



ASSOCIAZIONE VOLONTARI ITALIANI SANGUE ODV

Guida per l'uso dell'immagine coordinata

PER UNA COMUNICAZIONE
EFFICACE DEI VALORI
E DELLA CULTURA ASSOCIATIVA

Quella che vi apprestate a leggere è la nuova versione del manuale per l'immagine coordinata di AVIS. Uno strumento indispensabile, prezioso e importante per un'associazione complessa come la nostra, che può contare su ben 3400 sedi e necessita, proprio per questo motivo, di un codice condiviso di condotta per utilizzare e veicolare in modo corretto il "suo logo". Questo elemento grafico, infatti, rappresenta l'identità di un'organizzazione: è il suo volto, il suo biglietto da visita, il suo simbolo più potente e visibile. Ciò che lo caratterizza e lo contraddistingue, che lo rende unico e suscita emozioni quando lo vediamo e ovunque lo incontriamo. Come tale va quindi tutelato e custodito, utilizzandolo in modo univoco in qualsiasi circostanza e in ogni singola occasione.



AVIS, lo sappiamo tutti, è un realtà molto eterogenea, che ha fatto delle peculiarità locali una delle sue energie trainanti. Ma è anche un'organizzazione che unisce oltre 1.300.000 volontari accomunati da valori come la solidarietà, la cittadinanza attiva e l'impegno civico verso gli altri che saldano un legame comune e un'appartenenza speciale. Per tutte queste ragioni, il nostro marchio deve essere veicolato nello stesso identico modo e, lo ripeto, con profondo rispetto. La credibilità di un'associazione come AVIS passa anche da qui e dall'identificazione di ciascuno di noi in quel logo che fu creato nel lontano 1975 e che viene qui proposto in una veste leggermente rivisitata, ai sensi di quanto previsto dalla nuova riforma del Terzo Settore.

Per facilitare tutte le sedi nel recepimento di queste indicazioni, abbiamo creato dei tutorial e dei modelli facilmente personalizzabili sui tradizionali programmi di grafica professionale e su una piattaforma sempre più diffusa come Canva.

Ringraziandovi per la collaborazione, vi ricordo che la sede nazionale è a vostra disposizione per fornire qualsiasi tipo di chiarimento.

Nella certezza che ognuno di noi voglia e sappia veicolare l'immagine e il logo associativo in modo univoco e unitario, così da renderlo riconoscibile strumento d'emozione che scaldi il cuore dei cittadini, come quello d'ogni singolo donatore.

Gianpietro Briola

Presidente AVIS Nazionale

Premessa

Lo scopo di questa guida è fornire indicazioni all'uso degli elementi base che costituiscono l'immagine di AVIS. L'uso continuato e corretto di questi elementi permetterà a ogni sede AVIS di avere, in tempi molto brevi, una coerenza d'immagine per un'efficace comunicazione dei valori e della cultura dell'associazione.

La guida è divisa in sezioni:

- l'applicazione base dell'immagine coordinata;
- il galateo per l'organizzazione degli eventi e l'immagine coordinata per i simboli e per gli omaggi;
- l'applicazione dell'immagine coordinata sui social.

La guida è stata progettata affinché i **volontari AVIS possano leggerla con facilità** e possano trovare intuitivamente le informazioni necessarie. Per questo motivo le sezioni sono articolate in sotto-sezioni e possono essere consultate singolarmente in base alle esigenze.

A corredo della guida sarà reso disponibile anche un breve **video tutorial** all'uso e alla modifica della modulistica, che è resa disponibile su **Canva***: vi verrà dato accesso tramite mail ai rispettivi link, e potrete personalizzare la vostra modulistica locale.

*Canva è un sito Web di strumenti di progettazione grafica semplificato, che consente di accedere a fotografie, immagini vettoriali, grafica e caratteri.

Elementi base

Logotipo e caratteri istituzionali

- Logotipo a colori	6
- Logotipo da personalizzare	6
- Carattere struttura associativa	7
- Carattere denominazione sociale	7
- Variazioni del logo per Avis locali	8
- Dimensioni minime del logotipo	8
- Carattere per l'indirizzo	9

Modulistica

- Biglietto da visita	9
- Carta da lettera istituzionale	10
- Foglio segue lettera	11
- Busta	11
- Blocco note	12
- Cartellina	12
- Posizionamento logo per Eventi	13
- Abbinamento loghi Avis locali	13

Altre applicazioni

- Personalizzazione autovetture	14
- Logo del coorganizzatore o patrocinatore	14

Eventi

Il galateo AVIS

- Inviti agli eventi	18
- Patrocinio	19
- Sequenza degli interventi	20
- Articoli per eventi	21
- I distintivi	23
- Gli omaggi	24

Social media

- Il circolo virtuoso del donatore	28
- Il calendario editoriale	29
- Programmare i contenuti: gli strumenti	31
- La pubblicazione delle immagini	32

Facebook

- Profilo o pagina?	36
- Denominazioni	37
- Esempi di denominazioni	38
- Le immagini su Facebook	39
- Le dimensioni delle immagini su Facebook	40
- La misurazione dei post	41

Instagram

- Profilo o pagina?	44
- Denominazioni	45
- Le immagini su Instagram	46
- Le dimensioni delle immagini su Instagram	47
- La misurazione dei post	48
- Suggestimenti per la scrittura dei post	49
- Esempi di pagine AVIS	50
- Comunicazione di crisi	51

AVIS giovani

52



Elementi base



Logotipo a colori

Combinazione in positivo, a colori



ASSOCIAZIONE VOLONTARI ITALIANI SANGUE ODV



Nel logotipo a colori AVIS le lettere sono in colore Blu (Pantone 300) e la goccia è in Rosso (Pantone 032).

