



# Новый логотип сети супермаркетов Poli Supermercati

Дедлайн: 06.09.2010 23:59 GMT

Бренд: Supermercati Poli  
Отрасль: Розничная Торговля  
Страна: Italy

Категория: Дизайн : Логотип  
Опубликован: 17.06.10 10:05 GMT  
Бюджет: \$7 900  
Статус: Закрыт

Языки Решении: Английский, Арабский, Иврит, Индонезийский, Испанский, Итальянский, Китайский, Немецкий, Нидерландский, Португальский, Русский, Французский, Хинди, Японский

## 1 Step Бренд Билдер

[ кто написал BootB Бриф для BootB Креаторов ]

Gruppo Poli - это компания с семейным управлением, история которой начинается в 1938 г., когда Беньямино и Джузеппе Поли открыли первую небольшую лавку с фруктами и овощами. Сегодня компания успешно работает в сфере организованного сбыта.

Компания всегда была нацелена на развитие и улучшение и намерена продолжить успешную работу на рынке на протяжении долгих лет, завоевывая и поддерживая одобрение и доверие среди покупателей. *(более подробно см. файл в приложении «Основные этапы развития компании Gruppo Poli»)*

Стратегия компании нацелена на развитие на местном уровне, не оставляя без внимания эволюцию национальной и международной системы розничной торговли, оставаясь конкурентоспособным и инновационным игроком на рынке.

Наши вывески:

1) POLI – Канал сбыта продовольственных товаров. Представлен в 3 форматах:

- Супермаркеты Poli: 48 торговых точек общей площадью до 2 000 м2, расположенных по всей территории региона Альто-Адидже
- Iper Poli: «гипермаркет» общей площадью, превышающей 2 000 м2, расположенный в Больцано
- Mini Poli: компания работает над развитием нового формата: открытия мини-маркетов Mini Poli (временное название): расположенных в непосредственной близости, так сказать, «рядом с домом» покупателя и способных удовлетворить его ежедневные требования. *(см. файлы «Логотип Supermercati Poli – Логотип IperPoli»)*

2) УНИВЕРСАЛЬНЫЕ МАГАЗИНЫ REGINA – Канал сбыта непродовольственных товаров

- 13 УНИВЕРМАГОВ, расположенных в Трентино Альто-Адидже и Венето (Верона и Кассола). Категории товаров: мужская, женская и детская одежда и нижнее белье, товары для дома, парфюмерия, канцелярские товары, игрушки, товары для досуга. *(см. файл «Логотип универмагу Regina»)*

Лозунг канала сбыта продовольственных товаров (Poli) в плане имиджа и обратной связи был основан на 4 принципах: качество, выгодность, инновация и доступность на местном уровне.

Наша компания отличается тесной связью с территорией, на которой расположена, и более чем 50-летними традициями с одновременным стремлением к внедрению передовых решений в плане продукции и услуг, предложенных нашим клиентам. Стремление, которое можно описать следующими словами: «Инновация и традиции – две стороны одной и той же медали».

## 2 Step Цель Проекта

[ что хочет получить Бренд Билдер ]

Ищем новый ЛОГОТИП для канала сбыта продовольственной продукции (Poli)

Логотип должен быть представлен в 3 разных форматах, в зависимости от «суффикса» торговой точки:

1 – SUPERMERCATI Poli

2 – IPER Poli

3 – MINI Poli. Название MINI не окончательное. Необходимо предложить варианты замены суффикса MINI.

Графическое название «Poli» должно быть неизменным во всех трех форматах; суффиксы «SUPERMERCATI», «IPER» И «MINI» должны отличаться друг от друга (например по цвету или шрифту) и стать отличительным элементом формата.

Новый логотип должен:

- учитывать традиции и историю компании Poli в качестве ценного наследия и основополагающего элемента имиджа, обращенного к покупателю. Поэтому очень важно, чтобы изменения были осуществлены в так называемом «не вызывающем беспокойства» контексте. Мы ожидаем не революцию, а скорее эволюцию, как продолжение того, чем была компания Poli и чем она является теперь (*более подробно см. издержку из исследований рынка текущего логотипа*);
- быть логически связанным с основной линией скоординированного проекта по созданию имиджа и продвижению, разработанного для всех магазинов таким образом, чтобы не создавать разногласий с внешней вывеской и внутренним содержанием (*более подробно см. файл «Проект ИСС для торговых точек»*);
- создать «пересекающую» вывеску в 3 форматах (супермаркеты, гипермаркеты и мини-Poli), одновременно обладающую отличительными для каждого формата характеристиками;
- недвусмысленно подразумевать «суффикс» Supermercato (или Super), Iper и Mini;
- легко устанавливаться и использоваться как в качестве вывески, так и в качестве «подписи» на материалах информационного характера: листовках, каталогах, материалах рекламного характера различного рода (*более подробно см. файл «Примеры материалов информационного характера»*);
- учитывать архитектурные аспекты во время размещения на фасадах торговых точек, отличающихся между собой (*более подробно см. файл «Наглядные фотографии фасадов»*);
- сочетаться с маркой REGINA, как в плане вывески, так и в плане материалов информационного характера (*более подробно см. файл «Наглядные фотографии и примеры материалов информационного характера»*);

!!!Update as of August 5!!!

