

**winmarkt**  
shopping in center



**Manual de identitate**

# Introducere

## VIZIUNEA WINMARKT

Suntem centrul oraşului.

Suntem cea mai importantă destinație de cumpărături, consolidată de-a lungul timpului.

Vom continua să ne întărim poziția, cu certitudinea că, independent de dezvoltările viitoare ale pieței, locațiile noastre vor continua să reprezinte prima opțiune pentru retaileri și cumpărători.

## MISIUNEA WINMARKT

Misiunea noastră este să oferim cel mai bun produs din piață, având în centrul atenției **interesele stakeholderilor noștri**.

Obiectivele noastre nu sunt doar niște ținte care trebuie atinse, ci un proces continuu prin care urmărim să ne desfășurăm activitatea cu responsabilitate, pentru o afacere sustenabilă.

De aceea, suntem în mod constant concentrați pe așteptările stakeholderilor noștri, și în mod special:

- să satisfacem nevoile **cumpărătorilor** noștri, oferindu-le o diversitate de produse și servicii;
- să oferim cele mai bune condiții pentru **partenerii** noștri **de afaceri**;
- să asigurăm un profit stabil și de lungă durată **acționarilor** noștri;
- să oferim **angajaților** noștri un mediu de lucru profesionist și integru;
- să ne implicăm în viața **comunității locale** și să susținem interesele acesteia;
- să ne desfășurăm activitatea în respect față de **mediul înconjurător**, protejându-l pentru generațiile viitoare.

## VALORILE WINMARKT

Capitalul nostru cel mai de preț, și cheia succesului, sunt **oamenii noștri**.

Pentru că satisfacerea cumpărătorilor noștri depinde de rezultatul eforturilor unite ale echipei noastre, un principiu de bază al companiei este să menținem **angajamentul** la un nivel ridicat, în paralel cu procesul de susținere a **dezvoltării continue a competențelor** angajaților și a **pasiunii de a excela**.

Piața de retail este foarte competitivă, iar noi suntem hotărâți să performăm la nivelul cel mai înalt pentru a ne atinge obiectivele.

Credem cu tărie că **integritatea, onestitatea, respectul și reputația** sunt instrumente vitale pentru o afacere de tip win-win.

# Cuprins

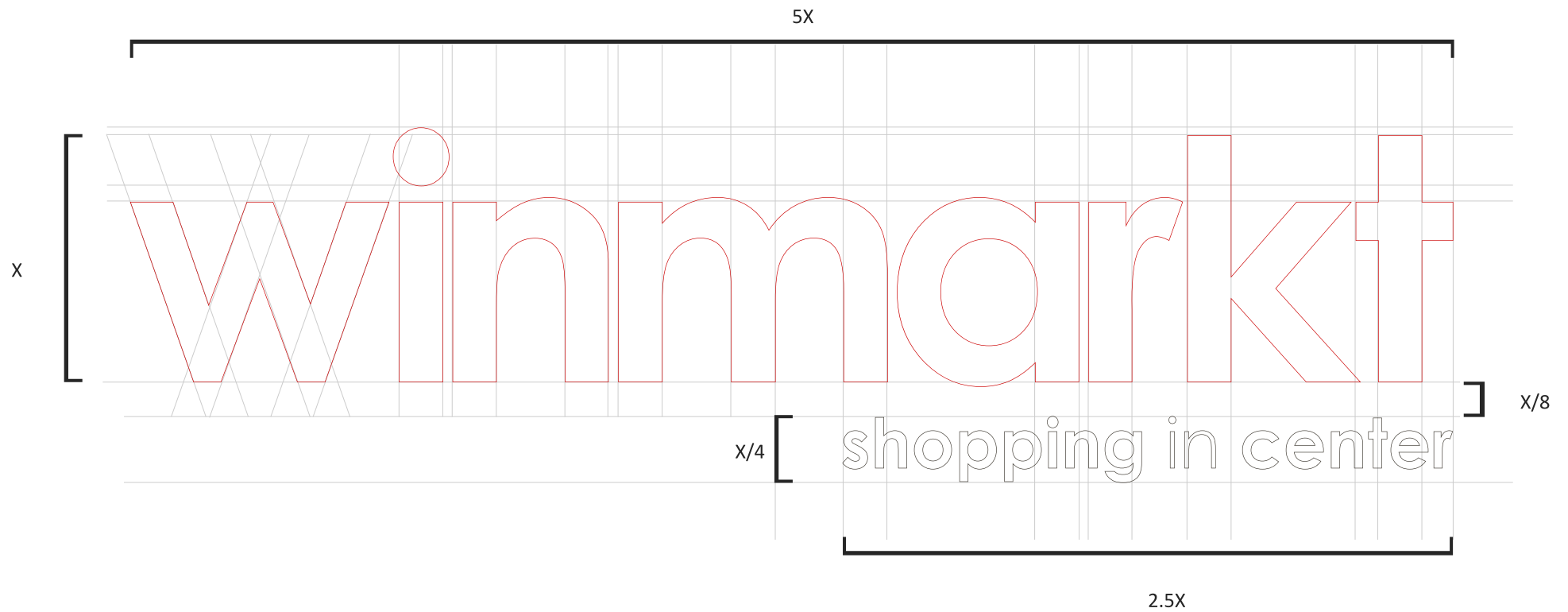
<b>Introducere</b>	1
Viziune, Misiune și Valori	2
<b>Logo</b>	5
Construcție logo	6
Spațiu de siguranță	7
Dimensiune minimă	8
Poziționare	9
Paletă de culori	10
Bandă cromatică	11
Fonturi	12
Utilizări acceptate ale logo-ului	13
Utilizări greșite ale logo-ului	14
<b>Aplicații</b>	15
Cărți de vizită	16
Foaie cu antet	17
Plic DL	18
Plic C4	19
Mapă	20
Agendă	21
Bloc Notes	22
Pixuri	23
Lanyard	24

