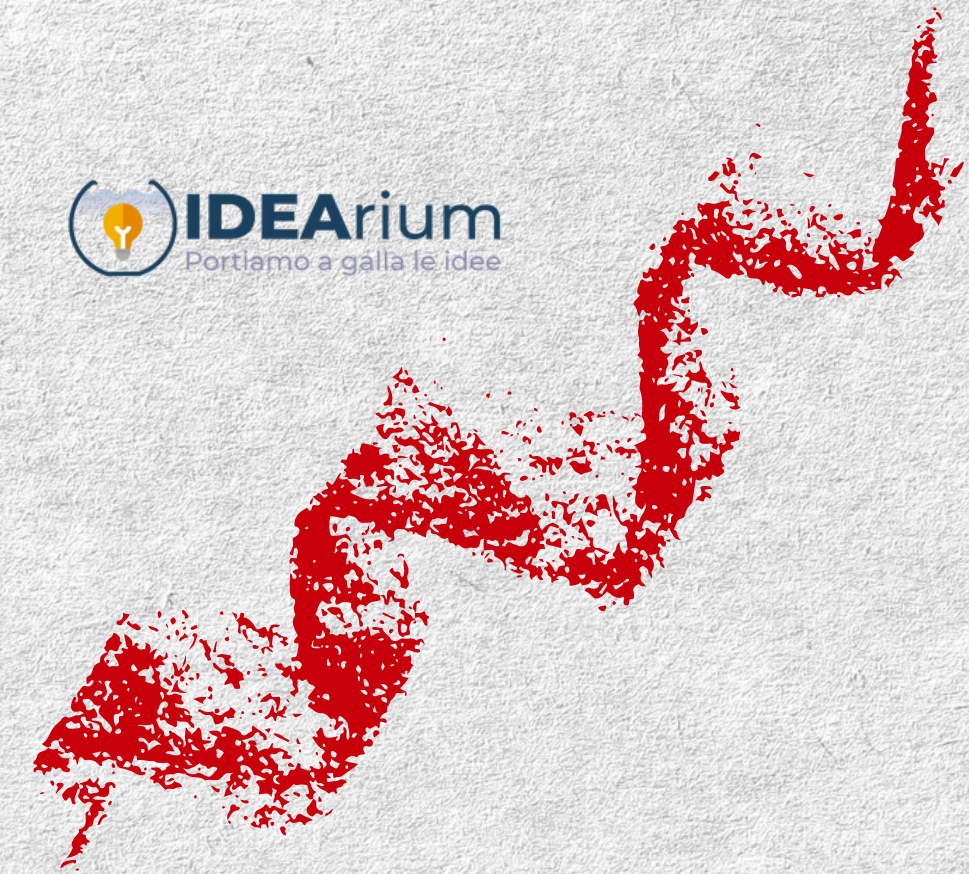


PROMOSSO E SOSTENUTO DA

IN COLLABORAZIONE CON



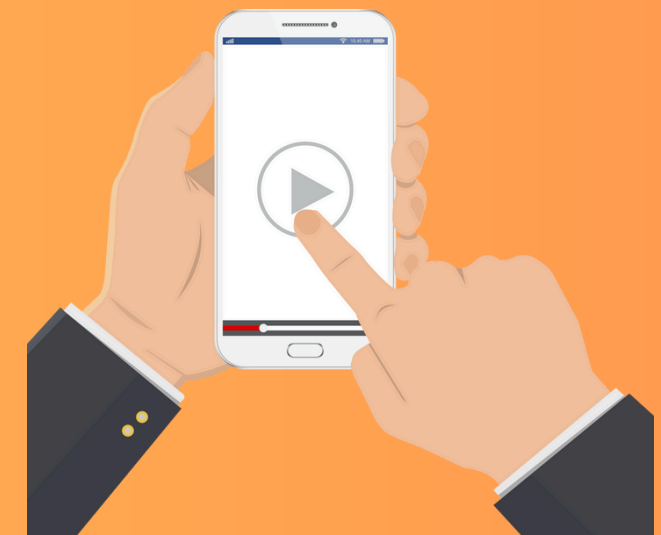
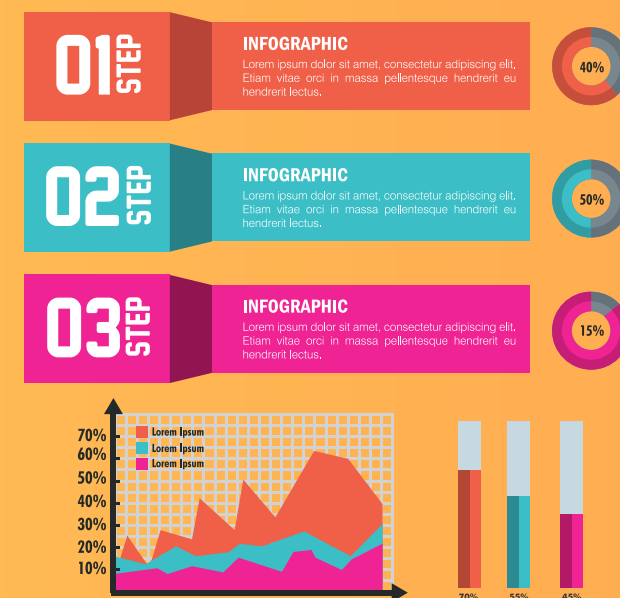
Esercizi di democrazia

Il racconto per immagini



CHE COS'È IL RACCONTO VISUALE?

L'arte di narrare storie, trasmettere emozioni e concetti complessi attraverso l'uso combinato di immagini, video, grafiche e infografiche, piuttosto che solo con le parole.





REGOLE VISUALI

COMUNICARE UNA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING

FEEL CROWD
CONNETTI + INNOVA + CRESCI

SEMPLICITÀ

LESS IS MORE

Ludwig Mies van der Rohe, architetto tedesco



REGOLA DEI TERZI

**L'OCCHIO CADE NEI PUNTI DI
INCONTRO TRA LE ASSI:
INSERISCI LÌ
IL TUO SOGGETTO OPPURE
LUNGO LE ASSI**

IN PRIMO PIANO IL FOCUS PIÙ IMPORTANTI E A SEGUIRE IL RESTO

LAYOUT

Diamo vita alla ricerca.

Compra un uovo ALL in tutte le piazze d'Italia e sostieni
la ricerca e la cura contro le leucemie,
i linfomi e il mieloma.