Здравствуйтесь,

ниже представлены некоторые соображения в результате оценки предложений для нашего брифа. Очень просим всех Креаторов, как уже отобранных нам, так и желающих внести новые предложения, отнестись к ним с максимальным вниманием.

### **ЭВОЛЮЦИЯ ИЛИ РЕВОЛЮЦИЯ?**

Мы рассмотрели все предложения и поняли, что кроме частичного пересмотра логотипа, нацеленного на обновление дизайна, мы охотно приняли во внимание предложения, которые отошли от видения старого логотипа, одновременно сохранив с ним тесную взаимосвязь.

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТОВЫХ РЕШЕНИЙ**

Нам бы хотелось увидеть использование большего количества цветов для разных форматов, например для приставок:

- POLI красный
- SUPER синий / голубой
- IPER оранжевый
- MINI зеленый

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ "ПРИСТАВОК" IPER – SUPER И MINI**

Нам бы хотелось, чтобы использованная приставка гармонизировала с логотипом и содержала определение размеров формата (магазина). Можно использовать прописные и строчные буквы, в зависимости от приставки.

## **ИЗМЕНЕНИЯ ФОРМ ВЫВЕСОК И МАТЕРИАЛОВ ИНФОРМАЦИОННОГО ХАРАКТЕРА**

### **Вывески**

Минимум одно из предложений для SUPER и IPER должно предусматривать создание объемной вывески. Если предусматривается использование венчика/рамки, он должен быть простой и довольно правильной формы, поскольку фиксация вывески сложной формы на фасадах разных зданий требует дополнительных усилий и затрат. Все предложения в плане вывесок, как объемных, так и в рамке, должны быть представлены в виде фотографий. Минимум одна иллюстрация Super Poli должна быть представлена вместе с логотипом Regina.

### **Материалы информационного характера**

Нам хотелось бы получить образцы всех 3 форматов (Iper – Super – Mini): рекламный проспект дисконтная карта: где логотип Poli (без приставок) сочетается с логотипом Regina, как на главной странице сайта.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕРТУШКИ**

Вертушка может быть заменена похожим символом, достаточно того, чтобы он напоминал ее.  
!!!The end of update!!!

### **3 Step Целевая Аудитория**

[ на кого Вы должны повлиять ? ]

Клиенты Poli, даже если и входят в контекст расширенного предложения, типичного для сети сбыта продовольственных товаров, отличаются особыми характеристиками. Они более молодые по сравнению с покупателями наших основных конкурентов, заняты работой и их семейная обстановка является более открытой и современной – роль ответственного за покупки возлагается в равной мере на более чем одного члена семьи.

### **4 Step Предложение**

[ что должна получить / понять / сделать целевая аудитория ? ]

Мы хотим, чтобы наши клиенты признали новую марку и оценили обновления, одновременно продолжающие традиции нашего настоящего имиджа.

### **5 Step Поддержка**

[ почему целевая аудитория должна поверить в предложение Бренда ? ]

Клиенты признают сильные стороны Poli в плане ассортимента, качества свежих продуктов, эффективности управления и передовыми решениями в плане обслуживания.

Мы предлагаем качественные товары и услуги по выгодным ценам посредством торговых точек средне-большого размера, эффективно развивая сеть сбыта и стремясь к полному удовлетворению требований покупателя.

### **6 Step Характер**

[ какие черты определяют индивидуальность Бренда ? ]

- Качество
- Выгодность;
- Традиции;
- Инновации.

### **7 Step Медиа-План / Размещение**

[ где появится данная работа ? ]

- Вывески;
- Материалы информационного характера (Баланс, вложения в социальную сферу, различные средства коммуникации);
- Материалы рекламного характера (Листовки, каталоги, реклама в печати, рекламные ролики, Интернет-сайт ...);
- Товары общего потребления персоналом компании и в торговых точках (сумка, форма персонала, пакеты и емкости, фирменные бланки, визитные карточки ...).

## 8 Step **Дополнительные Инструкции**

[ дополнительная информация, предоставляемая Брендом ]

Желательно использовать базовый цвет скоординированного проекта по созданию имиджа и продвижению: красный Poli, пантон 1807C.

Желательно наличие графического символа «вертушки», которая является отличительным элементом настоящего логотипа и всего проекта по созданию имиджа и продвижению магазина. Нет ограничений в плане выбора цвета «вертушки» (настоящий цвет - голубой) и ее графическому расположению (настоящее расположение – в качестве точки над «i»).

*См. файл «Вертушка Poli».*

Для презентации принимаются файлы в формате JPG и PDF.

Победитель обязан предоставить исполнительный формат.

!!! Update as of June 18!!!

- Логотип Supermercati Poli, Iper Poli, Mini Poli: цветная версия и чб
- Отображение логотипа на витринах магазинов
- Отображение логотипа на информационных материалы: листовки Poli Supermercati e IperPoli