# Cuprins

Broșură de prezentare	. . . . .	25
Sacoșă	. . . . .	26
Tricou	. . . . .	27
Șapcă	. . . . .	28
Troller	. . . . .	29
Echipament WiniLand	. . . . .	30
Echipament GameLand	. . . . .	31
People stopper	. . . . .	32
Totem	. . . . .	33
Panou de informare	. . . . .	34
Direcționale indoor	. . . . .	35
Personalizare spații vacante	. . . . .	36
Personalizare mașină	. . . . .	37
Direcționale outdoor	. . . . .	38
Personalizare centru comercial	. . . . .	39
<b>Aplicații Online</b>	. . . . .	40
Layout PowerPoint	. . . . .	41
Semnătură electronică	. . . . .	42
Newsletter	. . . . .	43
Facebook	. . . . .	44
Website	. . . . .	45

# Logo

**CAPITOLUL 1**



Logo-ul Winmarkt s-a construit având ca punct de pornire fontul **Century Gothic Bold**. Sloganul utilizează același font, alături de fontul **Century Gothic Regular** pentru cuvântul "in". Atât logo-ul cât și sloganul sunt scrise doar cu lower-case.

În realizarea logo-ului s-a ținut cont de proporționarea acestuia pentru echilibru estetic. Astfel, X denotă înălțimea logo-ului, echivalând cu înălțimea literelor k, t și i - în lower-case.

Toate elementele constituente ale logo-ului relaționează în mod direct cu înălțimea logo-ului, după cum este prezentat în imaginea de mai sus. Aceste raporturi trebuie respectate.

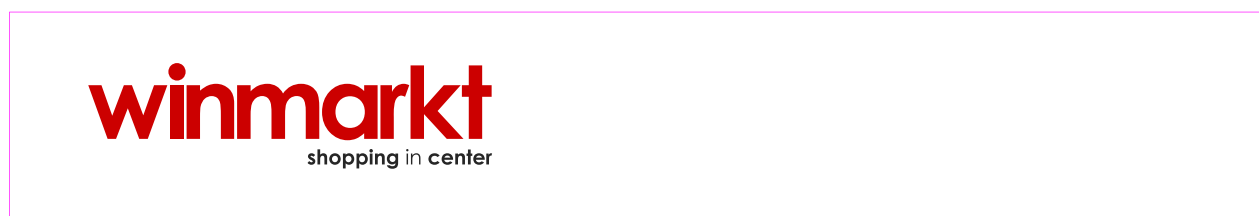
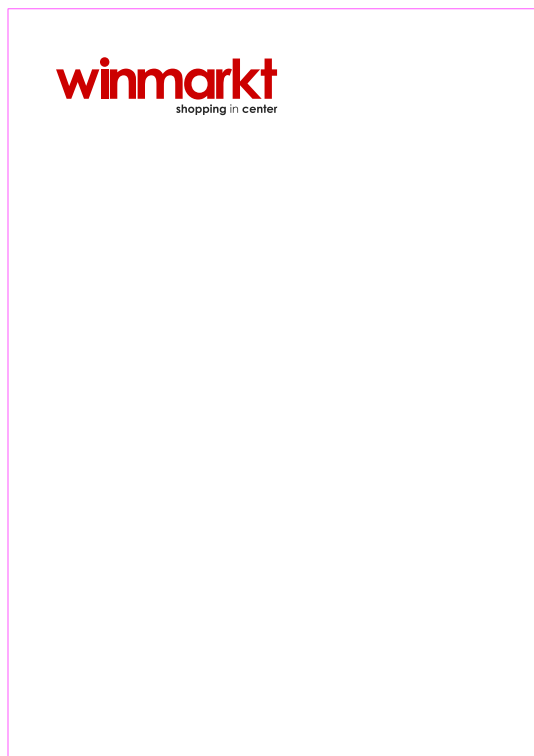


Pentru o cât mai bună vizibilitate a logo-ului pe orice tip de materiale, fie promoționale sau documente in-house, se impune o distanță minimă între logo și celelalte elemente care pot apărea în corelație cu acesta. Această distanță trebuie să fie echivalentă cu înălțimea literei w, din logo.





Pentru considerente de vizibilitate și lizibilitate se impune ca logo-ul Winmarkt, care include logotip și slogan, să aibă dimensiunea minimă de 5 mm indiferent de materialul pe care este utilizat.



