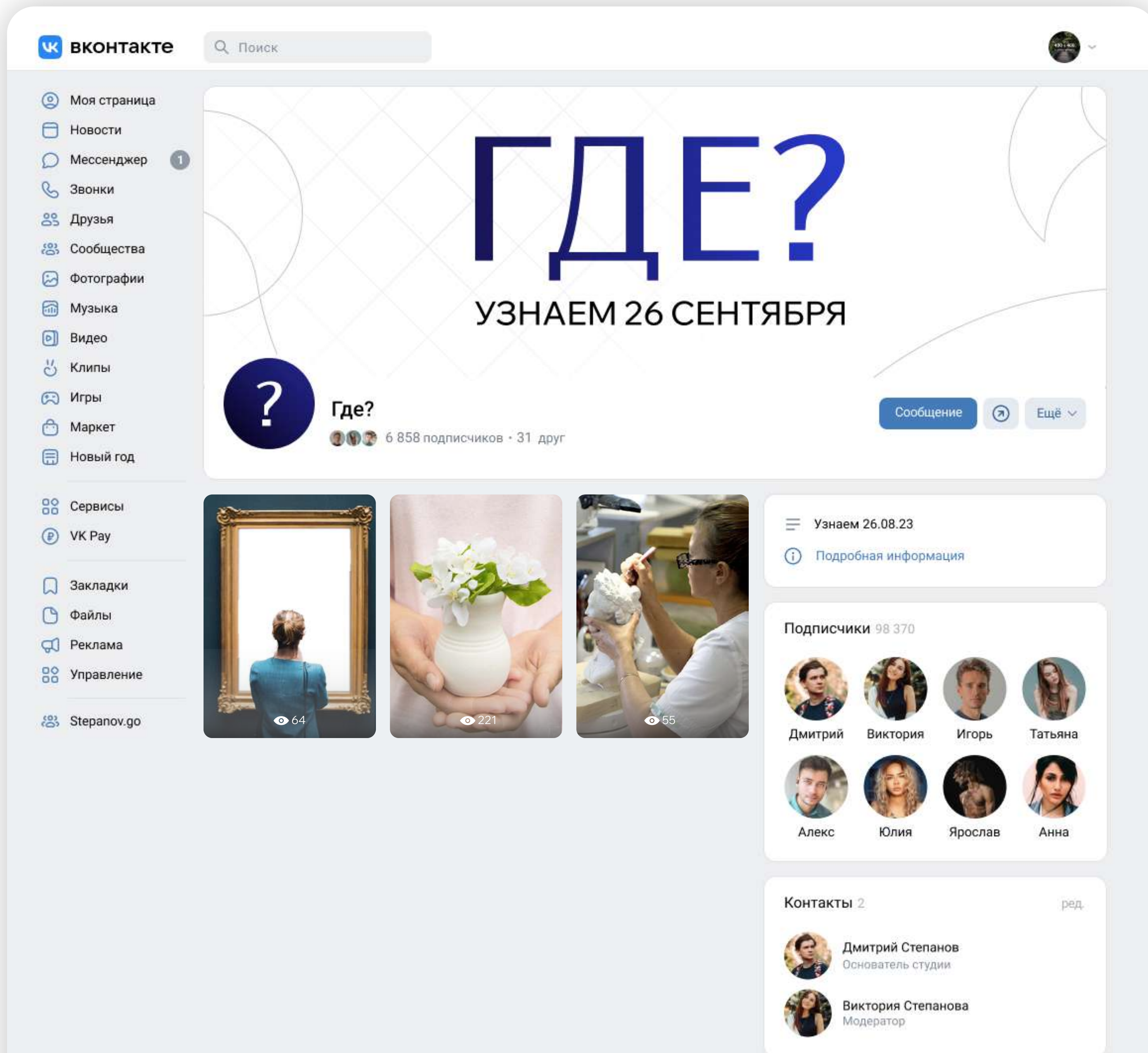


# Этап 1.1 Тизерный

Этот этап содержит только часть информации о продукте и вызывает у аудитории интерес и желание узнать больше. Мы получим со стороны аудитории куда больше внимания, нежели при размещении более традиционной рекламы.

Показываем серию креативов с вопросами, которые волнуют нашу целевую аудиторию. Белый фон, синие буквы и qr-код, который ведет на сайт и группу VK.





# Сайт и социальные сети

## Рилс и VK клипы

Транслируют ту же идею — идею всего белого.

Сюжеты коротко:

- Молодые друзья вглядываются в белую картину.
- Студентка смотрит на полностью белые вазы.
- Девушка красит вазу бесцветными красками и на вазе «ничего»

В конце каждого видео — большими синими буквами «где?»

Рилсы и клипы ведут на аккаунты в соцсетях с названием «где?»

