

## Gli strumenti : Les outils :



### Carta Papier

- 01 Volantino  
Flyer
- 02 Cartolina  
Carte postale
- 03 Pieghevole e dépliant  
Dépliant plié
- 04 Opuscolo o brochure  
Brochure
- 05 Locandina  
Affiche

### Digitali Numeriques

- 06 Social  
Réseaux sociaux
- 07 Banner digitale  
Bannière numérique

### Altri Autres

- 08 Manifesto per affissione  
Affiche à apposer
- 09 Gadgets
- 10 Roll-up
- 11 Corner informativo portatile  
Point d'information portable

# Carta Papier

## Volantino

Il volantino è uno stampato su carta solitamente su una o due facciate e di piccolo formato.

L'obiettivo del volantino è di comunicare in modo efficace e sintetico le informazioni che si vogliono promuovere, valorizzando gli aspetti più importanti.

Il messaggio del volantino deve essere evidente e immediato: il suo punto di forza è che sia veloce da leggere.

Il volantino è inoltre facile da distribuire e può essere lasciato ovunque.

Nella realizzazione di un volantino è dunque importante tenere a mente che troppo testo o troppe immagini potrebbero rendere faticosa la lettura, per cui è meglio scegliere una grafica accattivante, semplice e chiara.

## Flyer

Le flyer est une feuille imprimée, généralement recto ou recto-verso et de petit format.

L'objectif du flyer est de communiquer de manière efficace et concise les informations à promouvoir, en mettant l'accent sur les aspects les plus importants.

Le message du flyer doit être clair et immédiat : sa force réside dans sa rapidité de lecture.

Le flyer est également facile à distribuer et peut être déposé n'importe où.

Lors de la conception d'un flyer, il est donc important de garder à l'esprit que trop de texte ou trop d'images peuvent rendre la lecture fatigante, il est donc préférable de choisir des graphismes attrayants, simples et clairs.



## Cartolina

La cartolina è stampata su un cartoncino di forma rettangolare, spesso utilizzata come invito e/o promozione di un evento.

L'immagine di norma è l'unica protagonista su un lato, mentre sull'altro viene inserito del testo.

La grafica deve catturare l'attenzione per qualità e originalità.

## Carte postale

La carte postale est imprimée sur un carton rectangulaire, souvent utilisée comme invitation et/ou promotion d'un événement.

Normalement, l'image est l'unique protagoniste d'un côté, tandis que le texte est inséré de l'autre.

Le graphisme doit attirer l'attention par sa qualité et son originalité.



---

## Pieghevole e dèpliant

Il pieghevole è un unico foglio che viene piegato una o più volte su se stesso; ha formati standard come: A3 (29,7 x 42 cm), A4 (21,0 cm x 29,7 cm), A5 (21 x 14,8 cm), ma si trova anche di dimensioni più piccole e più grandi.

L'obbiettivo del pieghevole è di comunicare in modo efficace e abbastanza approfondito le informazioni che si vogliono promuovere, valorizzandone gli aspetti più importanti.

Il messaggio del pieghevole deve essere evidente in quanto il suo punto di forza è quello di presentare un argomento e spesso rimandare ad altro (sito, evento, materiali di approfondimento in generale).

Il pieghevole è inoltre facile da distribuire e può essere lasciato ovunque.

Nella creazione di un pieghevole è dunque importante tenere a mente l'obbiettivo che si vuole raggiungere con questo strumento, organizzando in modo armonioso sia il testo sia le immagini a corredo.

Testo e immagini non devono occupare troppo spazio e le informazioni devono essere lineari, sintetiche e chiare. Rispetto al volantino, il dèpliant ha il vantaggio di mettere a disposizione più spazio per approfondire aspetti che si vogliono mettere in evidenza.

Quando si realizza un dèpliant è molto importante si faccia attenzione a seguire l'ordine naturale della lettura, cercando il più possibile di rispettare la logica per non confondere il lettore.