Alături de distanța de siguranță este importantă și poziționarea logo-ului. Astfel pe materialele în formă portrait, logo-ul va fi amplasat în partea stânga-sus. Pe materialele de formă pătrată, logo-ul va fi poziționat central, iar pe bannere poziția va fi aliniere la stânga, în toate cazurile respectându-se și spațiul de siguranță.

Logo-ul nu poate avea dimensiunea mai mică decât 10% din suprafața totală a materialelor publicitare outdoor și indoor.

<b>Roșu Winmarkt</b>	<b>C5 M100 Y100 K15</b>
<b>Pantone 485C</b>	<b>C0 M100 Y100 K0</b>
<b>Pantone 144C</b>	<b>C0 M50 Y100 K0</b>
<b>Pantone 136C</b>	<b>C0 M25 Y90 K0</b>
<b>Pantone 109C</b>	<b>C0 M10 Y100 K0</b>
<b>Pantone 106C</b>	<b>C0 M0 Y70 K0</b>
<b>Gri Winmarkt</b>	<b>C0 M0 Y0 K85</b>

Paleta de culori recomandată pentru o utilizare diversificată și creativă se regăsește mai sus, alături de codurile de culoare aferente. Însă logo-ul nu va folosi nicio altă culoare decât roșu Winmarkt sau alb.

Paleta de culori poate fi folosită în diverse combinații pe materialele de prezentare sau promovare creând o atmosferă vie, un sentiment de stare de bine, de fericire, seninătate. Culorile fiind alese datorită modului în care sunt percepute.

**winmarkt**  
shopping in center



Acest element decorativ, ce se constituie într-o succesiune de “w” în paletă de 6 culori, va fi folosit în comunicarea B2C, având utilizări în diverse spații și pe diverse materiale. Construcția benzii cromatice se realizează pornind de la roșul Winmarkt și trecând prin culori calde până la culoare la galben, Pantone 106C.

Font principal

## Century Gothic Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ1234567890

Font adițional pentru redactarea documentelor

## Calibri Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyzABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ1234567890

Font adițional pentru textele online

## Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyzABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ1234567890

Fonturile propuse cuprind o gamă diversificată, fiecare dintre acestea fiind recomandate pentru un anumit tip de utilizare.

Fontul principal Century Gothic Bold este utilizat în logo și este recomandat pentru scrierea headline-urilor sau a elementelor textuale care se doresc accentuate și pentru utilizarea de bază în cadrul materialelor printate. Pentru redactarea documentelor recomandăm fontul Calibri Regular.

Pentru utilizarea în cadrul textelor online, datorită numărului limitat de fonturi acceptate universal, aspectului asemănător cu fontul principal și gradului ridicat de lizibilitate se va folosi fontul Arial ca și font adițional.

a)



b)



c)



Varianta a) fond Roșu Winmarkt – atât logo-ul cât și sloganul au culoarea albă

Varianta b) fond Gri Winmarkt – logo Roșu Winmarkt, slogan culoarea albă

Varianta c) fond negru – logo Roșu Winmarkt cu slogan alb



Varianta a) - utilizare greșită a dimensiunii sloganului în raport cu logo-ul.

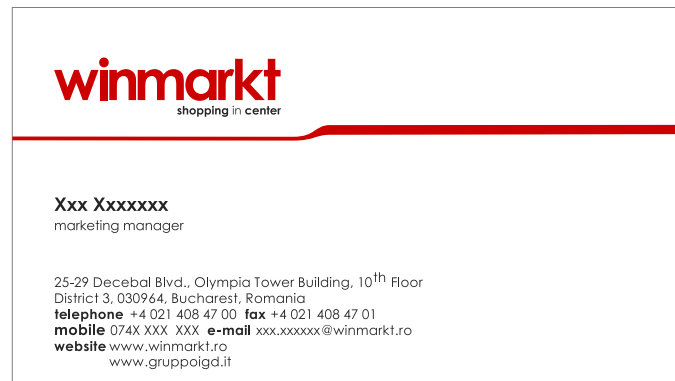
Varianta b), c) - utilizare greșită a logo-ului prin distorsionare orizontală, respectiv verticală

Varianta d), e), f) - nu este acceptată utilizarea altei culori în logotip, decât Pantone Winmarkt roșu.

# Aplicații

## CAPITOLUL 2





Alături de logotipul Winmarkt, cărțile de vizită conțin numele, poziția, adresa locului de muncă, numărul de telefon, fax, adresă de e-mail și adresa website-ului, aliniată la stânga. Logo-ul este separat de datele de contact printr-o linie de culoare roșie precum în logo.

Foaia cu antet conține logo-ul poziționat în partea stângă sus, iar datele de contact: adresă, telefon, e-mail și website se găsesc în partea de jos a paginii sub o linie roșie de demarcație, în ton cu design-ul cărților de vizită.