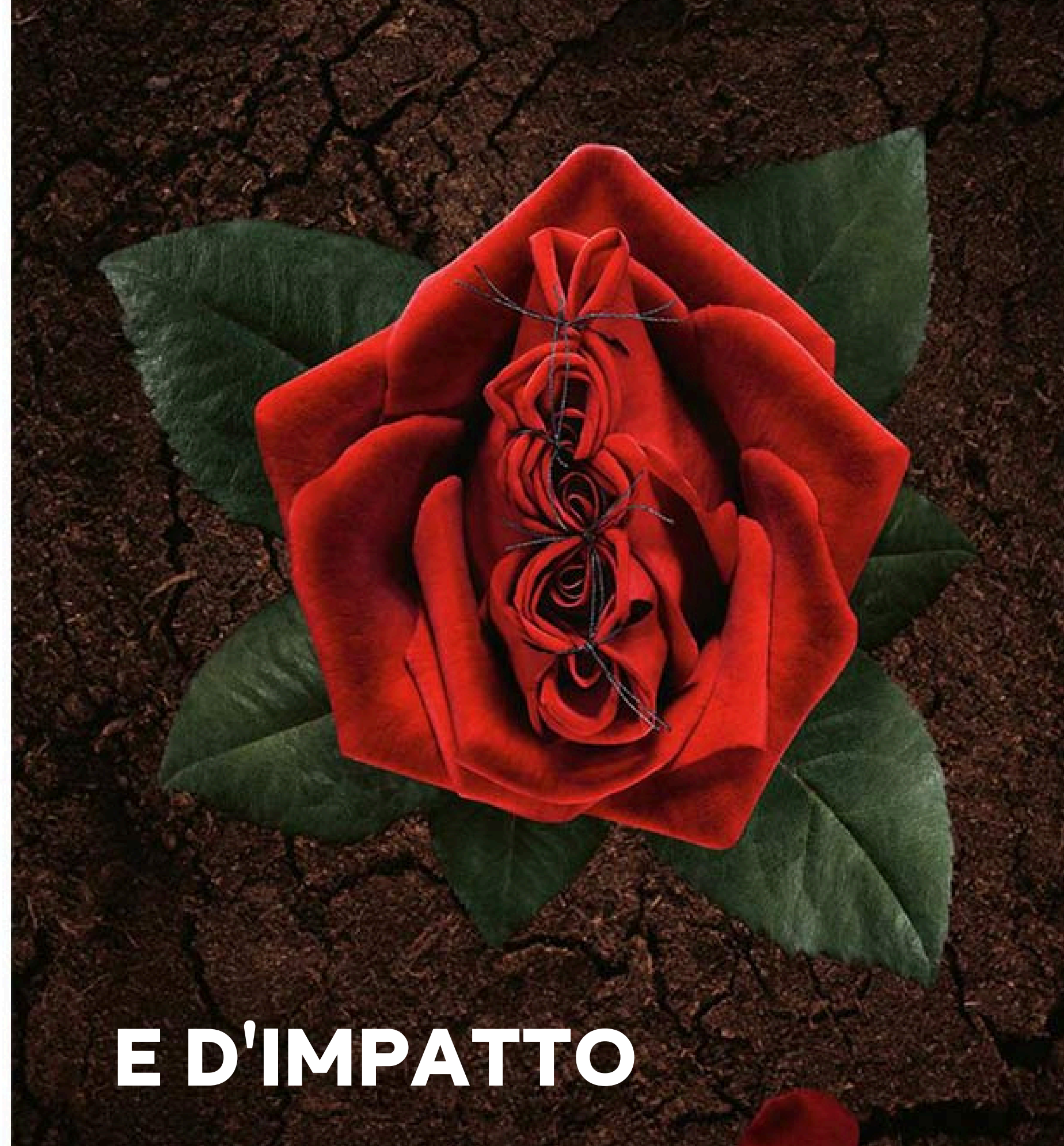
4 - 5 - 6 aprile



AIL
ASSOCIAZIONE ITALIANA
CONTRO LE LEUCEMIE-LINFOMI E MIELOMA
O N L U S
CC Postale n. 873000



USA FOTO DI QUALITÀ



E D'IMPATTO

ICONE E INFOGRAFICHE

per spiegare cose complesse con semplicità

REFUGEES BY NUMBERS*

1,000,669

CHILDREN MAKE UP ROUGHLY
HALF OF THE REFUGEES.

The number of Syrians who have crossed
borders without registering is unknown
but is believed to be several additional

TURKEY
185,205

LEBANON
322,297

4 million
people affected
SYRIA

IRAQ
106,889

JORDAN
324,534

EGYPT
43,665

regala la tua forma
all'ospedale dei bambini
ci serve!
grazie

FONT GIUSTO

1005X
=
Meyer

Usare la regola 60-30-10.

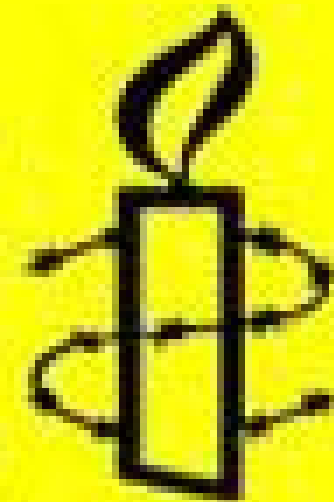
Per ottenere una palette equilibrata un piccolo truccetto è quello di usare i colori in una proporzione 60% + 30% + 10%.