Sono questi i colori istituzionali cui fare costante riferimento.

Se la stampa del logotipo dovesse avvenire su fondi dai colori scuri o vivaci (nero, rosso, blu, verde, ecc.) sarà da applicare la versione in "negativo", cioè con lettere e goccia bianche.

PMS	300	
CMYK	100% cyan 40% magenta	
RAL	5015	

PMS	032	
CMYK	100% giallo 100% magenta	
RAL	3000	



Logotipo da personalizzare

La **combinazione grafica** tra:

- il logotipo AVIS
 - la denominazione sociale ASSOCIAZIONE VOLONTARI ITALIANI SANGUE ODV
 - la struttura associativa di ogni singola AVIS
- è indicata per l'uso esclusivo sulla modulistica istituzionale.

Gli elementi "logotipo" e "denominazione sociale" non sono modificabili, mentre la "struttura associativa" varia in base a ogni singola sede AVIS, ed è modificabile con Canva, come indicato nelle singole pagine fornite.



Carattere struttura associativa

**Sede
Nazionale**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

HELVETICA

Questo è il carattere utilizzato per la **struttura associativa**.

Va usato nella versione Bold, in Maiuscolo / minuscolo.

Interlinea 40.

Nel caso questo carattere non fosse disponibile, sostituirlo con Arial (Grassetto o Bold).

L'uso di questo carattere è consigliato anche per la composizione dei testi per altri materiali.

Per le applicazioni esterne del progetto, consultate le sezioni dedicate.

Carattere denominazione sociale

ASSOCIAZIONE VOLONTARI ITALIANI SANGUE ODV

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

HELVETICA CONDENSED

Questo è il carattere con cui è composta la frase ASSOCIAZIONE VOLONTARI ITALIANI SANGUE ODV.

Va usato nella versione Bold, in maiuscolo.

Variazioni del logo per Avis locali

Indicazioni per la corretta variazione della struttura associativa.



Dimensioni minime del logotipo

Per favorire la corretta visualizzazione e leggibilità di tutti gli elementi del logo l'altezza minima complessiva non dovrà essere inferiore alle dimensioni di 10 mm indicate negli esempi.

Nel caso del solo logotipo, anche se accompagnato dalla denominazione sociale, l'altezza minima potrà essere di 5 mm.



Carattere per l'indirizzo

Viale Enrico Forlanini, 23
 20134 Milano
 Tel. 02 70 00 67 86
 Fax 02 70 00 66 43
 www.avis.it
 avis.nazionale@avis.it

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

HELVETICA

Per la composizione degli indirizzi e anche di altre diciture nella modulistica istituzionale, nonché dei testi nei materiali informativi, va usato sempre il carattere Helvetica ma questa volta nella versione Regular, Maiuscolo / minuscolo.

Nel caso questo carattere non fosse disponibile, sostituirlo con Arial Light.

Biglietto da visita



Disposizione del logo in alto a sinistra che può allungarsi verso destra a seconda della lunghezza del nome della struttura associativa.

Indirizzo subito sotto, ciascuna voce su una riga, allineamento a sinistra.

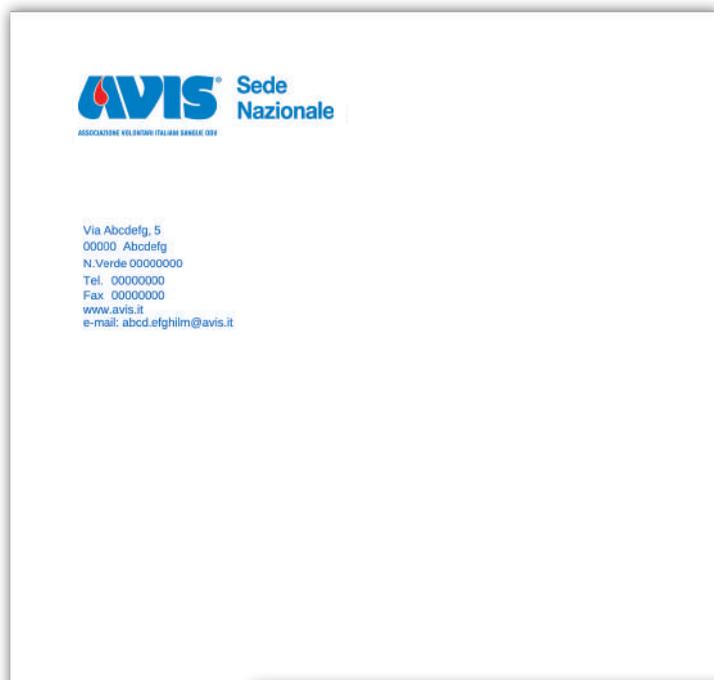
Il nome è a destra allineato alla prima riga del blocco indirizzi; sotto, allineata alla seconda riga la carica sociale. Eventuali numeri personali di cellulare o e-mail vanno collocati sotto, spaziati da una riga vuota.

Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.

Dimensione: 95x55 mm.

Ti verrà fornito il link per modificare l'impaginazione del biglietto da visita realizzato con Canva, che potrai personalizzare con i dati della tua AVIS locale.