## Этап 1.2

# Презентационный

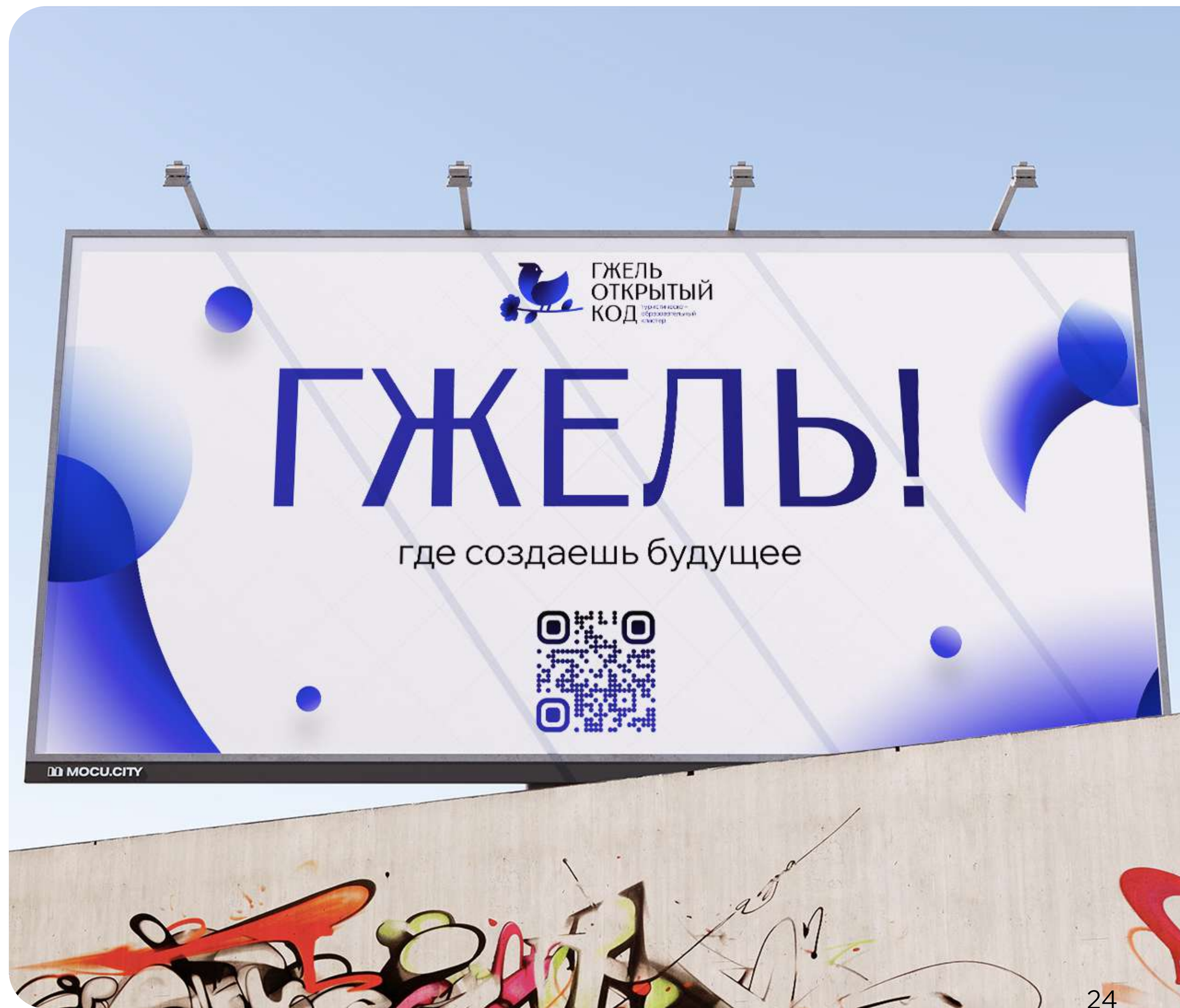
Продолжение тизера, раскрывающее посыл в подробностях. За счет того, что аудитория будет «подогрета» тизером, презентационный этап также привлекает больше внимания, нежели традиционная реклама.

Все аккаунты в соцсетях переименовываются на Гжель — открытый код.

Отвечаем на вопрос «где находится Гжель», заданный ранее. Показываем и рассказываем куда «сбежала» Гжель из тизерного этапа — в кластер. Все белые картинки становятся с узорами Гжели.

Начинаем коммуницировать с помощью нашей системы слоганов.

Вербальная коммуникация первого этапа направлена на эмоциональный уровень. Важно ярко заявить о себе и вызвать «вау-эффект» на этом этапе.



# Наружная реклама



# Видеоролик



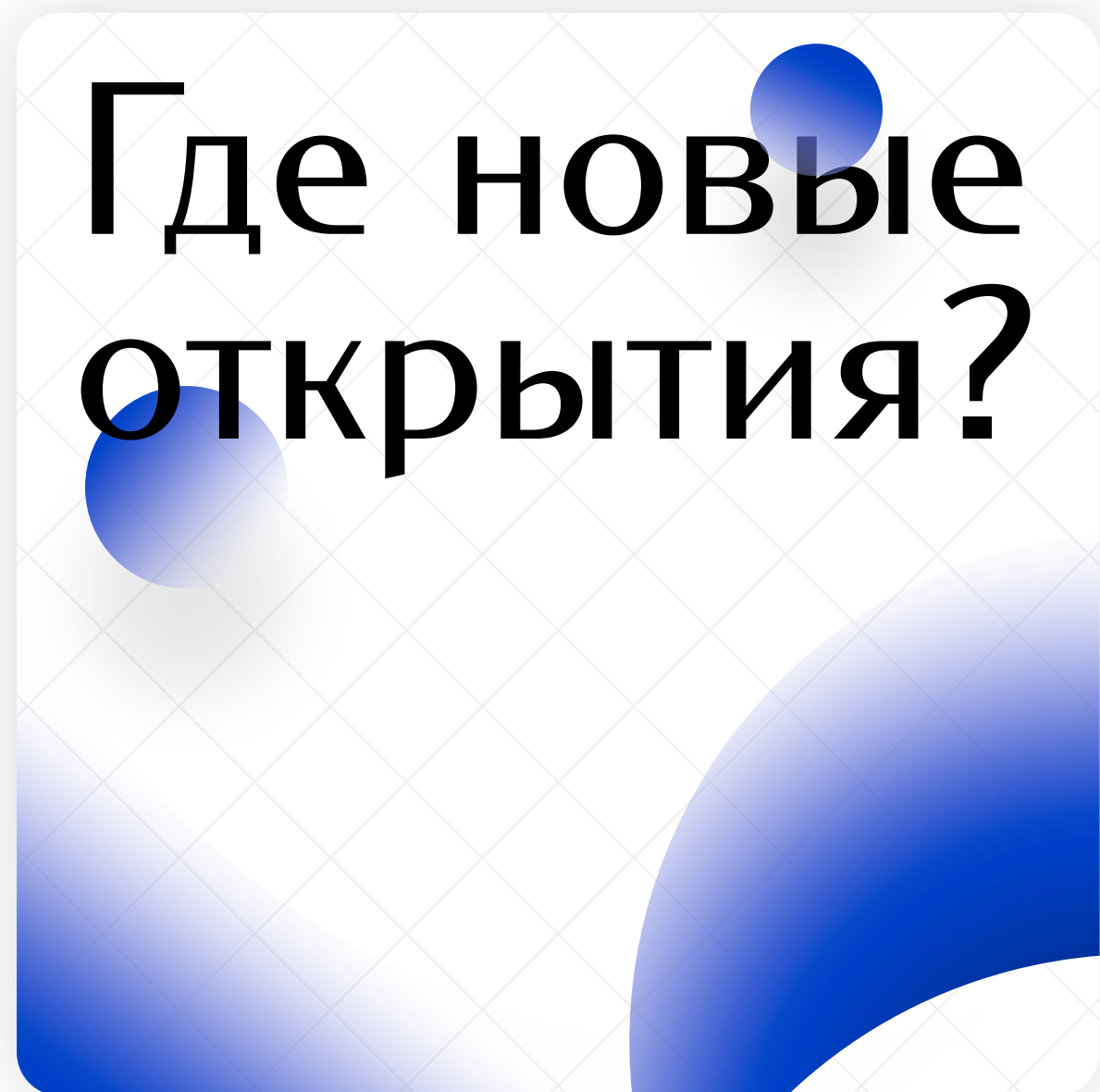
Короткие динамические сюжеты с быстрой сменой кадров и событий. Всегда вербальная коммуникация на переднем плане.