COLORI IDENTIFICATIVI

per renderti riconoscibile



AMNESTY
INTERNATIONAL



MAI PIU' VIOLENZA SULLE DONNE

CHE COS'È L'IMMAGINE COORDINATA?

L'immagine coordinata di un progetto è l'insieme coerente e sistematico di elementi visivi (logo, colori, tipografia, stili fotografici) utilizzato per rappresentare in modo uniforme un progetto, un brand, azienda o prodotto.

Il suo scopo principale è garantire riconoscibilità, professionalità e costruire fiducia nel pubblico, applicando la stessa identità su tutti i supporti, sia online (sito web, social) che offline (biglietti da visita, brochure).

Cosa comprende:

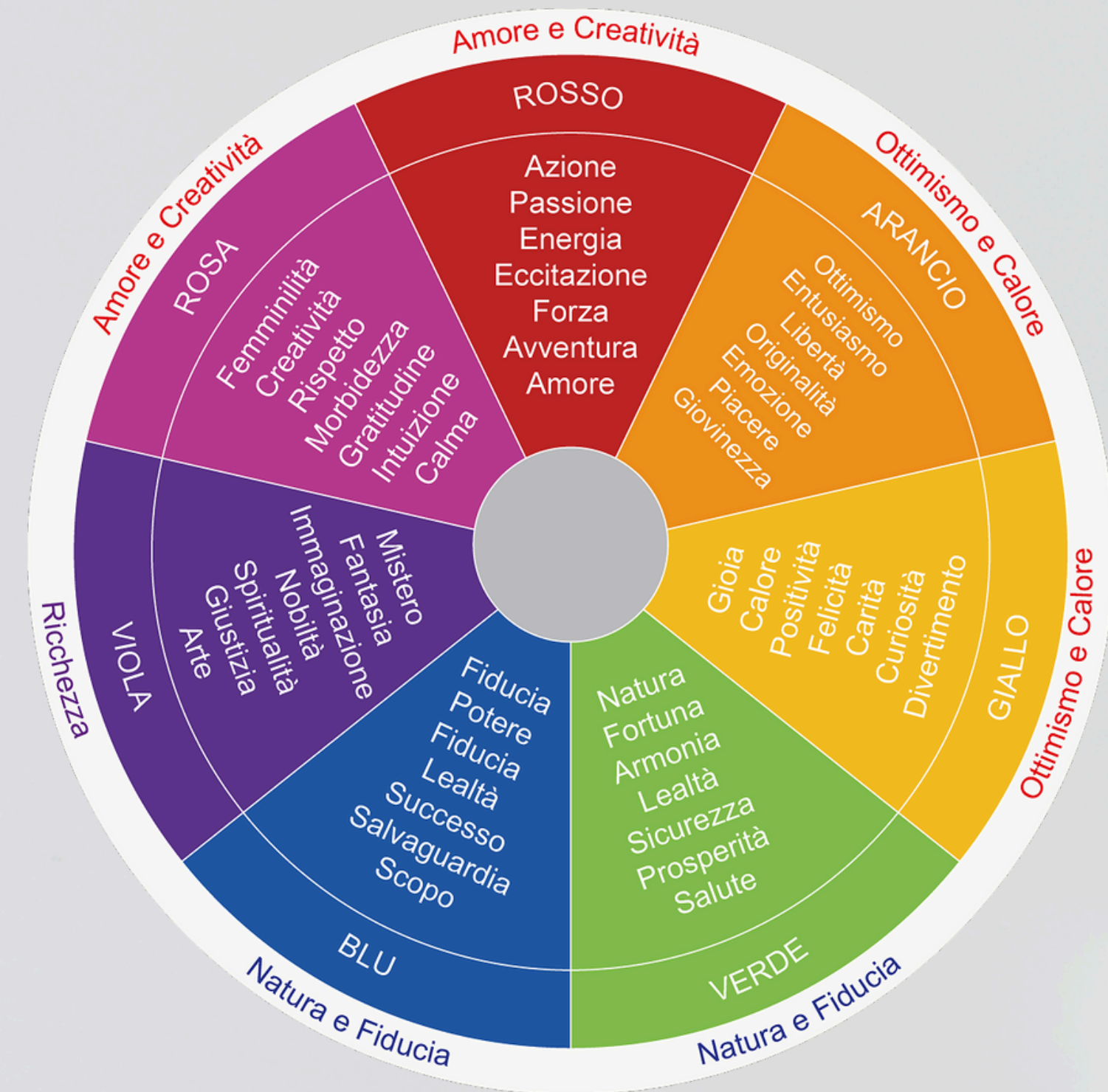


- **Logo:** il simbolo centrale, cuore della brand identity [di solito pittogramma]
- **Palette Colori:** una gamma definita di colori
- **Tipografia:** font specifici utilizzati in tutta la comunicazione
- **Materiali di cancelleria:** carta intestata, buste, biglietti da visita
- **Supporti Digitali:** banner sito web, grafiche social, newsletter.