Carta da lettera istituzionale



Disposizione del logo in alto a sinistra che può allungarsi verso destra a seconda della lunghezza del nome della struttura associativa. L'indirizzo viene posto subito sotto, ciascuna voce su una riga, con allineamento a sinistra. Altri dati di carattere legale vanno posizionati in fondo alla pagina, sotto al filetto rosso di spessore 0,5 pt.

Carattere Helvetica Regular Maiuscolo/minuscolo, corpo 7.

Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.

Dimensione: formato A4 (210 x 297 mm)

Ti verrà fornito il link per modificare l'impaginazione della carta da lettera istituzionale realizzata con Canva, che potrai personalizzare con i dati della tua AVIS locale.



Inserimento di altri logotipi

Se la tua AVIS è **certificata**, potrai far inserire dallo stampatore il logo dell'ente certificatore posizionandolo in alto a destra, allineato alla base del logotipo AVIS, mantenendo la sua stessa altezza.

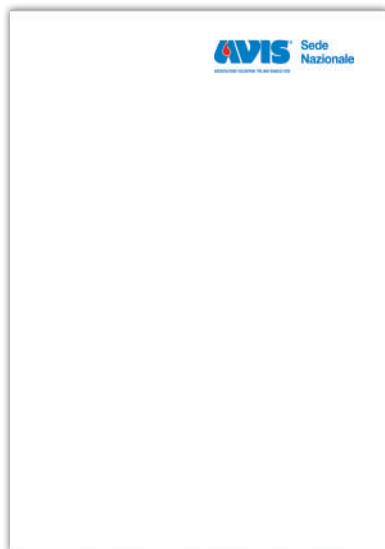
La stessa indicazione vale anche per i logotipi speciali, in occasione di anniversari o eventi.

Foglio segue lettera

Esempio di impaginazione del foglio segue lettera.

In questo caso è utilizzato solo il logotipo istituzionale e la struttura associativa.

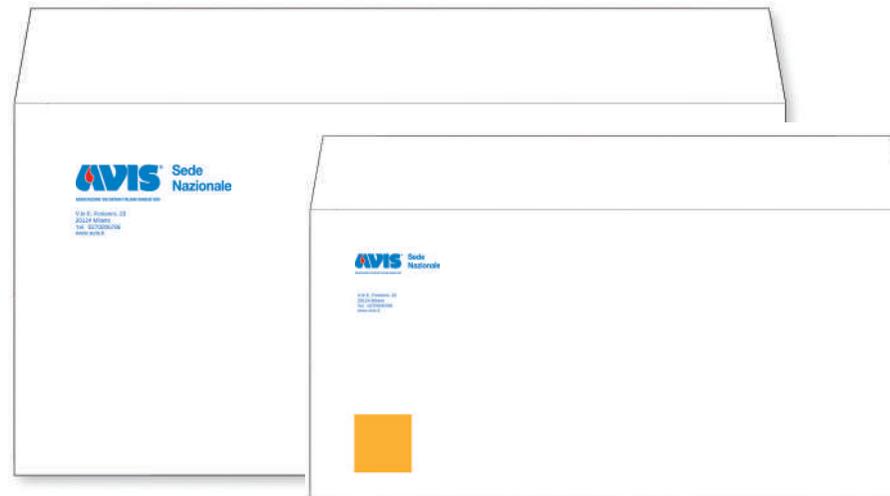
Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.



Ti verrà fornito il link per modificare l'impaginazione del foglio segue lettera realizzato con Canva, che potrai personalizzare con i dati della tua AVIS locale.

Dimensione: formato A4 (210 x 297 mm).

Busta



Disposizione del logo in alto a sinistra che può allungarsi verso destra a seconda della lunghezza del nome della struttura associativa. Indirizzo subito sotto, ciascuna voce su una riga, allineamento a sinistra.

Il riquadro giallo del secondo esempio indica dove posizionare l'eventuale immagine legata ad un evento.

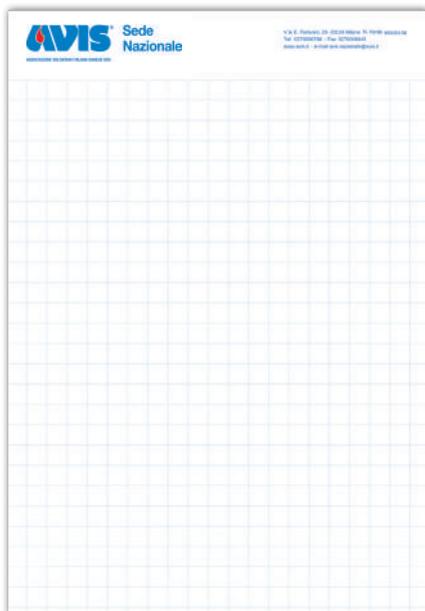
Carattere Helvetica Regular Maiuscolo/minuscolo, corpo 7.

Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.

Queste indicazioni sono valide per ogni formato busta.

Ti verrà fornito il link per modificare l'impaginazione della busta realizzata con Canva, che potrai personalizzare con i dati della tua AVIS locale.

Blocco note



Disposizione del logo in alto a sinistra che può allungarsi verso destra a seconda della lunghezza del nome della struttura associativa.