## Dèpliant plié

Un dèpliant plié est une seule feuille qui est pliée une ou plusieurs fois sur elle-même ; il a des formats standards tels que : A3 (29,7 x 42 cm), A4 (21,0 cm x 29,7 cm), A5 (21 x 14,8 cm), mais il existe également des formats plus petits et plus grands.

L'objectif du dèpliant est de communiquer l'information à promouvoir de manière efficace et suffisamment approfondie, en mettant l'accent sur les aspects les plus importants.

Le message du dèpliant doit être évident, car sa force est de présenter un sujet et de faire souvent référence à d'autres choses (site, événement, matériel d'approfondissement en général).

Le dèpliant est également facile à distribuer et peut être laissé n'importe où.

Lors de la création d'un dèpliant, il est donc important de garder à l'esprit l'objectif que l'on souhaite atteindre avec cet outil, en organisant le texte et les images qui l'accompagnent de manière harmonieuse.

Le texte et les images ne doivent pas prendre trop de place et l'information doit être linéaire, concise et claire. Par rapport au dèpliant, la brochure présente l'avantage d'offrir plus d'espace pour développer les aspects que vous souhaitez mettre en évidence.

Lors de la création d'une brochure, il faut faire attention à suivre l'ordre naturel de lecture, en essayant autant que possible de respecter la logique afin de ne pas confondre le lecteur.



---

## Opuscolo o brochure

La brochure/opuscolo è composta da fogli piegati e fermati insieme da una rilegatura. La carta può avere grammature diverse, ed anche in questo caso i formati sono standard : A3 (29,7 x 42 cm), A4 (21,0 cm x 29,7 cm), A5 (21 x 14,8 cm).

Rispetto al volantino e al dépliant, il formato della brochure risponde al bisogno di riportare in maniera meno superficiale quello che si vuole promuovere: informare dettagliatamente è più importante del catturare velocemente l'attenzione.

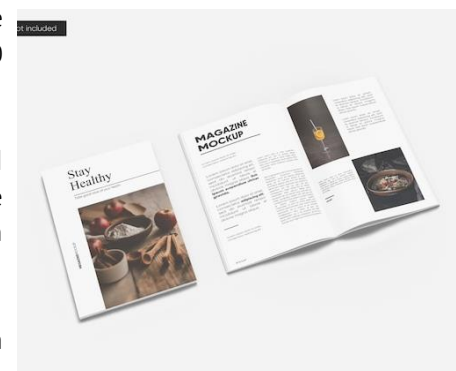
Quando si realizza una brochure bisogna fare in modo che la veste grafica non ostacoli la leggibilità dei contenuti, che già da sé richiedono una concentrazione maggiore da parte di chi legge.

## Brochure

La brochure est constituée de feuilles pliées et assemblées par une reliure. Le papier peut être de différents grammages, et même dans ce cas les formats sont standards : A3 (29,7 x 42 cm), A4 (21,0 cm x 29,7 cm), A5 (21 x 14,8 cm).

Par rapport au flyer et au dépliant plié, le format brochure répond à la nécessité de rendre compte de manière moins superficielle de ce que l'on veut promouvoir : il est plus important d'informer en détail que de capter rapidement l'attention.

Lors de la création d'une brochure, il faut veiller à ce que la conception graphique n'entrave pas la lisibilité du contenu, qui, en soi, nécessite une plus grande concentration de la part du lecteur.



---

## Locandina

La locandina è un foglio stampato su un solo lato e di dimensione variabile, destinato a essere affisso su un supporto (un muro, una vetrina, un cartello...).

La locandina è uno strumento promozionale dal forte impatto visivo, avendo come obiettivo il catturare l'attenzione di chi si trova nelle sue vicinanze. In estrema sintesi è una versione più grande del volantino/flyer.

Nel realizzare una locandina è infatti molto importante che la veste grafica sia interessante, sia per quanto riguarda l'immagine sia il poco testo.

