



MUSÉE
LAC-BROME
MUSEUM

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

LA SOCIÉTÉ HISTORIQUE DU COMTÉ DE BROME INAUGURE SA NOUVELLE IMAGE DE MARQUE

Knowlton, le 13 septembre 2021 — Attrayant, dynamique, moderne mais avec un clin d’œil à la tradition – voici les mots qui définissent la nouvelle image de marque du Musée Lac-Brome. En créant une identité commerciale pour le célèbre musée et son centre d’archives de Knowlton, la Société historique du comté de Brome innove avec un logo accrocheur, de vibrantes couleurs et un nom facile à retenir : Musée Lac-Brome (LBM), reflétant les objectifs stratégiques et la vision que la SHCB a établis en 2020, pour adopter pleinement l’esprit d’un musée local d’importance nationale.

La nouvelle image de marque du MLB a été inspirée par sa volonté d’élargir la croissance récente de l’institution doublement accréditée par le gouvernement provincial, pour devenir un des premiers musée d’histoire et centre d’archives privées agréé dans les Cantons-de-l’Est.

« La Société historique du comté de Brome continuera de se consacrer à la préservation de l’histoire et des artefacts de l’historique comté de Brome, qui comprenait les cinq cantons d’origine de Brome, soit Bolton, Potton, Sutton et East Farnham », a précisé Peter White, président du conseil d’administration.

Le dévoilement de la nouvelle image a eu lieu lors de la collecte de fonds annuelle « La nuit au musée » tenue à Knowlton le samedi 28 août dernier, présentée par Allan Mass, président du comité d’image de marque.

Nouveau nom commercial, même mission

Alors que l’institution réfléchissait au changement de son image de marque, il était important que cette nouvelle identité visuelle englobe et incarne la vision de l’avenir du MLB, reflétant à la fois l’héritage et le potentiel de croissance de l’institution. Il était nécessaire que la nouvelle marque soit non seulement bilingue, mais aussi qu’elle reflète la mission et permette aux visiteurs de mieux comprendre l’expérience qui les attend.

« C’est une période passionnante pour le Musée Lac-Brome », affirme Rachel Lambie, conservatrice. « J’espère que la nouvelle image de marque aidera à rafraîchir la présentation du musée pour les visiteurs, anciens et nouveaux. »

Bien que la MLB ait une nouvelle image marque, la mission de la SHCB de préserver l’histoire des peuples et des lieux englobant le comté historique de Brome reste la même.

Un mélange de moderne et de traditionnel

En plus du nouveau nom, le MLB a un nouveau logo qui fusionne le moderne et le traditionnel, représentant une version modernisée du logo précédent : un cercle imparfait avec un dessin à main levée de l'ancien palais de justice au centre. Le cercle extérieur représente non seulement le côté dynamique et moderne du MLB, mais sert également de symbole pour les archives, car il rappelle les sceaux de cire sur les documents anciens. Le croquis du palais de justice au milieu constitue un rappel du logo précédent, plus traditionnel. Il réfère également au Musée des enfants, ainsi que les liens avec la communauté et la clientèle familiale que souhaite rejoindre l'institution.

À PROPOS DU MLB

Officiellement constituée le 9 mars 1898, la Société historique du comté de Brome travaille avec diligence pour acquérir, préserver, rechercher, exposer, interpréter et publier des articles d'intérêt historique englobant le territoire du comté historique de Brome. En tant qu'organisme à but non lucratif enregistré, la SHCB possède et exploite un musée et un centre d'archives agréés qui accueillent des visiteurs, des chercheurs, des familles et des groupes.

– 30 –

Personne-ressource pour les médias :
Rachel Lambie
rlambie@shcb.ca

Des entrevues peuvent être organisées avec des représentants de la SHCB, sur demande.