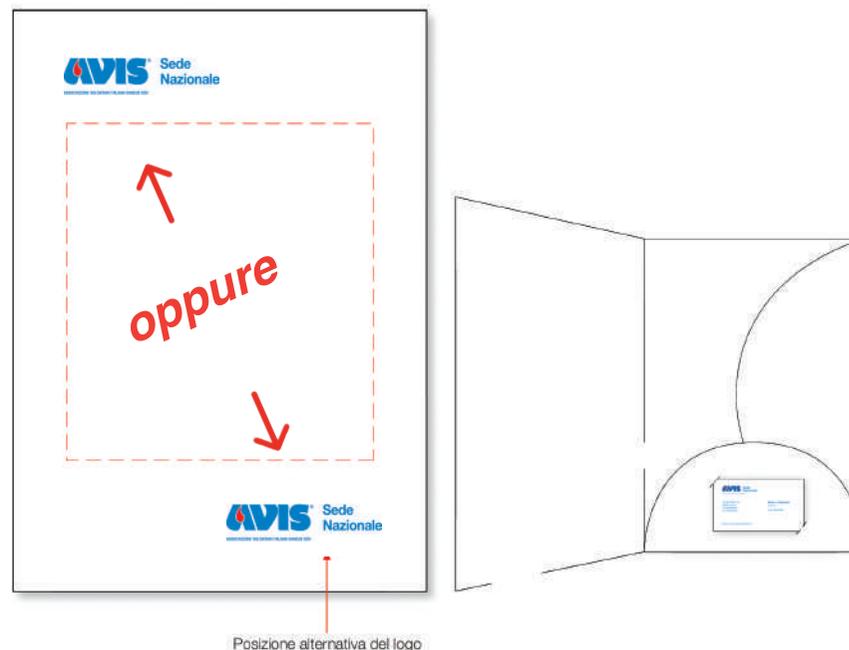
Carattere Helvetica Regular Maiuscolo/minuscolo, corpo 8.

Colori: Pantone Blu 300, (quadrettatura 20%, spessore della linea 0,5 pt). Pantone Rosso 032. Utilizzare il logo locale.

Dimensione: formato A4 (210 x 297 mm)

Ti verrà fornito il link per modificare l'impaginazione del blocco note realizzato con Canva, che potrai personalizzare con i dati della tua AVIS locale.

Cartellina



Sulla copertina il logo può essere posizionato nell'angolo in alto a sinistra **oppure** nell'angolo in basso a destra.

Lo spazio nella parte centrale può essere utilizzato per la descrizione dell'evento e corredato da eventuali loghi o immagini legati all'evento stesso. Sul retro in basso è previsto l'indirizzo e la ripetizione del logo.

All'interno, sul risvolto verticale ci saranno i tagli per il biglietto da visita.

Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.

Dimensione: 230 x 320 mm.

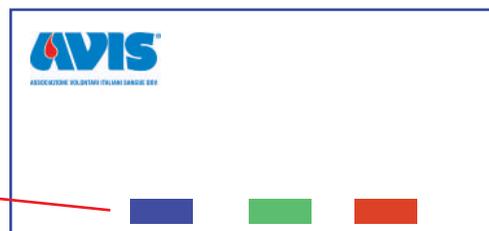
Utilizzare il logo locale.

Posizionamento logo per Eventi

Negli inviti e nei manifesti per eventi e celebrazioni, il logo può essere disposto in alto a sinistra o centrato: a colori su fondo bianco, o bianco su fondo colorato.



I loghi degli enti coorganizzatori o patrocinatori potranno essere posizionati alla base.



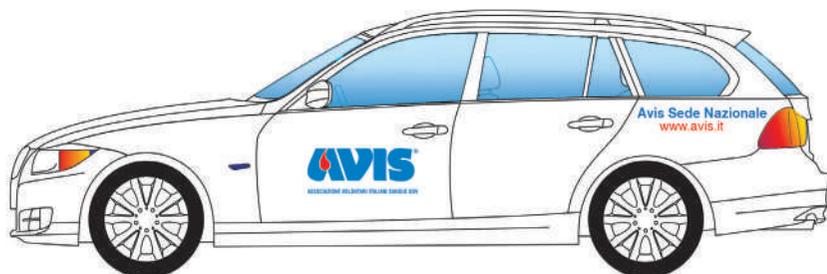
Abbinamento loghi Avis locali

Nelle manifestazioni organizzate da due o più Avis locali, le denominazioni delle differenti strutture associative andranno posizionate al di sotto del logo AVIS o a lato, modificando la dimensione del font. In questo modo si eviterà di ripetere più volte il logo AVIS, ponendo l'accento sull'unicità dell'immagine associativa.

Qualche esempio:



Personalizzazione autovetture

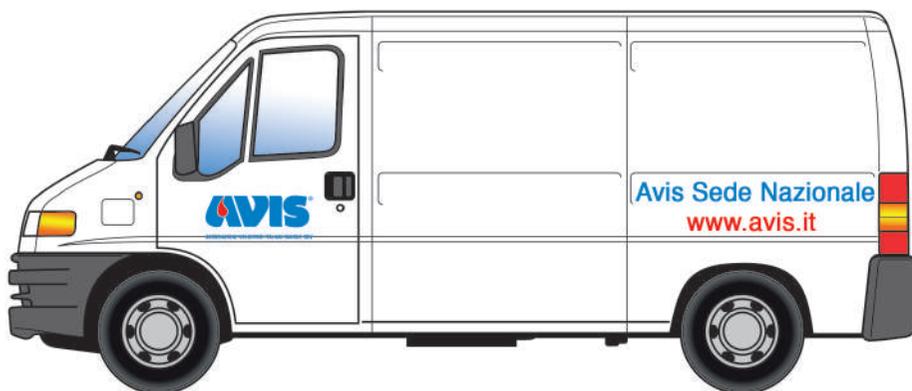


Logo completo sulle portiere anteriori.

