



FONDAZIONE
DI **MODENA**

Linee guida per la comunicazione ad uso dei beneficiari

Iniziative sostenute da Fondazione di Modena

Introduzione

Di seguito alcune indicazioni, destinate ai beneficiari che intendano comunicare o diffondere le loro iniziative, realizzate con il sostegno di Fondazione di Modena, attraverso canali tradizionali, social e web, in riferimento a:



Si ricorda che l'indicazione di una preventiva condivisione di attività e materiali di comunicazione relativi al progetto è richiamata anche nella convenzione che regola i rapporti per l'erogazione del contributo tra Fondazione di Modena e i suoi beneficiari.

01.

Comunicati stampa

Così come indicato dalla convenzione sottoscritta al momento dell'erogazione del contributo, i beneficiari hanno l'onere di condividere preventivamente con lo staff di Fondazione di Modena le attività di comunicazione relative ad uno specifico progetto finanziato.

L'intenzione di avviare una attività di comunicazione in tal senso andrà segnalata con almeno **due settimane di anticipo**.

La costruzione dei contenuti della comunicazione dovrà essere condivisa lungo tutto il suo percorso.

La stesura dei testi dovrà prevedere l'inserimento, tra le prime righe, della dicitura: **“Il progetto è sostenuto da Fondazione di Modena nell'ambito del bando/progetto nome-bando/nome-progetto”**.

Nel caso in cui l'erogazione sia avvenuta attraverso domande extra-bando, la dicitura da inserire è la seguente: **“L'iniziativa nome-iniziativa è sostenuta dalla Fondazione di Modena”**.

Prima di procedere alla diffusione presso gli organi di stampa, i comunicati dovranno essere approvati da Fondazione di Modena.

02.

Conferenze stampa, eventi ed iniziative pubbliche

Nel caso in cui si intenda convocare una conferenza stampa di presentazione dell'iniziativa sostenuta da Fondazione di Modena si chiede di fornire, con almeno tre settimane di anticipo:

- 1** – Breve descrizione dell'iniziativa, l'ambito e l'anno entro il quale è avvenuto il sostegno (es: “nell'ambito del bando *Mi metto all'opera*/anno di riferimento”).
- 2** – Tre date possibili per lo svolgimento della conferenza stampa.
- 3** – L'eventuale richiesta di partecipazione e/o intervento da parte di un rappresentante di Fondazione di Modena dovrà essere segnalata contestualmente. La data dell'evento verrà concordata sulla base della disponibilità di Fondazione di Modena, secondo il calendario delle iniziative programmate.
- 4** – Si chiede di specificare l'eventuale richiesta di utilizzo dei locali di SPAZIOF (<https://www.FondazioneDimodena.it/luoghi/spazio-f/>) anche procedendo attraverso l'apposita sezione nella APP di Fondazione di Modena.

03.

Produzione materiali promozionali

La predisposizione di materiali promozionali, come locandine, cartoline, manifesti, radio tv o televisione, copertine video, siti e grafiche web, deve prevedere l'inserimento del logo di Fondazione di Modena secondo le linee guida grafiche specificate nel paragrafo 05.

Il logo della Fondazione può essere affiancato esclusivamente a quello di altri soggetti pubblici o dal profilo istituzionale e non a soggetti privati, seppur ugualmente promotori.

In ogni caso occorre sottoporre anticipatamente il materiale suddetto all'approvazione di Fondazione di Modena prima di procedere alla sua produzione e diffusione.

04.

Targhe e adesivi

La realizzazione di targhe o adesivi che sottolineino il sostegno ricevuto va segnalata preventivamente a Fondazione di Modena per l'approvazione che avverrà a seguito della verifica del corretto utilizzo del logo.

05.

Applicazione del logo

L'identità visiva di Fondazione di Modena incarna i suoi valori fondanti.

Nasce dallo storico stemma araldico e racconta il cambiamento dinamico, funzionale, di innovazione continua, apertura e inclusione, che caratterizza l'Ente. Le api sono simbolo di operosità e della partecipazione propulsiva alla comunità, il blu e il giallo sono i colori storici di Modena.

Un insieme di semplici tratti, riconoscibili e distintivi, compongono il logo e generano un sistema di comunicazione che si presta all'uso online e offline unendo il passato e il presente, le persone e la Fondazione.



Il marchio assume configurazioni diverse per adattarsi in maniera ottimale agli spazi di applicazione disponibili: configurazione principale (1), configurazione verticale (2), configurazione orizzontale (3).

05.01. Configurazioni

1

— **Configurazione principale
(PREFERENZIALE)**

Configurazione consigliata
nella maggior parte degli usi



2

— **Configurazione verticale**

Configurazione consigliata
per usi in spazi a sviluppo verticale



3

— **Configurazione orizzontale**

Configurazione consigliata per usi
in spazi a sviluppo orizzontale

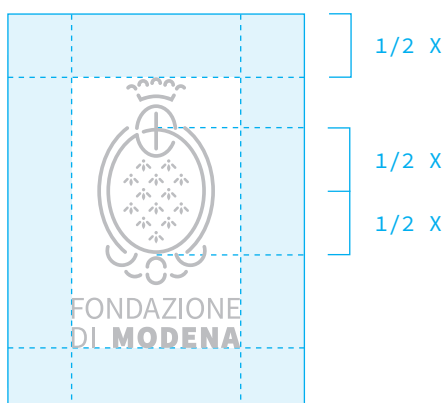


05.02.