- **Packaging e Ambientazione:** packaging dei prodotti, insegne, t-shirt



COME SCEGLIERE I COLORI

Lo sai che esiste una psicologia dei colori?



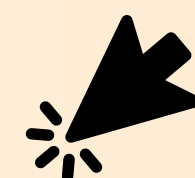
Scopri le palette
con Canva o
con questi
strumenti online



coolcolors

COME SCEGLIERE I FONT

- **GERARCHIE E CONTRASTO:** un font evidente per i titoli e uno più semplice e leggibile per i testi
- **COMBINAZIONE APPROPRIATA:** combinare un font serif (più tradizionale) con uno sans-serif (moderno) per creare un equilibrio piacevole oppure utilizzare selezionare font appartenenti alla stessa famiglia (superfamily) che offrono diverse varianti (es. Arial Narrow, Bold, Italic), garantendo armonia.
- **MAX 3 FONT:** limitarsi a 2-3 font per progetto per garantire leggibilità e coerenza visiva
- **CONSIDERARE IL MOOD:** i font devono trasmettere lo stesso messaggio del tone ov voice individuato (giovane, moderno, istituzionale, ecc...)



Utilizzare tool online come Canva o Fontjoy per generare combinazioni automatiche, o estensioni come WhatFont per analizzare font esistenti.