Scritta con struttura associativa completa allineata alla parte terminale della fiancata della vettura.

www.avis.it posto sotto la scritta.

Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.



Logo completo sulle portiere anteriori.

Scritta con struttura associativa completa allineata alla parte terminale della fiancata della vettura

www.avis.it posto sotto la scritta.

Colori: Pantone Blu 300, Pantone Rosso 032.

Logo del coorganizzatore o patrocinatore

Nel caso di **abbinamento del logo AVIS con il logo del coorganizzatore o patrocinatore**, quest'ultimo non dovrà superare in altezza e in larghezza quello AVIS in uso.



Dimensioni massime logotipo
del coorganizzatore o patrocinatore

Eventi

Gli eventi

Il successo di un evento dipende anche dall'attenzione alla forma, che significa rispetto per tutte le persone, le istituzioni e le Associazioni con le quali AVIS dialoga. **Chi invitare a una festa o a un convegno? Chi, eventualmente, far parlare?**

Di seguito alcune indicazioni, non vincolanti ma utile spunto per ragionare sugli obiettivi della propria iniziativa. Sul versante interno, sarà sempre opportuno trasmettere gli inviti ai livelli associativi inferiori o superiori. Invitare il presidente di ciascuno di questi livelli è un'ottimo modo per dimostrare l'unità dell'Associazione:

- **AVIS Nazionale**
- **AVIS Regionale**
- **AVIS Provinciale**
- **AVIS Comunali.**

Puoi valutare, a seconda del tipo di iniziativa, se invitare anche i Consigli di ciascuno di questi livelli.

Per iniziative di ambito comunale, ricordarsi sempre dei seguenti:

- sindaco
- assessore comunale con delega alla salute, al sociale, al volontariato o al terzo settore, o all'argomento del convegno
- rappresentanti di altre associazioni di volontariato con le quali si collabora, con un'attenzione speciale per l'argomento del convegno
- esponenti delle principali comunità religiose presenti (parroco, rabbino, imam, etc...)
- medici di medicina generale e trasfusionisti del territorio
- forze dell'ordine presenti sul territorio (Maresciallo dell'Arma dei carabinieri)
- rappresentante dell'Azienda Sanitaria Locale



IL PATROCINIO

Per iniziative di ambito provinciale o regionale, o in comuni capoluogo di provincia, ricordarsi sempre dei seguenti:

- presidente della Regione
- presidente della Provincia (o della città metropolitana)
- assessore alla salute o ai servizi sociali della regione o con la delega all'argomento trattato nel convegno
- sindaco del comune ospitante l'iniziativa
- deputati e senatori residenti nel territorio dell'iniziativa
- prefetto
- questore
- esponenti delle principali comunità religiose presenti (vescovo, rabbino, imam, etc...)
- direttore della Struttura regionale di coordinamento (SRC)
- rappresentanti di SIMTI, dell'Ordine dei medici e di altre Società scientifiche
- rappresentanti del Forum terzo settore e del CSV (regionale o provinciale)
- rappresentanti di altre associazioni di volontariato con le quali si collabora, con un'attenzione speciale per l'argomento del convegno
- rettore dell'Università e preside della facoltà di Medicina
- rappresentanti delle Forze Armate e delle Forze dell'Ordine Regionali o Provinciali
- direttore del Servizio Trasfusionale convenzionato nel territorio dell'iniziativa

Valuterai sulla base delle caratteristiche del convegno e/o delle autorità presenti sul territorio se estendere gli inviti.

Nel caso di convegni o incontri di maggior spessore (scientifico, sociale, trasfusionale) può essere opportuno richiedere il patrocinio ai livelli superiori, prestando però attenzione alla dimensione del convegno stesso - comunale, provinciale o regionale.

Prima di richiedere il patrocinio al livello più elevato - nazionale o regionale - è indispensabile richiedere il patrocinio del livello più vicino - regionale e/o provinciale).



SEQUENZA DEGLI INTERVENTI

Dopo l'introduzione da parte del delegato Avis territoriale, o del presidente o del moderatore, seguono gli interventi dei relatori ospiti.

Nel caso di presenza di più personalità si procede, sia per l'assegnazione del posto a sedere sia per l'ordine di intervento, secondo un preciso schema.

Normalmente **la personalità più illustre parlerà per ultima**, per darle la possibilità di avere un pubblico più numeroso. Inoltre in caso di personalità politiche territoriali si procede sempre per ordine dall'amministrazione locale, via via fino alle cariche centrali:

- sindaco,
- presidente della Provincia,
- presidente della Regione,
- ministro,
- presidente del consiglio,
- presidente della Repubblica

Un buon moderatore, interno o esterno all'Associazione e con una buona conoscenza del galateo e del protocollo, può essere d'aiuto per la riuscita dell'evento.



Articoli per eventi

Negli articoli per gli eventi, il logo AVIS sarà a colori: Blu (Pantone 300) e la goccia in Pantone Rosso 032.

Questi sono gli articoli principali, che contraddistinguono e rendono coerente l'immagine AVIS sul territorio.



Gazebo
300X300 tetto bianco, logo sui 4 lati
(con omologazione ministeriale)



Gagliardetto
in carta raso
17x25,5 cm



Labaro ricamato
delle sedi comunali /
provinciali / regionali



Tessere associative



Bandiera
100x70 cm
150x100 cm



Roll-up
in Pvc
85X200cm



Striscione

in Pvc con anelli per affissione e rinforzi 3x1
300x100 cm

Striscione (prodotto localmente)

Dimensioni: 800x100 cm o in proporzione. La base è la combinazione logotipo/denominazione sociale/struttura associativa. Quest'ultima ha le stesse caratteristiche, ma è posta su una sola riga, dopo la banda della denominazione sociale.