**winmarkt**  
shopping in center

---

**SC WIN MAGAZIN SRL**  
25-29 Decebal Blvd.,  
Olympia Tower Building, 9<sup>th</sup> Floor  
District 3, 030964, Bucharest, Romania

**Tel.:** +40 21 408 47 00  
**Fax:** +40 21 408 47 01  
office@winmarkt.ro  
www.winmarkt.ro

Commercial Register no: J40/16328/2007  
VAT Reg. no: RO22338275  
IBAN: RO76 WBAN 2511 0000 7850 0053  
INTESA SANPAOLO BANK - AG.4  
Registered capital: 113715.30 lei



Plicurile pot fi personalizate în două moduri. Prima variantă, un plic alb, coerent ca și design cu cărțile de vizită, datele expeditorului fiind sub o linie roșie care se continuă de-a lungul plicului, iar logo-ul se găsește în colțul drept sus.

Cea de-a doua variantă este sub forma unui plic alb cu fereastră. Logo-ul se găsește în partea dreaptă sus, datele expeditorului în partea stângă, aliniat cu fereastra unde se vor găsi datele expeditorului, ca și în exemplul de mai sus.



Plicul C4 este alb, cu datele expeditorului în partea dreaptă jos, sub logo și banda de culoare roșie. Pe cealaltă parte a plicului se găsește o fereastră prin care vor fi vizibile datele destinatarului. Design-ul plicului fiind coerent cu cărțile de vizită și celelalte materiale, abordând o atitudine corporate.



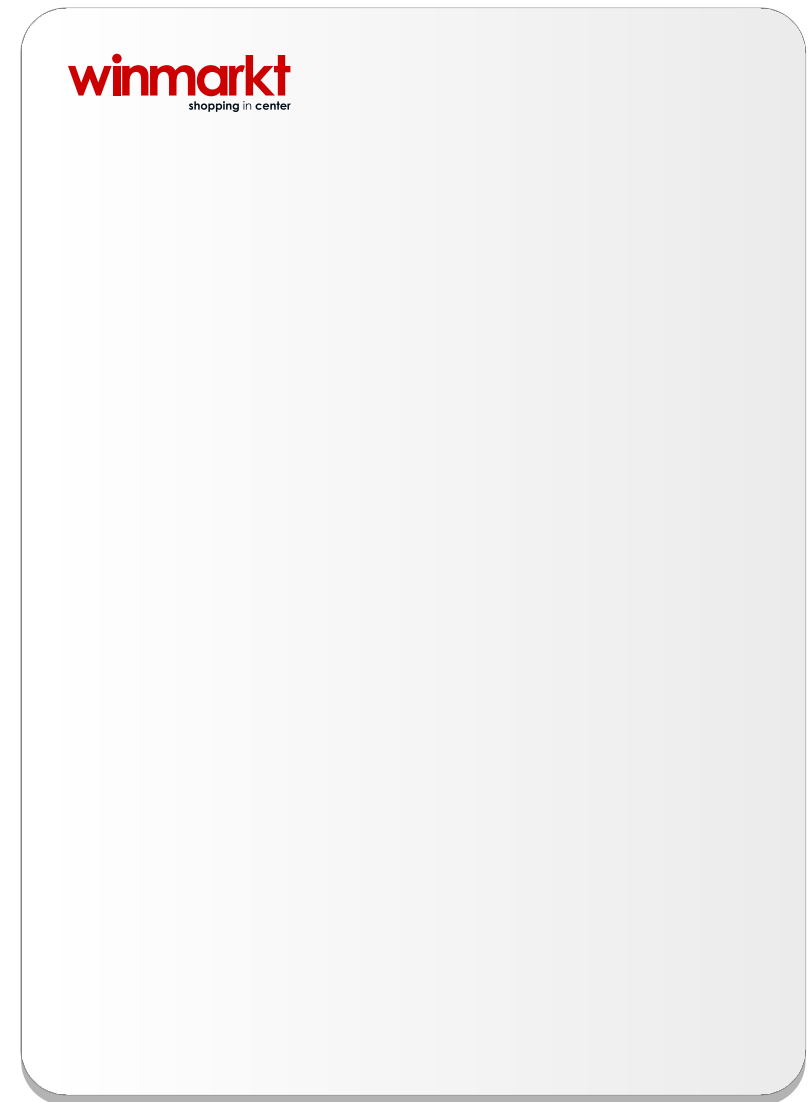
Mapele pentru materialele informative Winmarkt vor avea ca și culoare principală Pantone Winmarkt roșu, cu logo-ul, de culoare albă, poziționat central și aliniat la dreapta, luând în considerare și spațiul de siguranță. Sub logo se regăsește aceeași linie ca și în designul cărților de vizită, păstrând astfel consecvență și coerență între materialele corporate. Logo-ul poate fi laminat lucios sau mat.

Interiorul mapei este de asemenea roșu, iar buzunarul, ca un dosar, este alb. Logo-ul este poziționat pe banda laterală albă a mapei, central, în partea de sus, iar în partea de jos se regăesc datele de contact, tot în poziție centrală.

Agenda are un design simplu, curat. Logo-ul poziționat în partea dreaptă jos, însoțit de este alb și este însoțit de o linie puțin curbă tot de culoare albă care vine în contrast cu culoarea roșie a copertei, culoarea Winmarkt, designul fiind coerent cu celelalte materiale.