Le informazioni devono essere sintetiche ed efficaci, per essere colte subito, e disposte in modo tale da mettere in risalto gli aspetti più importanti di quello che vogliamo comunicare.

Sempre di più sulle locandine si vedono dei codici QR che rimandano ad altri luoghi di approfondimento.

## Affiche

L'affiche est une feuille imprimée d'un seul côté et de taille variable, destinée à être affichée sur un support (un mur, une vitrine, une enseigne...).

L'affiche est un outil promotionnel à fort impact visuel, ayant pour objectif d'attirer l'attention des personnes qui se trouvent à sa proximité. En résumé, il s'agit d'une version plus grande du flyer.

Lors de la conception d'une affiche, il est en effet très important que le graphisme soit attrayant, tant au niveau de l'image que du petit texte.

L'information doit être concise et efficace, pour être saisie immédiatement, et disposée de manière à mettre l'accent sur les aspects les plus importants de ce que l'on veut communiquer.

Sur les affiches, on trouve de plus en plus souvent des codes QR renvoyant à d'autres lieux.



# Digitali Numeriques

## Social

Si tratta di un annuncio pubblicitario destinato al pubblico dei social. Deve essere a forte impatto estetico o emotivo, così da creare più coinvolgimento possibile in chi lo vede.

I social media sono dei supporti promozionali virtuali molto efficaci; rendono possibile raggiungere un numero elevato di utenti personalizzando il destinatario, il formato dell'annuncio in base alle proprie esigenze e area geografica.

È uno strumento utile per creare un'interazione con il pubblico, che può interagire e reagire all'annuncio. Il coinvolgimento fa sì che si interessi maggiormente a ciò che vogliamo promuovere e, magari, che il ricevente si terrà aggiornato a riguardo.

## Réseaux sociaux

Il s'agit d'une publicité destinée au public social. Elle doit avoir un fort impact esthétique ou émotionnel, afin de créer le plus d'engagement possible chez ceux qui la voient.

Les réseaux sociaux sont des supports promotionnels virtuels très efficaces ; ils permettent d'atteindre un grand nombre d'utilisateurs en personnalisant le destinataire, le format de l'annonce en fonction de leurs besoins et de leur zone géographique.

C'est un outil pratique pour créer une interaction avec le public, qui peut interagir et réagir à l'annonce. Cette interaction les rend plus intéressés par ce que nous voulons promouvoir et, peut-être, que le destinataire se tiendra au courant.



## Banner digitale

Il banner è uno strumento digitale di formato rettangolare, che viene mostrato nella parte superiore, laterale o inferiore di un sito web.

L'obiettivo del banner è incuriosire e catturare l'attenzione di chi lo vede, convincendolo a schiacciare l'inserzione e approfondire ciò che si sta promuovendo.

Quando si realizza un banner è bene dare molto peso alla veste grafica, in quanto è possibile che anche altri annunci si trovino contemporaneamente sullo stesso sito web. I testi devono essere molto semplici, di grandi dimensioni e facili da leggere.

## Bannière numérique

Une bannière est un outil numérique de format rectangulaire visible en haut, sur le côté ou en bas d'un site web.

L'objectif de la bannière est d'intriguer et de capter l'attention de ceux qui la voient, afin de les convaincre de cliquer sur l'annonce et d'en savoir plus sur ce qui on est en train de promouvoir.

Lors de la création d'une bannière, il convient d'accorder beaucoup d'importance au graphisme, car il est possible que d'autres publicités soient présentes sur le même site web au même moment. Les textes doivent être très simples, de grande taille et faciles à lire.



## Altri Autres

### Manifesto per affissione

Il manifesto per affissione è un supporto fisico (anche led) ad una facciata e di grande formato.

Si tratta di uno strumento utile per la comunicazione in punti non consultabili a piedi (ad esempio in autostrada) e da grandi o medie distanze.

L'obiettivo del tabellone è infatti di attirare l'attenzione dei passanti in un lasso di tempo anche breve (come quando si viaggia in macchina).