Видеоролик сам по себе является конструктором, поэтому он будет разбиваться на короткие 15-секундные сюжеты для рилс и VK клипов.

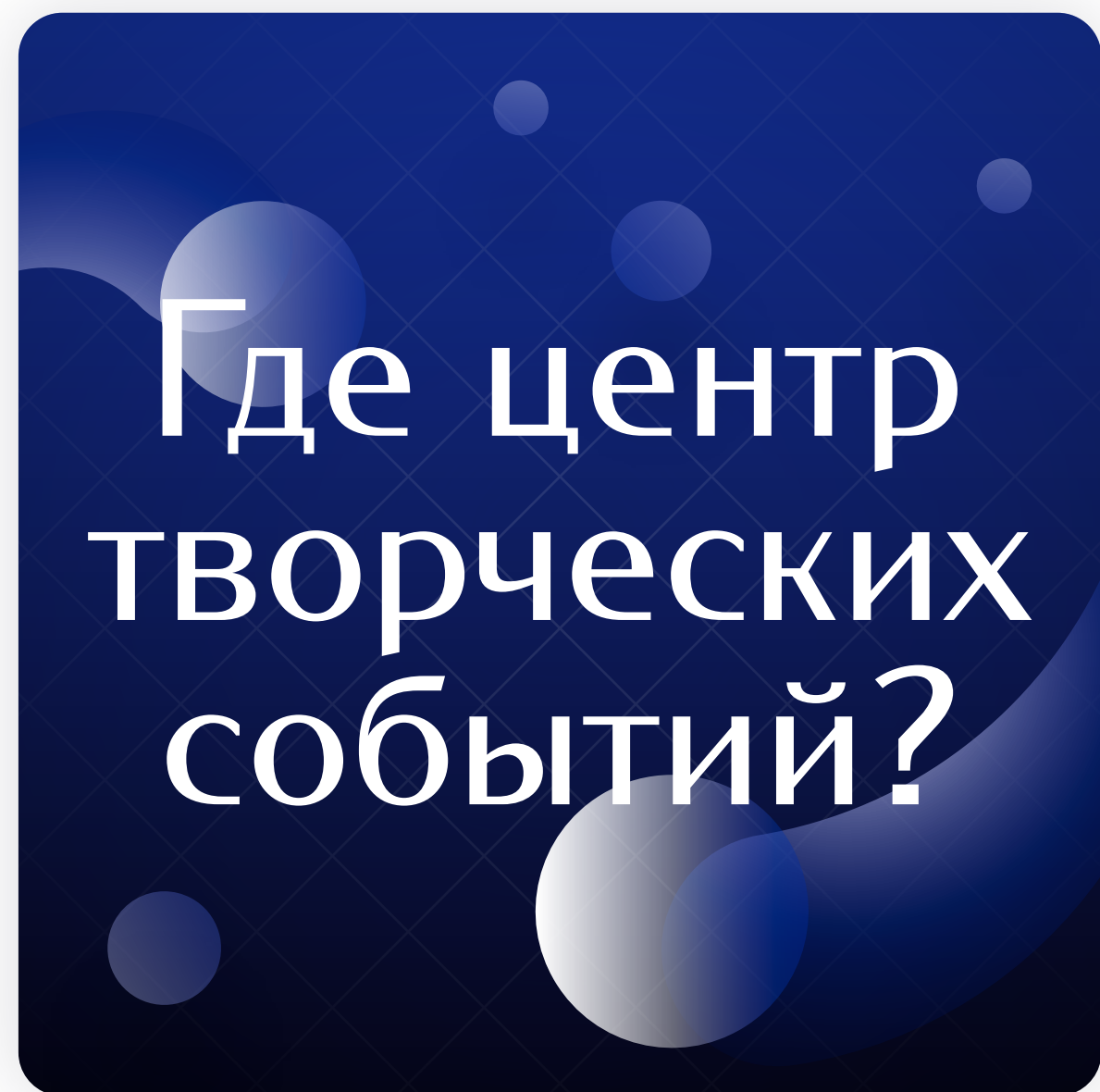
Активация на основе онлайн-тестов на платформе VK и афиша: тест «кто ты из Гжели»: от тарелки до коллекции Dior в конце теста — ссылка на сайт