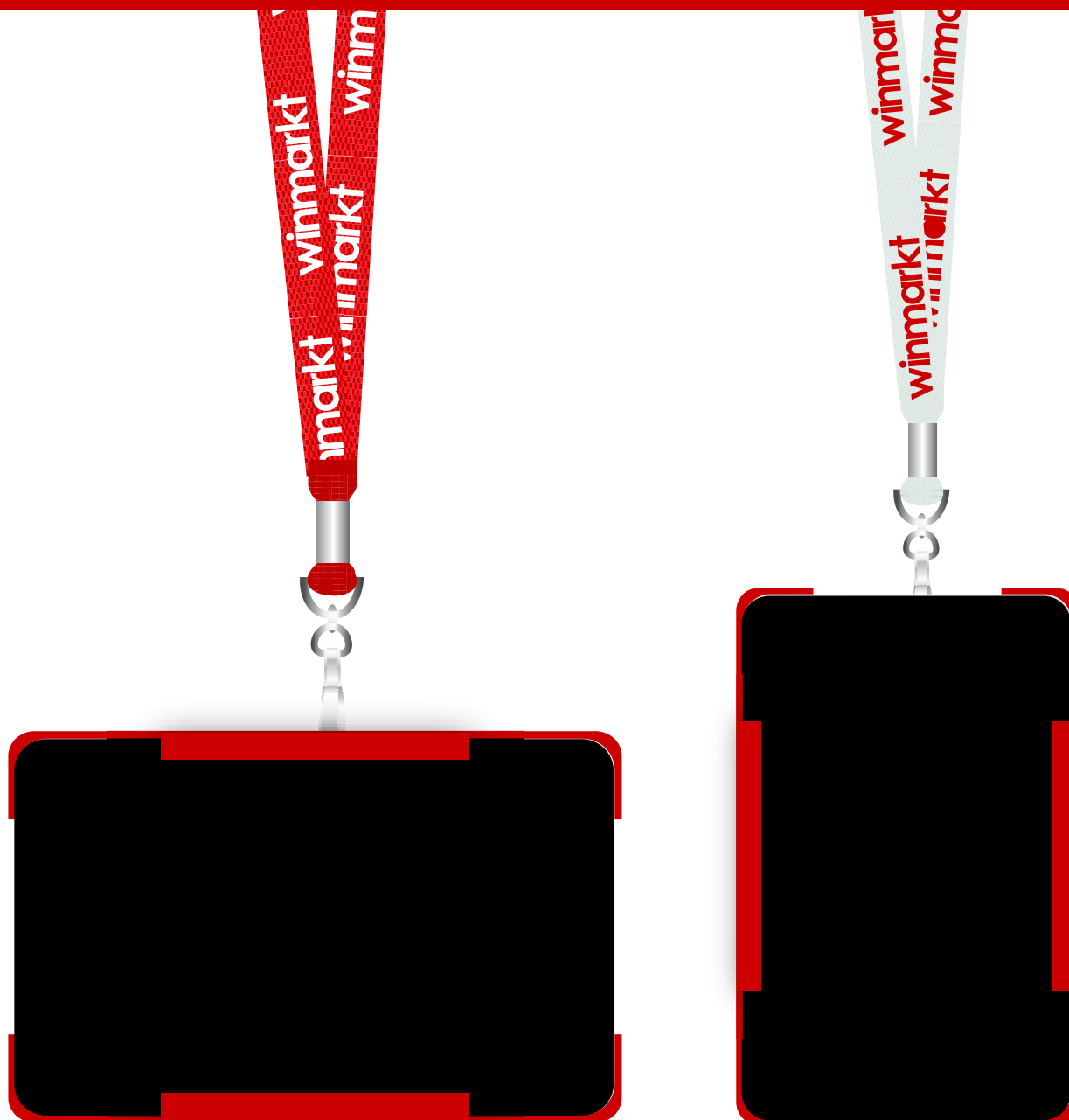
Bloc Notes-ul, are logo-ul Winmarkt poziționat în partea stânga sus, păstrând spațiul de siguranță, coperta fiind albă.





Pixurile recomandate au fie culoarea albă, fie culoarea roșie, sau combinație între cele două, personalizarea făcându-se utilizând logo-ul în contrast cu culoarea - fie pe alb, fie pe culoarea obișnuită.





Pentru acest tip de material există două variante. Prima variantă este formată din logotipul Winmarkt, de culoare albă, în contrast cu lanyard-ul de culoare roșie, construind un tipar repetitiv. Cea de-a doua variantă o reprezintă repetarea logotipului pe banda albă.



Dimensiunea recomandată a broșurii este A5 landscape. Coperta exterioară cuprinzând o imagine reprezentativă pentru rețeaua de mall-uri Winmarkt, sub care se găsește o linie roșie pe care, centrat se găsește textul: “Winmarkt Shopping Center” și orașul în care se găsește. Coperta spate conține datele de contact poziționate în partea stângă, la același nivel cu o serie de imagini specifice shopping-ului.