Quando si realizza un tabellone pubblicitario è dunque molto importante rendere essenziale e efficace il messaggio che si vuole comunicare, valorizzandolo con la giusta grandezza e armonia di testo ed immagine.

### Affiche à apposer

L'affiche à apposer est un support physique ayant une seule façade et de grand format (également LED).

Il s'agit d'un outil de communication utile dans les lieux qui ne sont pas accessibles à pied (par exemple, sur les autoroutes) et à grande ou moyenne distance.

L'objectif de l'affiche à apposer est en effet d'attirer l'attention des passants, même dans un court laps de temps (comme lors d'un déplacement en voiture).

Lors de la création du affiche à apposer, il est donc très important de rendre le message que l'on souhaite communiquer essentiel et efficace, en le mettant en valeur grâce à la grosse taille et l'harmonie entre le texte et l'image.



### Gadgets

I gadget sono degli oggetti promozionali di formato variabile (spilla, segnalibro, maglietta, penne, cappellini, tazze, borracce...) utilizzabili nella vita di tutti i giorni.

L'obiettivo del gadget è creare familiarità con slogan, colori e simboli promozionali ben identificabili, così da creare curiosità e interesse in chi li vede.

### Gadgets

Les gadgets sont des objets promotionnels de format variable (broche, marque-page, T-shirt, stylos, casquettes, mugs, bouteilles...) qui peuvent être utilisés dans la vie de tous les jours.

L'objectif du gadget est de créer une familiarité avec des slogans, des couleurs et des symboles promotionnels clairement identifiables, afin de susciter la curiosité et l'intérêt de ceux qui les voient.



---

## Roll-up

Il roll up viene utilizzato per attirare l'attenzione in luoghi ampi come sale congressi, centri commerciali, mercati, ecc.

Il roll up è un supporto pubblicitario di varia dimensione molto facile da trasportare, in quanto costituito da un banner avvolgibile (striscia di materiale plastico) che si estrae da una base autoportante.

Quando si realizza un roll up è bene pensare ad una comunicazione e una veste grafica che si adattino al formato del supporto, con colori e simboli che siano identificabili, chiari e efficaci nel tempo e in ambienti molto ampi dove siano ben visibili da lontano.

## Roll-up

Le roll-up est utilisé pour attirer l'attention dans des lieux spacieux tels que les salles de conférence, les centres commerciaux, les marchés, etc.

Le roll-up est un support publicitaire de différentes tailles, très facile à transporter, puisqu'il s'agit d'une bannière enroulable (bande de matière plastique) qui se déroule à partir d'une base autoportante.

Lors de la réalisation d'un roll up, il convient de penser à une communication et à des graphismes adaptés au format du support, avec des couleurs et des symboles identifiables, clairs et efficaces dans le temps et dans les grands environnements où ils soient bien visibles de loin.



---

## Corner informativo portatile

Il corner informativo è uno strumento fisico molto efficace per divulgare e promuovere un prodotto.

Non si tratta di un presidio fisso ma di una postazione occasionale, dove è possibile distribuire materiale informativo e promozionale ed interagire con il pubblico rispetto a ciò che si sta promuovendo. Infatti, di solito è un'iniziativa che si fa nel week-end, in giorni significativi oppure nei giorni di festa quando più persone passeggiano.

È una buona occasione per rispondere alle domande e le curiosità dei passanti e distribuire gadget e volantini.

## Point d'information portable

Le point d'information portable est un outil physique très efficace pour la diffusion et la promotion d'un produit.

Il ne s'agit pas d'un présidium fixe, mais d'un emplacement occasionnel où il est possible de distribuer du matériel d'information et de promotion et d'interagir avec le public sur ce qui on est en train de promouvoir. En fait, cela se fait généralement les week-ends, les jours importants ou les jours fériés, lorsqu'il y a plus de gens qui se promènent.

C'est une bonne occasion pour répondre aux questions et aux curiosités des passants et pour distribuer des gadgets et des flyers.