Area di rispetto

L'area di rispetto è la superficie in prossimità del logotipo da non occupare o invadere con testi e/o altri elementi grafici o immagini, esterni all'identità visiva, al fine di mantenere riconoscibilità e visibilità.

L'area di rispetto è calcolata sulla base dell'ovale interno allo stemma.



05.03.

Dimensione minima

La dimensione minima consigliata è la dimensione minima suggerita per la riproduzione del marchio. La dimensione minima consentita è la dimensione più piccola a cui è garantita la leggibilità del marchio.

NB: la resa del marchio deve sempre essere verificata in fase di stampa.

Dimensione minima consigliata



Dimensione minima consentita



05.04.

Versioni cromatiche: configurazione principale (1)

Positivo colore



Negativo colore (su fondo istituzionale)



Monocromatico blu



Bianco (su fondo istituzionale)



Nero



Bianco (su fondo nero)



05.05.

Versioni cromatiche: configurazione verticale (2)

Positivo colore



Negativo colore (su fondo istituzionale)



Monocromatico blu



Bianco (su fondo istituzionale)



Nero



Bianco (su fondo nero)



05.06.

Versioni cromatiche: configurazione orizzontale (3)

Positivo colore



Negativo colore (su fondo istituzionale)



Monocromatico blu



Bianco (su fondo istituzionale)



Nero



Bianco (su fondo nero)



05.07.

Logo Fondazione per Progetti

L'applicazione corretta del logo di Fondazione di Modena ai prodotti di comunicazione relativi alle iniziative che beneficiano di un contributo da parte della Fondazione di Modena è governato da indicazioni di impaginazione generate dall'identità visiva stessa.

Il logo della Fondazione, composto da segno e naming, va impaginato nell'area dedicata ai loghi istituzionali, accompagnato dalla dicitura "Progetto sostenuto da" allineata a un filetto superiore orizzontale.

Si consiglia di utilizzare per la dicitura verbale la Font istituzionale di Fondazione di Modena: Source Sans Pro regular.

Nella versione a colori il filetto e il testo hanno colore blu di Fondazione (valori CMYK 100, 70, 0, 0).

La distanza fra gli elementi è normata da una logica proporzionale codificata ad hoc per ciascuna configurazione.

Nella cartella dedicata, disponibile sul sito di Fondazione di Modena, sono presenti le versioni del logo – a colori e in bianco e nero – nelle tre configurazioni previste dal manuale, da selezionare in base alle differenti esigenze di spazio.

Le bozze dell'elaborato vanno inviate, per approvazione, all'Ufficio Comunicazione, Informazione e Relazioni col pubblico di Fondazione di Modena, con un anticipo di almeno 10 giorni rispetto alla data prevista per la pubblicazione.

I contatti sono indicati a pagina 20 di questo documento.

Configurazione principale (1)



Configurazione verticale (2)



Progetto sostenuto da



Progetto sostenuto da



Configurazione orizzontale (3)



Progetto sostenuto da



Progetto sostenuto da



05.08. Usi scorretti

Non cambiare o invertire i colori del logo



Non cambiare la disposizione degli elementi



Non alterare la tipografia del logo



Non usare il marchio su fondi che ne riducono la leggibilità



Non inserire elementi all'interno dell'area di rispetto del logo



Seguire le indicazioni di applicazione del logo dettate dal manuale



06. Comunicazione social

I canali social di Fondazione di Modena sono (tag e URL):

FACEBOOK	@Fondazione di Modena	www.facebook.com/FondazioneDimodena
INSTAGRAM	@FondazioneDimodena	www.instagram.com/FondazioneDimodena
LINKEDIN	@Fondazione di Modena	www.linkedin.com/company/Fondazione-di-modena
YOUTUBE	Fondazione di Modena	www.youtube.com/channel/UChxL6cEObXPHWol6JhS-cwQ

La policy social di Fondazione di Modena prevede la pubblicazione di soli contenuti nativi sui propri canali: di norma non viene quindi prevista la condivisione di contenuti di altri enti sulle piattaforme social. Fanno eccezione le Instagram Stories, dove possono essere condivisi contenuti di beneficiari che menzionano Fondazione di Modena.

Nel divulgare le attività che sono sostenute dalla Fondazione sui propri canali i beneficiari sono tenuti a taggare Fondazione di Modena facendo riferimento alle pagine ufficiali riportate sopra. Per taggare la Fondazione le uniche pagine ufficiali sono quelle sopra riportate: il nome dopo la “@” è il nome utente da utilizzare per il tag corretto. Si incoraggiano i beneficiari a taggare la Fondazione in tutti i loro contenuti, al fine di interagire con essi (like, commenti etc.), in particolar modo nelle Instagram Stories - in tal modo le Stories potranno essere condivise sul profilo di Fondazione di Modena qualora lo staff di comunicazione le ritenesse coerenti con il piano editoriale previsto.

I beneficiari potranno comunicare a Fondazione tutti i social network da loro presidiati, affinché possano essere taggati in tutte le comunicazioni che li riguardano.

Laddove si proceda a produrre materiale che non prevede l'applicazione di loghi la Fondazione deve essere citata nominalmente.

**Ufficio Comunicazione, Informazione
e Relazioni col pubblico Fondazione di Modena**

Indirizzo

Via Emilia Centro 283, 41121 Modena

Orari di apertura degli uffici

Lunedì - venerdì ore 9,00 - 18,30

Telefono

059.239888

Mail

ufficiocomunicazione@fondazioneDIMODENA.it

miriam.accardo@fondazioneDIMODENA.it