Personalizarea sacoșei se face utilizând logotipul Winmarkt, de șase ori suprapus folosind pentru fiecare "winmarkt" un pantone dintre culorile benzii cromatice. Deasupra acestor elemente se găsește un suport stilizat. Sloganul se regăsește pe lateralul sacoșei, font de culoare albă pe fundal roșu. Toate aceste elemente vizuale fiind centrate pe suprafața laterală a sacoșei, care este de culoare albă.





Există 3 tipuri de tricouri personalizate Winmarkt. Primul tricou este de culoare roșie, în partea din față, jos regăsim banda de culoare pe un fundal alb, iar în partea stângă, pe piept, logotipul alături de slogan de culoare albă.

Cel de-al doilea tricou este alb, pe piept în partea stângă fiind logo-ul, iar în partea dreaptă jos sacoșa stilizată Winmarkt.

Varianta trei de tricou este roșie, iar pe mânecă se regăsește logo-ul pe culoarea albă.



La fel ca și tricourile, șepcile vin personalizate în trei variante.

Varianta 1 pe alb, cu logo-ul pe latera. Varianta doi, tot pe culoare albă, însă pe lateral în locul logo-ului se regăsește banda cromatică. Varianta trei utilizează pe partea superioară, albă a șepci banda de culoare, iar cozorocul este de culoare roșie.

Acest element, parte din echipamentul Winmarkt, va fi personalizat în partea superioară. În funcție de culoarea troller-ului, Logo-ul Winmarkt poate fi de culoare roșie sau albă.





Echipamentul este format din tricou alb cu logotipul WiniLand pe piept în partea stângă, banda cromatică reprezentativă pentru Winmarkt în partea de jos a tricoului, precum în propunerea de mai sus.



Echipamentul este format din tricou alb cu logotipul GameLand pe piept în partea stângă, banda cromatică reprezentativă pentru Winmarkt în partea de jos a tricoului, precum în propunerea de mai sus.



People Stopper-ele au exact acest rol, de a-l opri pe consumator pentru a-i prezenta un produs sau o ofertă. Alături de spațiul pentru prezentare de dimensiuni 50 X 70 cm, în partea de sus se regăsește un spațiu destinat utilizării de către Winmarkt fie prin folosirea logo-ului în poziție centrală, fie prin folosirea benzii cromatice.



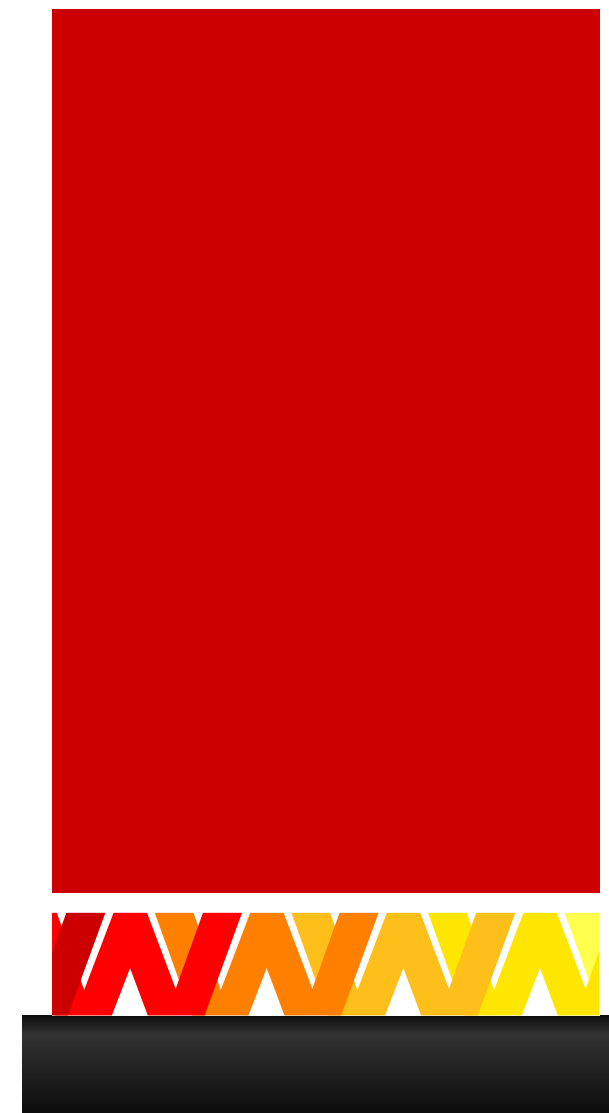


Totemurile pot fi personalizate în trei moduri, în funcție de tipul de identitate dorit și mesajul care se dorește transmis. Astfel varianta 1 este un totem de culoare roșie, cu logo-ul poziționat central în partea de sus, iar în partea de jos banda de culoare. Aceste două elemente ultime încadrând logo-urile brand-urilor partener, care activează în cadrul centrului comercial.

Cel de-al doilea totem utilizează banda de culoare atât în partea de jos cât și în partea de sus, încadrând logo-ul Winmarkt și logo-urile brand-urilor partener.