Lo sfondo dello striscione è bianco.

Testo principale in Helvetica Regular, testo secondario (facoltativo) in Helvetica Regular, colore rosso.

Colori: Pantone Blu 300, oppure per quadricromia Cyan 100% + Magenta 40%
Pantone Rosso 032, oppure per quadricromia Giallo 100% + Magenta 100%



E' anche possibile inserire il testo secondario in nero.



I distintivi

Fascia del Presidente

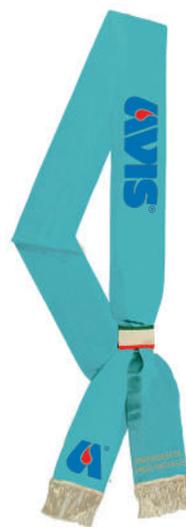
Nel caso di eventi quali premiazioni o cerimonie d'inaugurazione, i presidenti o loro delegati indosseranno la **fascia** appartenente a ciascun livello associativo:

- bianca per le comunali
- azzurra per le provinciali
- gialla per le regionali
- rossa per il nazionale

Le fasce sono disponibili e acquistabili da Emoservizi.



**Presidente
AVIS
comunale**
in raso



**Presidente
AVIS
provinciale**
in raso



**Presidente
AVIS
regionale**
in raso



**Presidente
AVIS
nazionale**
in raso

Le Benemerenze

In occasione delle Feste Sociali dove è prevista la **premiazione con le benemerenze** dei soci, per evitare chiamate di donatori non presenti, si allestirà un banchetto all'ingresso dotato degli elenchi dei premiati. Si procederà con la spunta di coloro che arrivano e quindi effettivamente presenti, facilitando il lavoro del presentatore, che non chiamerà donatori assenti e renderà più veloce e fluida la manifestazione.

Un consiglio nella chiamata dei premiati: iniziare sempre dalle benemerenze più alte e concludere con quelle minori. In questo modo i giovani rimangono in sala ad applaudire ed omaggiare i donatori che hanno molte donazioni o molti anni di appartenenza. I distintivi sono disponibili e acquistabili da Emoservizi.



Gli omaggi

Nell'organizzazione degli eventi è opportuno provvedere a un omaggio - preferibilmente con il logo dell'Associazione - per le più importanti autorità presenti ed eventualmente per i partecipanti,

Sul sito di Emoservizi è disponibile una serie ampia di gadget adatti a ogni tipologia di evento e di ospite.

Di seguito qualche esempio.

Sui cappellini, il logo sarà a un solo colore



Le penne avranno il logo a due colori stampato su fusto o su clip.



Oppure il logo bianco su fondo colorato.



Il logo per i capi di abbigliamento sarà a due colori su fondo bianco, o bianco su fondo colorato.



Felpe



Polo



T-shirt

Social Media



Il circolo virtuoso del donatore

L'esperienza del donatore può diventare sui social media un **circolo virtuoso** di idee e comportamenti positivi.

CONSAPEVOLEZZA

Se ne sento parlare sui social media, prendo consapevolezza di un'opportunità.

VALUTAZIONE

Prendo in considerazione l'idea di donare.

AZIONE

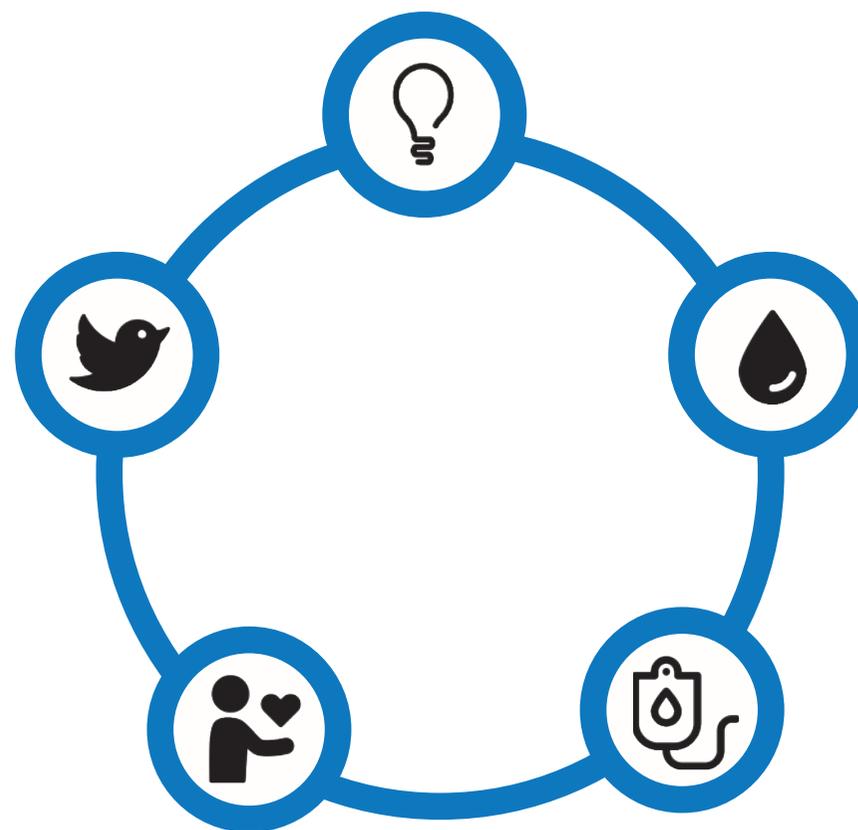
Posso tradurre il pensiero in azione, quindi mi reco in associazione a donare.