# Посты для социальных сетей

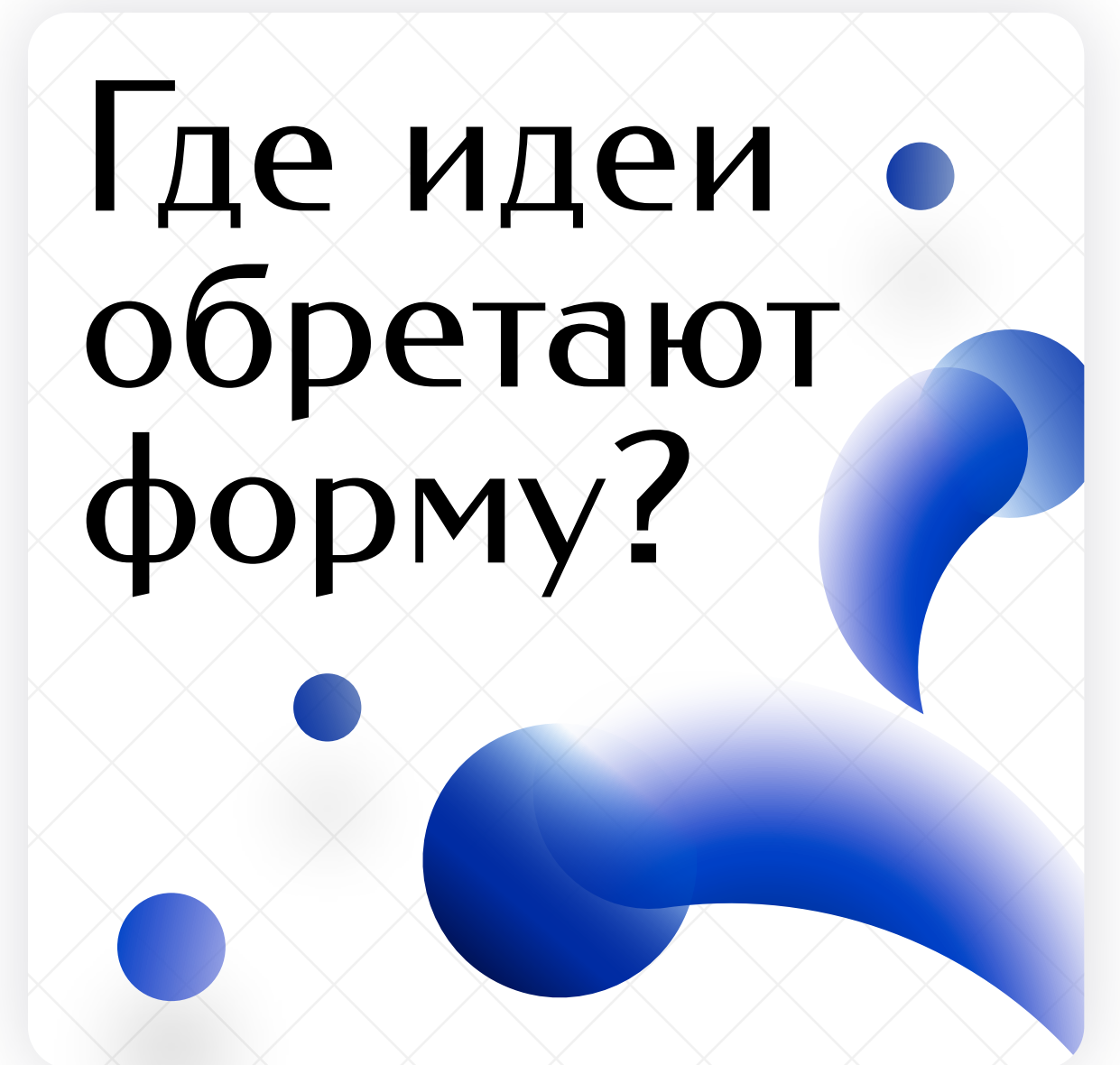
 Гжель – открытый код ...



 Гжель – открытый код ...



 Гжель – открытый код ...

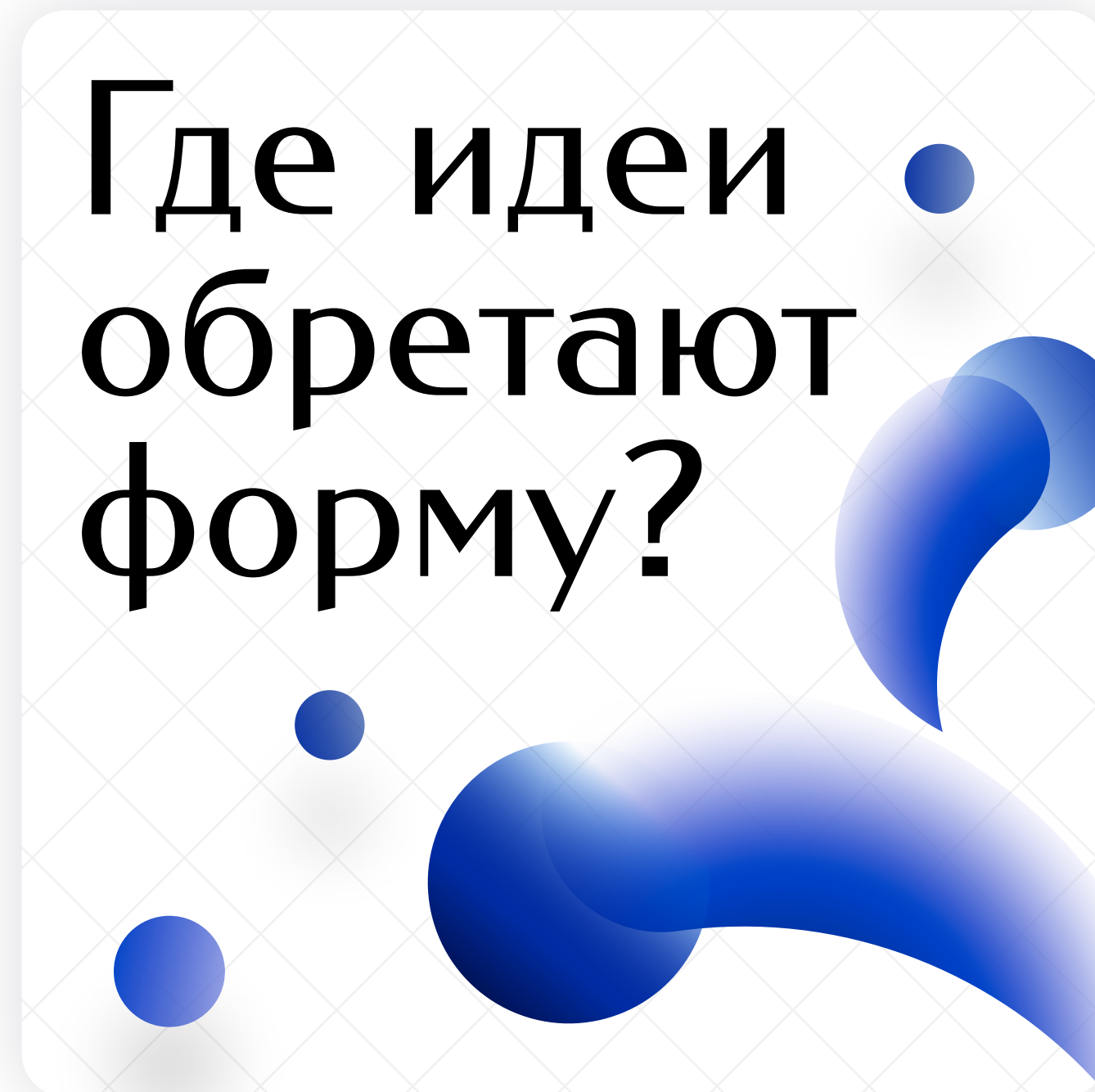


# Серия постов

Основаны на ценностях молодого поколения.

Крупная вербальная коммуникация с важными вопросами на картинках заинтересует аудиторию. Все посты начинаем с небольшого инсайта, который волнует поколение z.

В короткой и ясной форме рассказываем о преимуществах кластера «Гжель — открытый код».