Totemul al treilea este format din plasa Winmarkt în partea superioară, iar sub acesta se regăsesc logo-urile brand-urilor partener.

Panoul informativ este un totem de culoare roșie, culoarea Winmarkt. În partea din față logo-ul se regăsește centrat în partea de sus. Sub acesta sunt încadrate pe două coloane informațiile cu privire la poziția magazinelor sau la etajul la care se regăsește totemul. Partea din spate are aceeași culoare, iar în partea de jos, ca element decorativ se găsește banda cromatică pe fundal alb.





Aceste elemente au rolul de a facilita orientarea în cadrul centrului comercial, indicând direcția punctelor generale de interes, atât prin utilizarea cuvintelor, cât și prin utilizarea unor simboluri relevante, ușor de recunoscut. Textele și simbolurile sunt de culoare albă pe fundal roșu, iar săgețile care indică direcția sunt de culoare roșie, într-un pătrat alb aliniat la dreapta.



Pentru evidențierea spațiilor libere care pot fi închiriate în incinta centrelor comerciale Winmarkt se va folosi tiparul de w-uri, de-a lungul întregului stand liber, alături de logo-ul Winmarkt, poziționat sub acesta. Pentru standurile deja închiriate și în proces de amenajare se va folosi același tipar plus logo-ul magazinului ce se va deschide, poziționat central peste elementul decorativ.



Prima variantă propusă pentru personalizarea mașinilor utilizează design-ul corporate propus pentru materialele de identitate, așezat în partea de jos, pe lateral. Logotipul având aceeași poziție centrală, în jumătatea superioară a portierelor din față.

Cea de-a doua variantă de personalizare a vehiculele Winmarkt presupune utilizarea benzii cromatice în partea de jos, între roți, iar logotipul va fi poziționat central, în jumătatea superioară a portierelor din față, respectând distanța de siguranță.



Aceste elemente sunt construite cu rol pur informativ. Ele indică direcția spre Winmarkt și sunt constituite din logo-ul Winmarkt, săgeata direcțională, iar deasupra brand-urile cele mai cunoscute și atractive care se găsesc în Winmarkt-ul local. Partea verso, este formată logo-ul Winmarkt, alături de slogan, de culoare albă pe fundal roșu, încadrat de două benzi formate dintr-o succesiune de w-uri în culori pe fundal alb.



Exteriorul clădirii trebuie să fie reprezentativ, logo-ul să fie ușor vizibil, poziționat central, deasupra intrării, în punctul de vizibilitate maximă. Designul, coerent cu întreaga identitate, fiind format din logo, o bandă roșie, pe care poziționat în contrast, sub logo, sloganul "shopping in center". Logo-ul poate fi poziționat și în alte zone ale fațadei, în funcție de cea mai bună vizibilitate.



# Aplicații online

## CAPITOLUL 3



Layout-ul pentru powerpoint are la bază designul utilizat pentru pachetul de identitate (cărți de vizită, foaie cu antet, etc.), făcând uz de acesta pentru a crea un tipar care generează contrast și oferă spațiu suficient pentru adăugarea informațiilor.

Pagina de titlu, va conține logo-ul centrat în jumătatea inferioară , iar în partea centrală spațiu pentru inserarea titlului prezentării și a altor informații.

**Nume Prenume**

Departament



25-29 Decebal Blvd.

Olympia Tower Building, 9<sup>th</sup> Floor

District 3, 030964 Bucharest, Romania

Telephone 0244 520 417

Fax 0244 541 918

Mobile 0740 000 000

E-mail mail@winmarkt.ro

[www.winmarkt.ro](http://www.winmarkt.ro)

[www.gruppoigd.it](http://www.gruppoigd.it)

Semnătura electronică va conține numele reprezentantului, departamentul, logo-ul Winmarkt, sub care se găsesc datele de contact ale companiei, adresa website-ului Winmarkt și a grupului din care face parte Winmarkt. Toate aceste elemente sunt așezate într-o coloană, aliniată la stânga, ca în exemplul de mai sus.

Newsletter-ul are patru elemente importante.

1. Logo-ul poziționat în partea dreaptă sus, păstrând distanța de siguranță.
2. Imaginea care are lățimea newsletter-ului și trebuie să fie atractivă, relevantă, mesajului/ofertei care va fi suprapusă.
3. Conținutul textual efectiv al newsletter-ului care poate fi împărțit pe una sau trei coloane, în funcție de volumul de informație.
4. Banda cromatică care va încheia conținutul newsletter-ului.

**winmarkt**  
shopping in center

MEET FOR DINNER  
SEE A MOVIE  
HEAD FOR COCKTAILS  
MAKE A DATE

Vestfield

>Lorem ipsum dolor sit amet

aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claricus, qui sequitur mutationem consuetudium lectorum.

