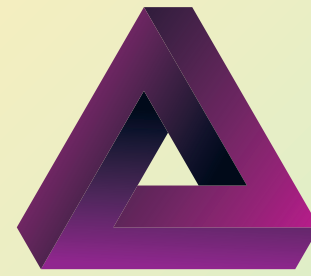
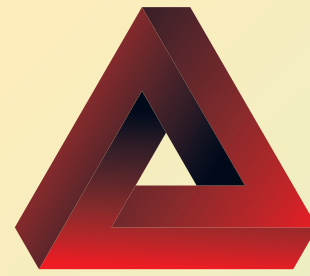
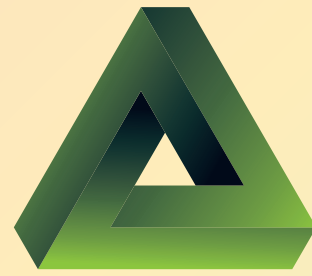


MARCHIO PRINCIPALE



EVENTUALI MARCHI DI ASSOCIAZIONI O ENTI PARTNER

La **posizione** (in alto o in basso, centrata o allineata), la **dimensione** e le **proporzioni** dei **marchi** può variare in base al progetto della locandina. L'importante è che siano **presenti tutti i loghi** (o il singolo logo) di chi organizza (o di chi è il responsabile), chi collabora, chi patrocina, chi finanzia, etc. La disposizione di tutti questi elementi dovrà rispettare le varie aree concettuali, in altre parole, **dovrà essere sempre chiaro chi organizza**, chi finanzia, chi patrocina, etc. (ognuno sistemato al suo posto). I marchi dovranno essere quelli **corretti** (l'ultima versione, non deformati, con i giusti colori, etc.), della **migliore qualità possibile** (meglio se in *vettoriale*) e dovremo **sempre avere l'autorizzazione** ad usarli (da parte di chi dietene la proprietà degli stessi).

LOCANDINA A3

EVENTUALE SOTTOTITOLO ESPLICATIVO

Eventuale testo, eventuale testo

La **posizione** di **titolo**, **sottotitolo** e **testo** (ma anche la stessa **presenza** o meno per quel che riguarda il testo e il sottotitolo) può variare da progetto a progetto. L'importante è la **chiarezza** e la **sintesi** (mai usare testi lunghi e/o ridondanti in una locandina). I **font** (caratteri tipografici) e i **colori** usati per titoli e testi dovranno sempre essere **coerenti con l'identità visiva** di chi organizza (uno o più soggetti) e/o con l'identità visiva del progetto/manifestazione/corso/iniziativa che si promuove. In ogni caso **mai usare troppi font o colori** (max 2/3). Per quanto possa sembrare strano, una locandina e ancor di più un manifesto, deve avere **meno testo** di un volantino, che seppur più piccolo, viene letto da vicino e soprattutto con maggior tempo a disposizione.

Parte iconografica

Si può usare uno **sfondo** e una o più **immagini** (senza esagerare, eh) in primo piano. **La parte iconografica è forse la più importante** in una locandina perché è quella che colpisce maggiormente l'attenzione di chi vede, a volte però un uso creativo dei caratteri tipografici (usati con funzione estetica) può sopperire all'assenza di immagini.

Sfondo e immagini possono essere **vettoriali** o no ma in ogni caso di **ottima qualità**.

Si possono usare **illustrazioni** e **fotografie di cui si detengono i diritti** o **senza diritti** (free) o una **licenza creative commons** (rispettando le clausole previste, come ad esempio quella dell'attribuzione) oppure usare **immagini a pagamento**. **Mai prelevare immagini da internet** senza prima verificare che siano senza copyright (o con licenza cc).

Le immagini non vettoriali dovranno sempre essere **formattate in CMYK** (così come l'intero documento) **se si desidera andare in stampa in tipografia**.

Contatti e info utili

Sempre (**sempre!**) inserire i **contatti**. La locandina rappresenta solo una prima forma di informazione che deve poter essere approfondita, per cui bisogna lasciare **numero/i di telefono**, **mail**, **sito internet**, **recapiti social**, **recapiti fisici** (con eventuali orari di accesso), etc. Meglio ancora se si inseriscono tutti (o comunque il più possibile) di questi elementi. Dal punto di vista visivo non dovranno occupare una parte preponderante perché sono delle informazioni che verranno lette da chi è già interessato alla vostra locandina e ricercherà qualche elemento in più.

Nel caso si promuova un evento, bisogna **sempre** indicare in modo **chiaro** (e **ben visibile**) **giorno/i e orario/i** di svolgimento dello stesso, precisando anche il **luogo** (fisico o virtuale) e le eventuali **modalità di accesso**.

N.B.: prima di utilizzare il marchio CSV Lazio (ad esempio in caso di collaborazione o sostegno), **chiederci sempre, preventivamente l'autorizzazione** in modo da ottenere la giusta versione del logo e da concordare la corretta posizione all'interno del vostro materiale grafico.



www.volontariato.lazio.it

linea di taglio

nel caso di stampa tipografica, prevedere un margine esterno (il cosiddetto smargino) di almeno 0,3 cm per lato, con lo sfondo che deve eccedere questo limite

lasciare sempre un margine interno di almeno 1 cm per lato per inserire marchi e testi

nel caso di stampa tipografica (se richiesto dalla tipografia), inserire i cosiddetti crocini di ritaglio o rifili