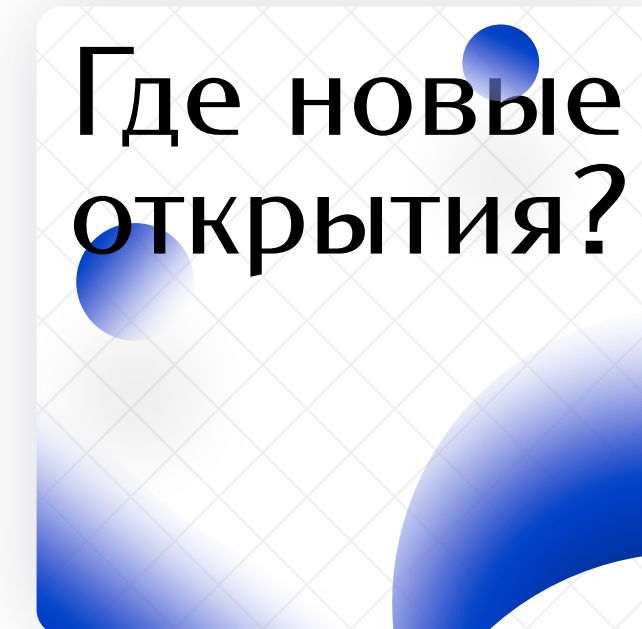


Мы знаем, у тебя есть много идей, но, увы, они не всегда реализуются :(

Приезжай к нам и смотри, как идеи обретают форму :)

От мягкой фарфоровой массы – до маленького произведения искусства. Все процессы открыты – смотри, спрашивай, прикасайся. Мы рады видеть тебя каждый день. Подробнее о всех программах и экскурсиях – в шапке профиля.

Гжель. Где ты вдохновляешься.

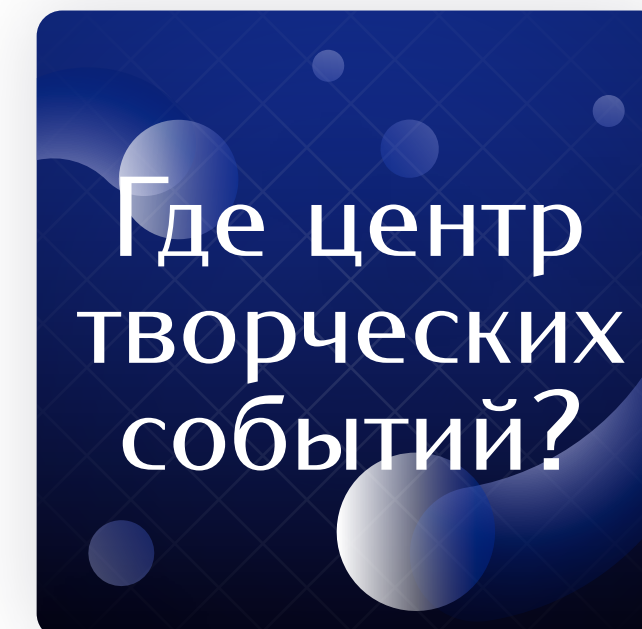


«Гжель — это что-то старенькое, пыльное, из бабушкиного серванта...». Так думают только те, кто не был у нас :)

Мы открыто воспринимаем всё, что транслирует внешняя среда: наши посетители и сотрудники, студенты и художники. Все мы вместе – создаём наше пространство.

Ты не просто гуляешь по культурному пространству – ты получаешь новые знания. Вдохновляешься новыми орнаментами. Они, кстати, бывают не только синими :)

Здесь соединяются воедино современность и традиции. История и будущее. Это наша открытость. К новому. К тебе.



Ищешь такое место, где можно и отдохнуть и полезно провести время? «Гжель – открытый код» – это новая точка притяжения.

У нас есть большая экскурсионная программа, новый парк и музей. Здесь мы показываем черно-розовую гжель (такой она является до обжига), и современные работы.

Мы ценим твоё время, поэтому всё это находится в одном месте. Все события и выставки. Ждём тебя завтра. И послезавтра.

Гжель. Где всё за один день.

## Этап 2

- Рассказываем о мотивации участия в туристических и образовательных программах.
- Билборд, баннеры, городская реклама, диджитал реклама в соцсетях
- Продолжаем говорить эмоционально и раскрываем рациональный уровень – выгоду приехать.
- Делаем акцент на буднях и нетуристических сезонах.
- Продолжаем вести деятельность популяризации.





# ГЖЕЛЬ.

Где четверг как праздник



ГЖЕЛЬ  
ОТКРЫТЫЙ  
КОД туристическо-  
образовательный  
кластер



Каждый четверг –  
ярмарка творчества



# Активации оффлайн

Проведение тематических маркетов творчества на пространстве кластера.

Привлекаем разных продавцов, в этот день делаем 50% скидку на посещение экскурсионных программ.

Активация на городских поверхностях Москвы.

Это реклама обычно направлена на молодую аудиторию и, как правило не согласована, некрасива и незаконна. Мы же, рисуя на стенах и тротуарных плитках «гжель», не только украсим городской облик, но и привлечет большое внимание нашей аудитории, заметно выделяясь среди реклам на тех же поверхностях.

Активация на автобусах:

Разрисовываем гжелью несколько автобусов из парка Москвы. Специальные прямые автобусы до кластера.

# Коллаборации с подмосковными дизайнерами

- Поддерживаем тех, с кем мы находимся в одном регионе
- Географически напоминаем, где мы
- Напоминаем, что Гжель, это не только кружки и чашки
- Делаем коллекцию из эко материалов, напоминаем про экологичность Гжели
- Говорим об этом в соцсетях и СМИ
- Посмотреть и купить все коллекции можно на сайте