>Lorem ipsum

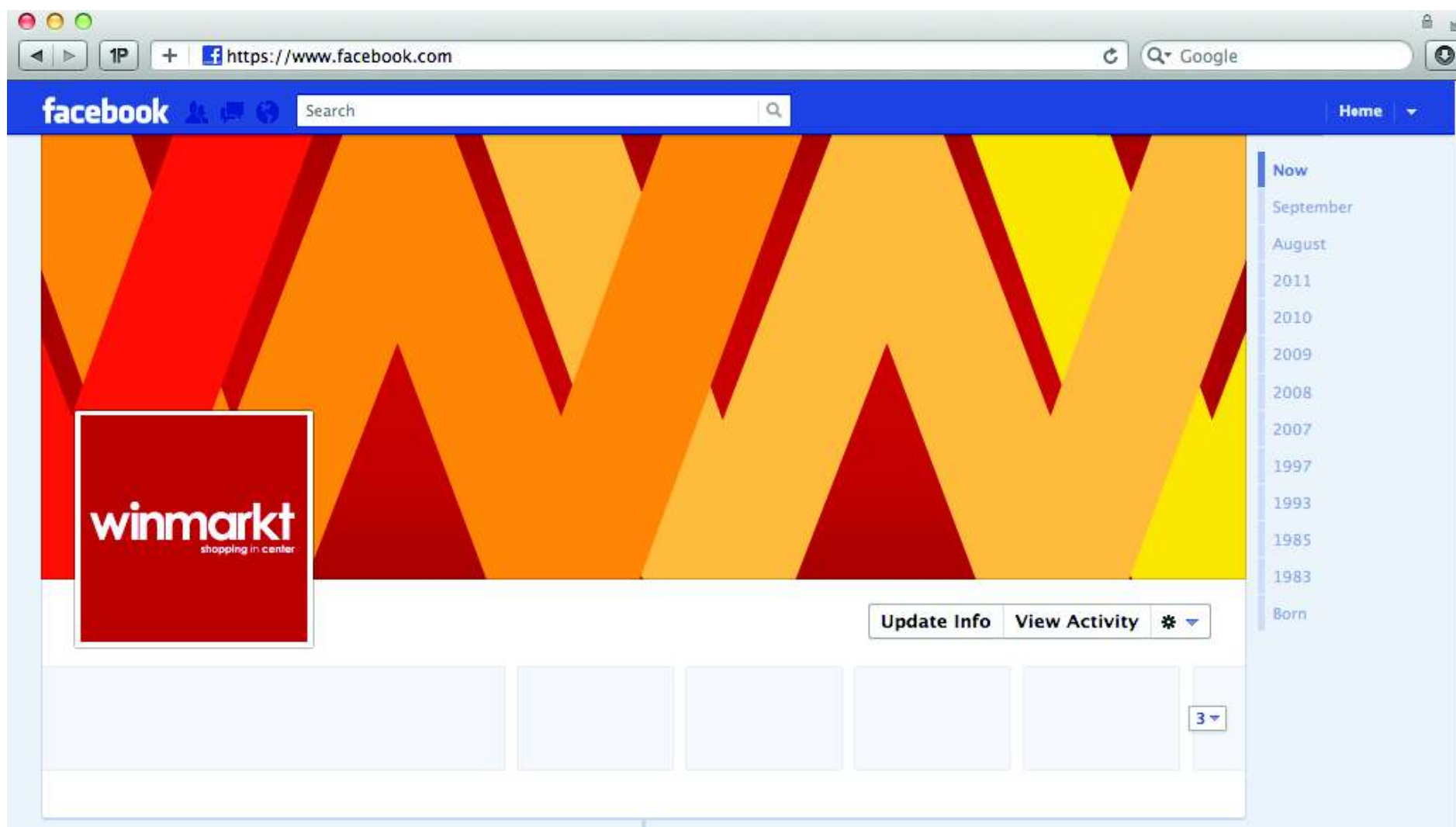
aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at sitam

>Lorem ipsum

aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at sitam;

>Lorem ipsum

aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at sitam;



Designul acestei pagini se dorește a fi reprezentativ, plin de viață și culoare, plăcut, ușor de reținut, pentru ca interacțiunea socială să fie una cât mai intensă și memorabilă. Astfel, imaginea de "cover" a paginii de facebook va fi formată din banda cromatică pe un fundal roșu, pantone 484C, iar avatarul va reprezenta logotipul Winmarkt alături de slogan, pe același fundal.

Aceste elemente pot varia și este recomandat ca imaginea să fie reîmprospătată periodic și în moduri cât mai creative.



Pagina de web trebuie să fie astfel construită încât să faciliteze accesul la informație, designul să fie atrăgător, iar meniul și interfața să fie user-friendly.

De aceea, prima pagină va conține informații esențiale și de interes general pentru diferite tipuri de utilizatori.

Poziționarea logo-ului se face în partea stângă sus. Sub acesta se regăsește meniul cu orașele în care există un centru comercial Winmarkt - pentru accesibilitate cât mai rapidă.

În partea centrală, apar trei butoane care direcționează utilizatorul spre tipul de informații care îl interesează: corporate, B2B sau customer.

Partea de jos este ocupată de informații cu privire la evenimente, date de contact și abonare la newsletter. Cuvântul cheie este accesibilitate, alături de un design atrăgător și funcțional care să ofere o experiență plăcută utilizatorului.



**winmarkt**  
shopping in center