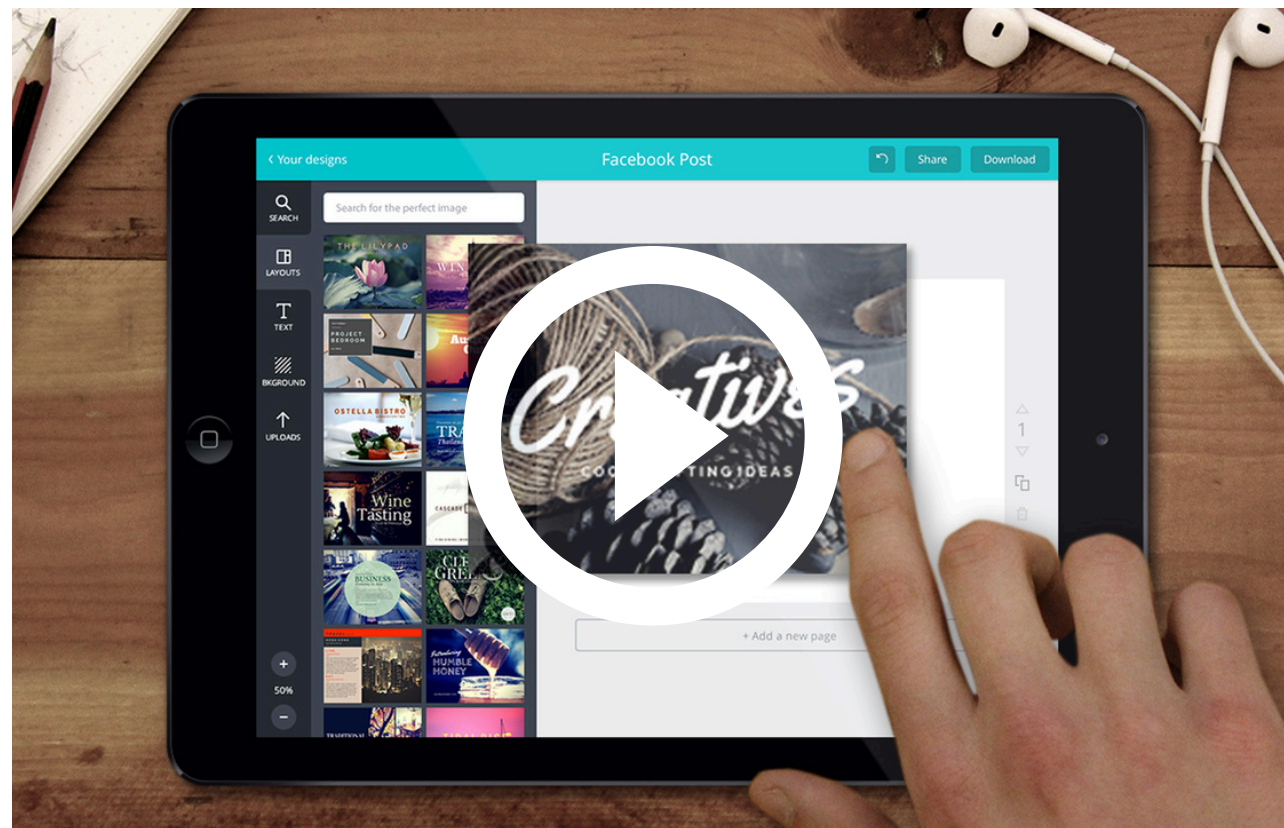
COSA FARE...