Одежду, моду и коллаборации  
любит молодое поколение



# Челлендж в VK клипах



#вгжель

# Онлайн-игра: gzhelic

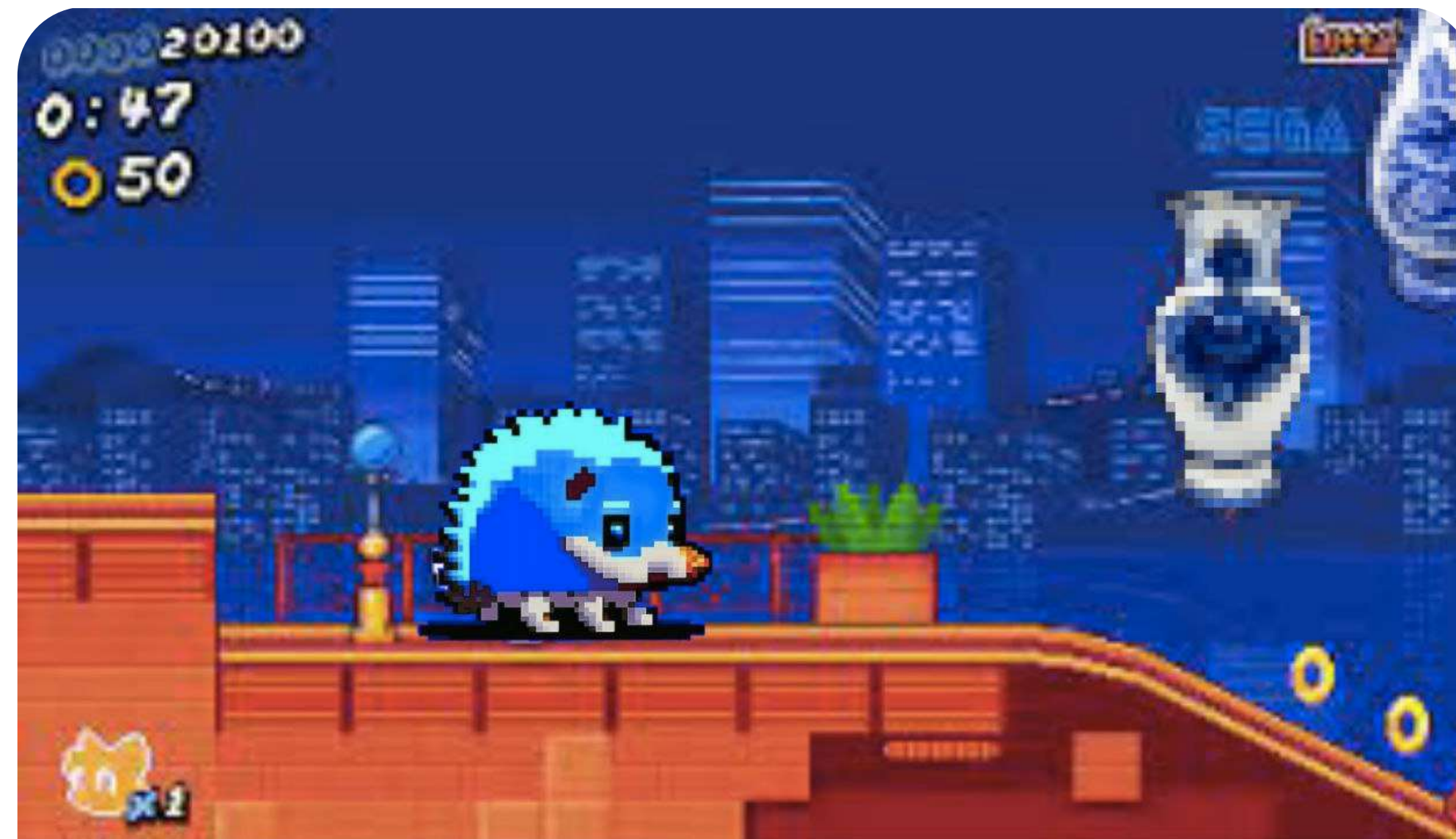
- Говорим в соцсетях, сми, что сделали онлайн-игру в стиле 80-х: «gzhelic». Интегрируем её на сайт.
- Онлайн-игры популярны среди зумеров и миллениалов
- Мода на ретро 80х-годов
- Цвета 80-х – розовый и синий – как процесс создания гжели
- Это весело, смешно и современно :)

Кто пройдет игру до конца и соберет как можно больше рублей-монеток – получает промокод на скидку до 70% по будням на посещение туркластера Гжель, который действует месяц.



## Описание и механика игры:

- Интерфейс игры копирует игры 80-х годов и механику игры «соник» – собирать монеты и уклоняться от предметов (чашек, чайников, тарелок).
- Задача игры — не разбить чашечки, которые встречаются по пути. Максимум можно разбить 3 чашки за игру.
- В зависимости от собранных монет — релевантная скидка на посещение кластера от 10 до 70 процентов.
- Можно перепроходить игру до максимальной скидки.
- Управление суперлегкое — стрелочки и пробел.
- Начало игры начинается в розовом мире — вначале наш герой побеждает и уклоняется от серо-розовых чашечек.
- К концу игры — время ускоряется мир становится вокруг синим и падают синие чайники.