FIDELIZZAZIONE

Se l'ho fatto una volta, lo rifaccio.

PORTAVOCE

Se divento un donatore, posso condividere la mia esperienza e indurre altre persone a farlo.



Il calendario editoriale

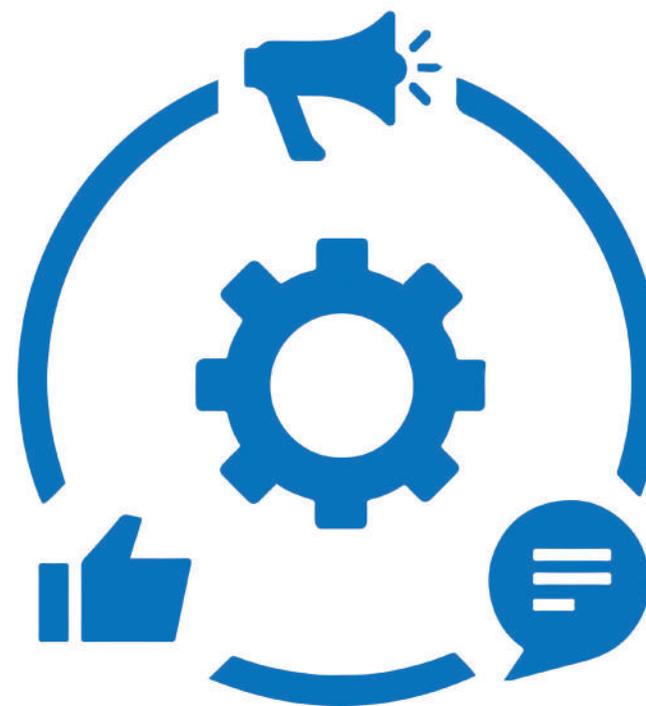
Una corretta gestione dei social media ha origine nell'organizzazione di un buon **piano editoriale**. Si tratta di pianificare con strumenti molto semplici quali e quanti contenuti pubblicare sui **Facebook** e **Instagram**.

Organizzare i contenuti in anticipo consente di fare una selezione di ciò che è coerente con l'immagine e i valori AVIS e di dare la percezione di un'organizzazione puntuale e strutturata. Di solito è il cosiddetto Social Media Manager che se ne occupa, ma se non c'è una figura addetta è importante individuare un team di persone che si occupi dell'approvazione dei contenuti.

Con un buon piano editoriale è possibile creare rubriche, tenere a mente le ricorrenze, promuovere eventi e manifestazioni. L'organizzazione è il primo passo per garantire una presenza costante e coerente di AVIS.

Il calendario editoriale deve essere condiviso con il team di persone addette alla pubblicazione e realizzarlo è molto facile. Per prepararlo si consiglia l'uso di **Excel**, che è già diviso in celle, ma va bene qualsiasi altro strumento che permetta di creare una tabella.

AVIS Nazionale produce contenuti condivisibili, che riportano solo il logo AVIS e non la denominazione AVIS Nazionale, perché le Avis Comunali possano attingere ai post ed utilizzarli nei loro piani editoriali.



Il calendario editoriale

DATA	POST	TESTO	TIPO	ORA	TAG
28/02/2020	Scadenza presentazione domande	Non aspettate l'ultimo momento: si rischia di sovraccaricare il sistema e di bloccarlo. Prendetevi un attimo, leggete con calma i progetti e le indicazioni su https://www.avis.it/unisciti-a-noi/servizio-civile/ , e poi cliccate INVIO.	Testo + immagine	12.00	#serviziocivile #avisnazionale

Programmare i contenuti: gli strumenti

Una volta impostato il piano dei contenuti da pubblicare con cadenza regolare è possibile usare degli strumenti specifici per la programmazione.

Facebook

Facebook mette a disposizione uno strumento interno di programmazione. Basta creare il contenuto e indicare data e orario in cui si desidera pubblicarlo.

Come si programmano i post e come si gestiscono i post programmati per la Pagina?

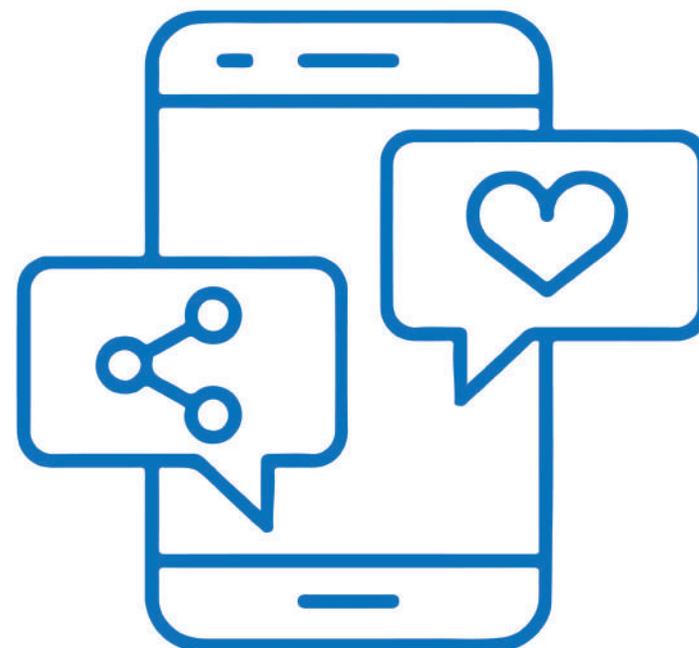
Le istruzioni sono all'interno di Facebook al link

<https://www.facebook.com/help/389849807718635>

Instagram

Instagram, a differenza di Facebook, per ora non ha uno strumento di programmazione interno. Tuttavia esistono applicazioni molto semplici che permettono di scrivere il post, aggiungere un'immagine o un video, inserire gli hashtag, l'ora e il giorno che si preferisce.