STEP BY STEP



WE CANVA

Iscriviti a canva.com



USALA DA PC



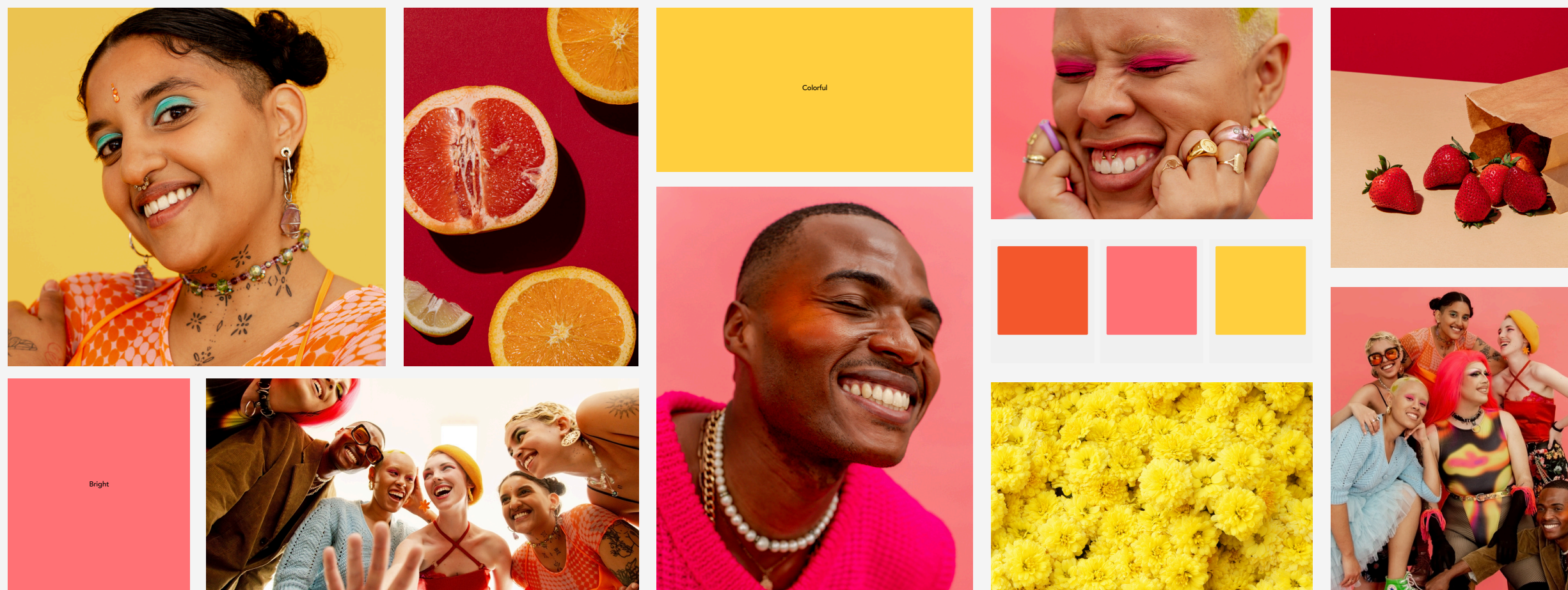
**Puoi anche
scaricare l'app**



Cos'è una MOODBOARD?

Una moodboard (tavola dell'umore) è una raccolta visiva di immagini, materiali, testi e colori che definisce l'atmosfera, lo stile e il concetto alla base di un progetto creativo. Utilizzata in design, moda e interior design, trasforma idee astratte in un linguaggio visivo concreto e coerente, facilitando la comunicazione con clienti e team.

Mood Board



Se ti va puoi farne
una del tuo progetto
prima di iniziare a
lavorare sulle
grafiche