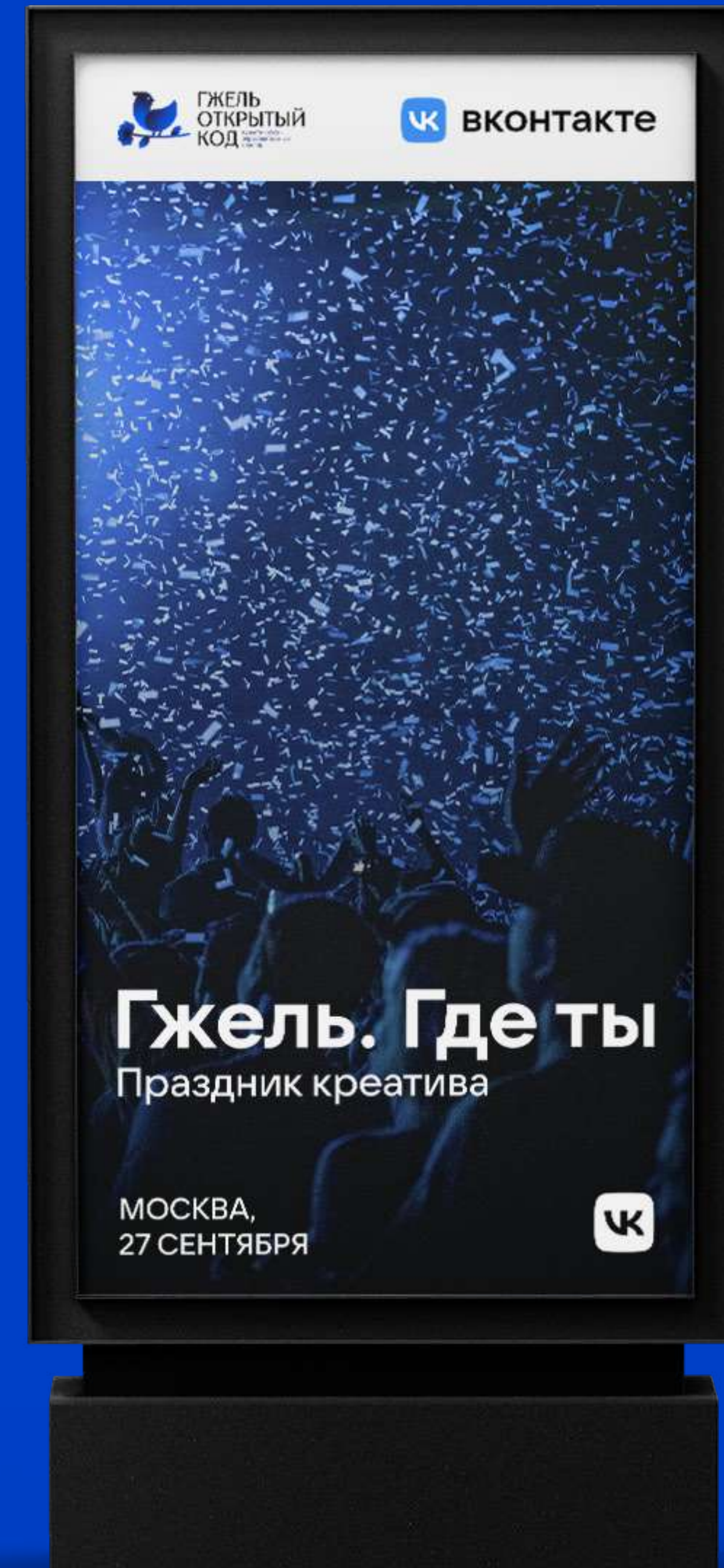
## Этап 3. Праздник креатива

Мотивируем человека приехать в кластер  
Нужно большое событие!

Запускаем коллаборацию с VK — праздник креатива,  
приуроченный ко дню народных промыслов 18 июня  
под названием: Гжель. Где ты.

Слоган становится названием праздника.

Рекламная кампания  
на этом этапе будет направлена  
на само мероприятие, а через это событие  
мы продолжим рассказывать о кластере.

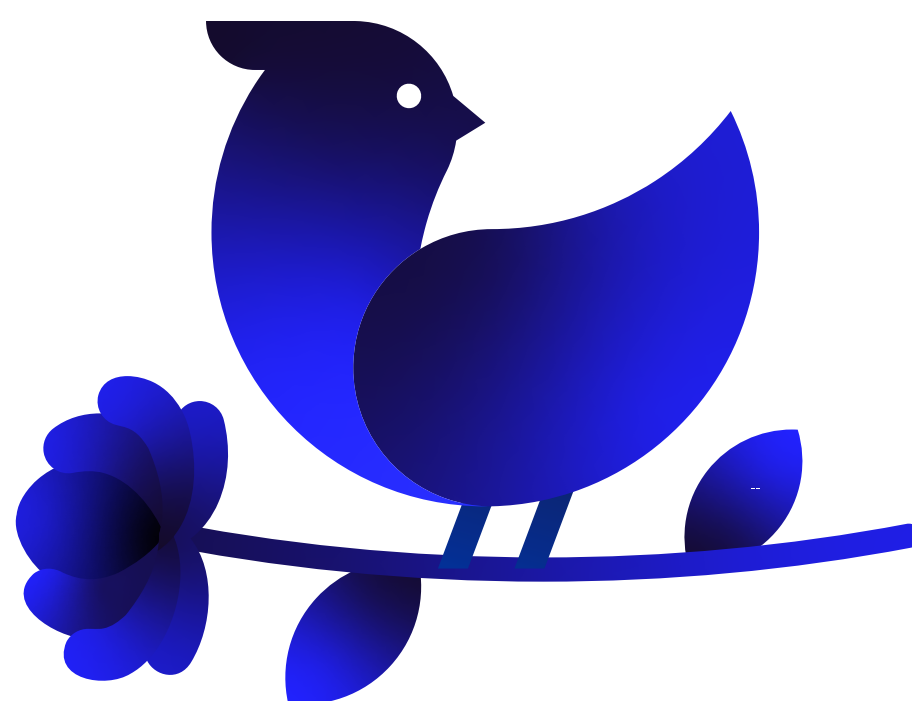


# Почему VK и Гжель – идеальный «мэтч»?

- Современно
- Технологично
- Большая платформа и аудитория
- Российский продукт
- Любят организовывать праздники в городах
- Активации на прошлом этапе
- Тоже любят белый и синий цвет :)



# ВКОНТАКТЕ



# ГЖЕЛЬ ОТКРЫТЫЙ КОД

туристическо –  
образовательный  
кластер

# Как?

- Делаем специальный логотип VK в стиле гжели
- Реклама на баннерах с qr – кодом, ведущая на сайт, где можно приобрести билеты
- Анонс самого большого маркета творчества, регистрируем участников, место встречи: гжель
- Анонс концерта современной группы (cream soda)
- Коллаборация с известным художником (Покрас Лампас) художник во время праздника будет разрисовывать гигантского медведя бearbrick в стиле гжель в кластере.

Привлекаем молодых художников  
Для параллельных активностей.

