

## Manuale di utilizzo dei materiali di comunicazione

Il presente materiale di comunicazione è stato realizzato da Confindustria ad utilizzo e della Confederazione e, eventualmente, delle Associazioni territoriali sui propri canali di comunicazione. Comprende un digital kit, una brochure marketing-oriented, due flyer e tre video.

### Che cosa comprende il digital kit e come personalizzare i post e i banner

Il digital kit contiene quattro diverse tipologie di post destinati ai canali social, nei rispettivi formati Facebook, Twitter e Instagram, e altrettanti banner web caricabili direttamente sul sito web dell'Associazione. È possibile personalizzare i post social e i banner posizionando il logo dell'Associazione nello spazio predisposto. Questa operazione può essere compiuta sia dal file jpg, sia dal pdf editabile.

Per ottimizzare al massimo la resa dei visual, il logo da utilizzare in sostituzione a quello attualmente presente di Confindustria dovrà rispettare le seguenti specifiche tecniche:

- **Instagram**  
Dimensione massima di 136px in altezza, nella versione bianca o a colori in base al visual, e con fondo trasparente.
- **Twitter**  
Dimensione massima di 70px in altezza, nella versione bianca o a colori in base al visual, e con fondo trasparente.
- **Facebook**  
Dimensione massima di 100px di altezza, nella versione bianca o a colori in base al visual, e con fondo trasparente.
- **Banner web**
  - o Banner 300x250: dimensione massima di 52px in altezza, nella versione bianca o a colori in base al visual, e con fondo trasparente;
  - o Banner 300x600: dimensione massima di 60px in altezza, nella versione bianca o a colori in base al visual, e con fondo trasparente;
  - o Banner 728x90: dimensione massima di 45px in altezza, nella versione bianca o a colori in base al visual, e con fondo trasparente.

In un'ottica di continuità e coerenza con l'immagine corporate della Confederazione, si raccomanda, inoltre, di posizionare il logo sostitutivo in corrispondenza dello spazio predisposto. Si consiglia, inoltre, di non apporre altri immagini o elementi diversi da quelli attualmente presenti al fine di preservare la continuità e la coerenza dell'immagine della Confederazione.

I visual e la copy strategy presenti nei prodotti multimediali condivisi riflettono la brand identity e la corporate image di Confindustria. I testi elaborati rispettano, negli ingombri, le specifiche tecniche raccomandate per il web e per i canali social e sono essi stessi parte integrante dei materiali di comunicazione attualmente in uso dalla Confederazione. Si raccomanda, quindi, di non modificare la disposizione degli elementi grafici e testuali, né il copy stesso di questi ultimi, all'interno dei prodotti al fine di preservarne l'ottimizzazione per i diversi canali (Facebook raccomanda di non superare il 20% di testo nelle immagini al fine di ottimizzarne al massimo le prestazioni).

### **Brochure marketing-oriented e flyer**

La brochure marketing-oriented e il flyer sono parte integrante dell'attuale campagna di comunicazione di Confindustria. Entrambi sono personalizzabili apponendo il logo dell'Associazione territoriale sul retro, nello spazio predisposto. È possibile, inoltre, aggiungere indirizzo, recapito telefonico e sito web della stessa.

In alternativa al flyer già realizzato e in uso da Confindustria, si può scegliere di utilizzare il flyer interamente personalizzabile, in cui aggiungere testi e immagini a piacimento, nel rispetto delle linee guida fornite insieme al presente manuale.

### **Video 60" – 30" – 15"**

A completamento dei materiali di comunicazione, trovate un video della durata di 60" che racconta le fondamenta della Confederazione e i valori che dovrebbero portare ad associarsi. Lo stesso video è disponibile in tagli da 30" e da 15" e tutti sono personalizzabili nel codino finale. Si raccomanda di rivolgersi ad agenzie di comunicazione specializzate per l'incisione del codino ai fini di non compromettere la qualità complessiva del prodotto.