FOTOGRAFIE

**Fai una selezione
di fotografie che possano
accompagnare il racconto del progetto**



FOTO CHE DESCRIVONO IL PROGETTO

FOTO DI BACKSTAGE

FOTO DEL GRUPPO CHE PROMUOVE LA CAMPAGNA

FOTO DI ATTIVITÀ

FOTO DI EVENTI

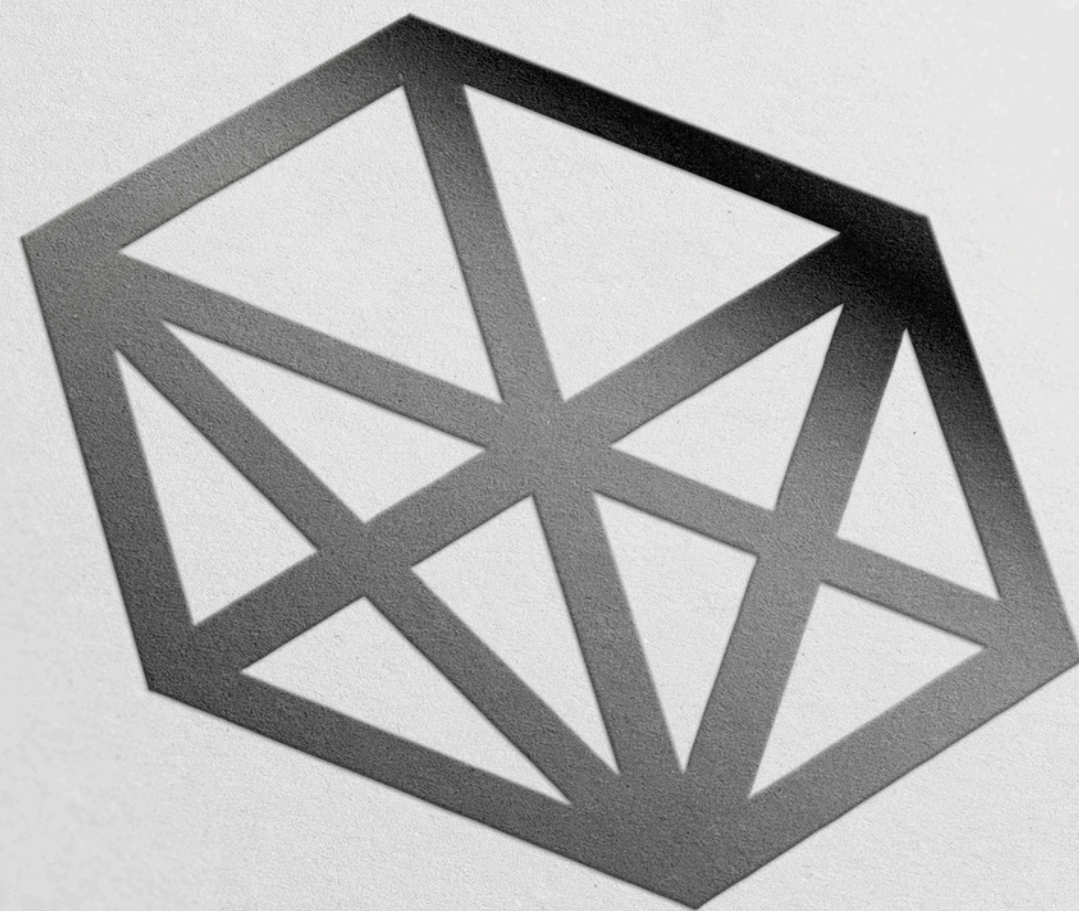
**PUOI SCEGLIERLE DI STOCK
OPPURE REALIZZARLE TU!**





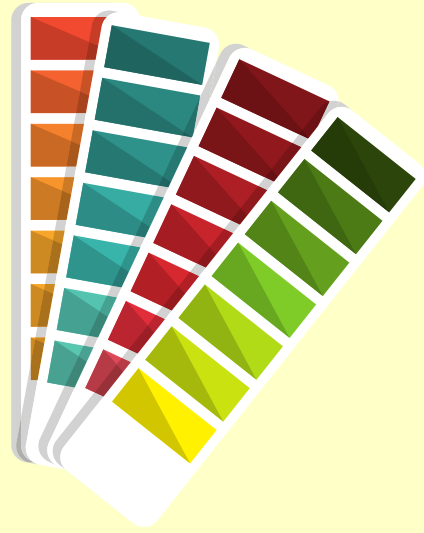
LOGHI

**TROVA IL LOGO DEI
PROMOTORI DELLA
CAMPAGNA
MEGLIO SE IN ALTA
RISOLUZIONE**



LOGO BRANDING

**PROMOTORI
PARTNER
SPONSOR
PATROCINI
COLLABORATORI
FINANZIATORI
....**



3

GRAFICHE

Cosa serve realizzare:

- IMMAGINE DI COPERTINA DELLA CAMPAGNA
- FLYER CAMPAGNA/EVENTO
- GRAFICHE/FOTO RICOMPENSE
- INFOGRAFICHE PER LA PIATTAFORMA [COME UTILizzeremo I FONDI, ARREDI, ECC...]
- FORMATI PER SOCIAL E WEB [BANNER, POST IG/FB, WHATSAPP, ...]
- EVENTUALE PRESENTAZIONE PDF X AZIENDE SPONSOR

ESEMPI IMMAGINI DI COPERTINA CAMPAGNE



FAI UNA LISTA DI FOTO/IMMAGINI CHE TI SERVIRANNO PER IL RACCONTO DEL PROGETTO:



POI ORGANIZZATI CON I TUOI COMPAGNI PER SCATTARLE O REPERIRLE

1, 2, 3...

LET'S GO!

GRAZIE!



FEEL CROWD

CONNETTI + INNOVA + CRESCI

INFO@FEELCROWD.IT

WWW.FEELCROWD.IT



@feelcrowd