Зачем? Модные художники –  
современное место



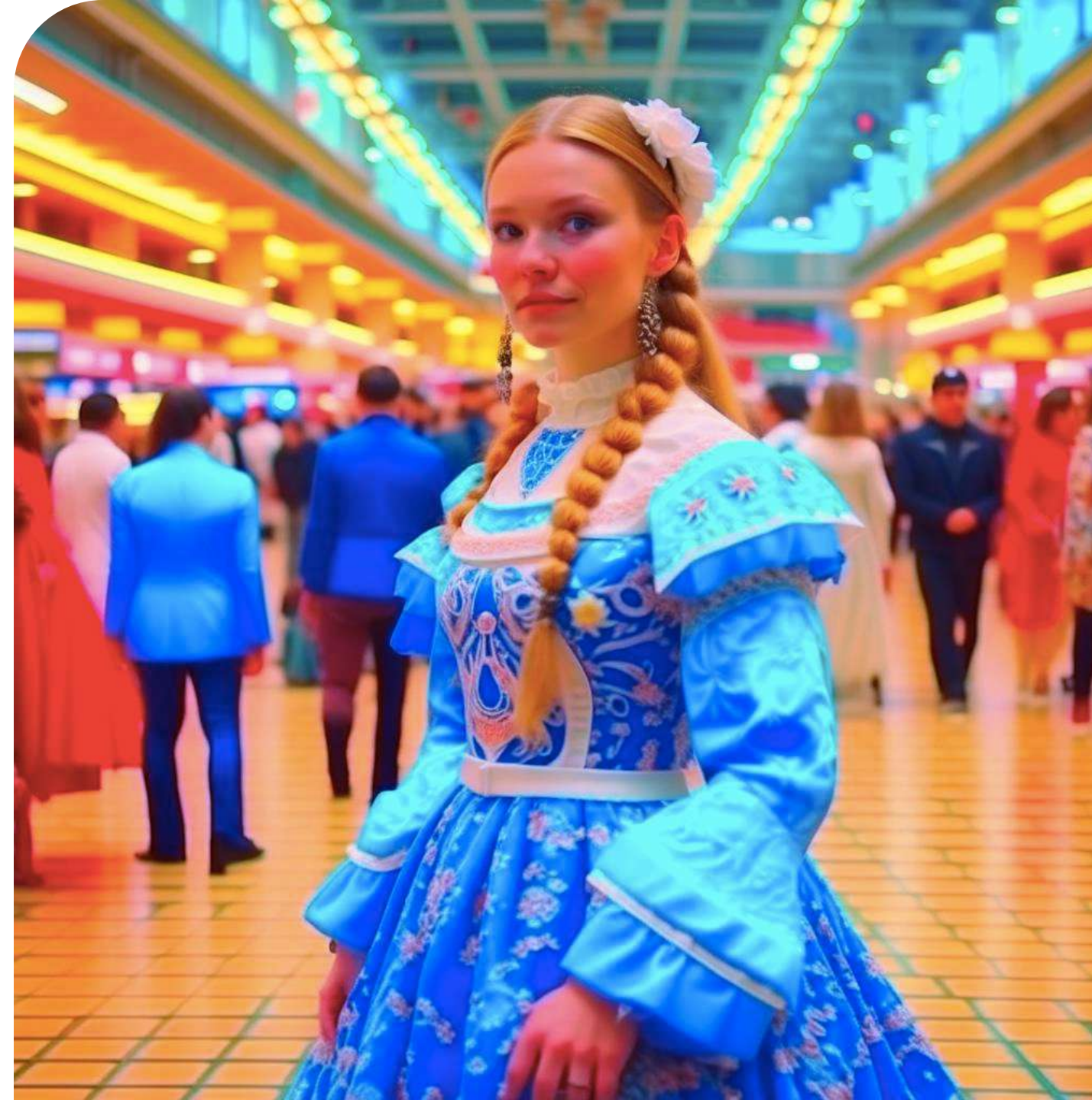


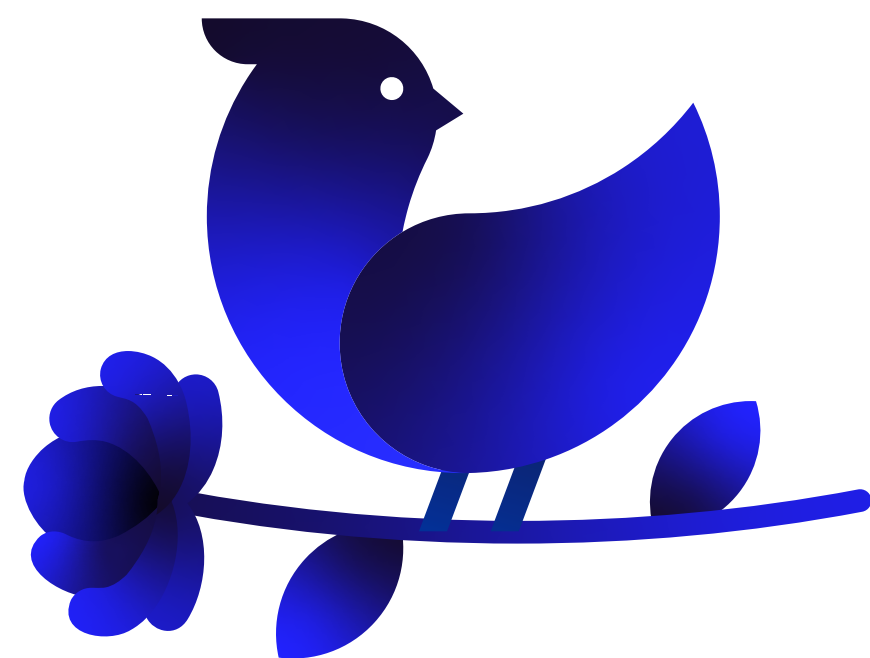
# Нейросеть по созданию гжельских тату

- Говорим в соцсетях, что сделали нейросеть на сайте
- Нейросеть генерирует тату
- Нейросеть показывает, как будет смотреться татуировка на аватарке или загруженной фотографии пользователя
- Делишься в соцсетях — бесплатный проход по всем активностям праздника
- 5 человек, которые согласятся сделать гжельскую тату на празднике — бесплатно посещение кластера на 700 лет вперёд (в честь 700 летия Гжели)

## Коллаборации с модными дизайнерами

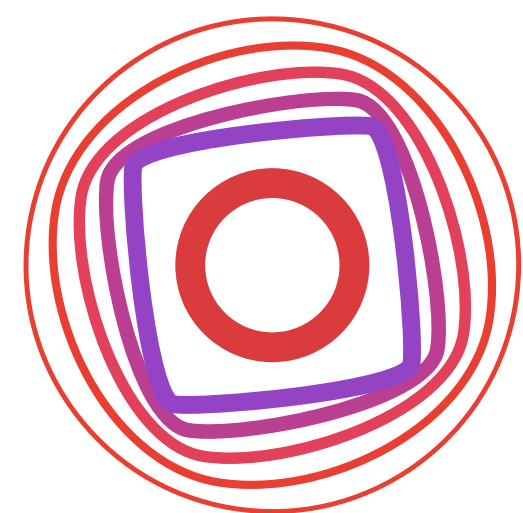
- Запуск лимитированной коллекции «Гжель»
- Реклама в соцсетях «дроп» коллекции на празднике
- Продажа финальных остатков прошлой коллекции





# ГЖЕЛЬ ОТКРЫТЫЙ КОД

туристическо-  
образовательный  
кластер



art  
masters  
2023

НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ОТКРЫТЫЙ  
ЧЕМПИОНАТ  
ТВОРЧЕСКИХ  
КОМПЕТЕНЦИЙ



ГЖЕЛЬ  
открытый код

# Гжель.

Где события каждый день