Un esempio è **Later** oppure **Postpickr**.



La pubblicazione delle immagini

Come tutti sappiamo non è possibile pubblicare immagini coperte da diritti d'autore. In caso di dubbio, cercare sempre le indicazioni di eventuali diritti o proprietà.

Noi consigliamo di produrre le immagini in autonomia.

Nel caso in cui non fosse possibile, è meglio evitare di scaricare immagini da internet con una ricerca generica, e invece usare siti web appositi quali:

Pixabay, The Stocks, Unsplash, Pexels - immagini gratuite

Fotolia, IStockPhoto, Shutterstock - immagini a pagamento

Ove possibile, è opportuno far firmare la liberatoria per l'utilizzo dell'immagine a tutti i soggetti ritratti nelle fotografie che veicoliamo. In particolare, occorre prestare molta attenzione ai minori, per i quali è essenziale ottenere una liberatoria dei genitori.

Ricordatevi di non pubblicare immagini tratte dalla rassegna stampa di AVIS Nazionale, in quanto coperte da diritto d'autore.



Facebook

Profilo o pagina?

Tutte le sedi di AVIS su **Facebook** dovranno essere presenti tramite una **pagina**, mai un profilo.

Facebook offre la possibilità ad aziende e associazioni di aprire una pagina, cioè una sorta di profilo ma con la possibilità di utilizzare strumenti esclusivi e di affidarne la gestione a qualcuno in particolare.

L'amministratore della pagina può essere modificato sempre e senza nessuna limitazione.

Chiunque sia l'addetto è libero di attribuire ad altri il ruolo di editor, moderatore, analista, ecc. per collaborare ad un corretto mantenimento della pagina.

Creare una pagina su Facebook, a differenza del profilo personale, che prevede di accettare la richiesta di amicizia, consente di incontrare facilmente proprio il nostro pubblico e comunicargli AVIS e i suoi valori, creando un circolo virtuoso.

Avis Nazionale produce contenuti condivisibili, che riportano solo il logo AVIS e non la denominazione AVIS NAZIONALE, perché le Avis Comunali possano attingere ai post ed utilizzarli nei loro piani editoriali.



PAGINA



PROFILO

Denominazioni

Il nome è la firma di AVIS, la sua identità.

NOME PAGINA

Il **nome della pagina** aiuta il visitatore a identificare la natura della stessa. Per questo motivo, è stato stabilito un linguaggio unico e unificato, da applicare ad ogni realtà (nazionale, regionale, provinciale e comunale).

NOME UTENTE

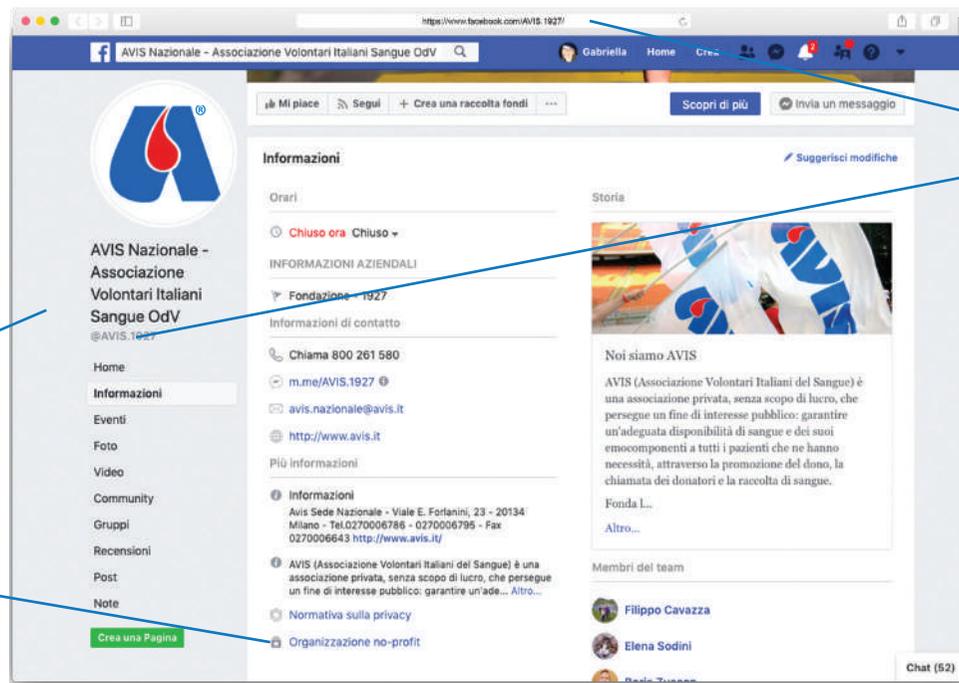
Il **nome utente** è l'URL, cioè il vostro indirizzo web su Facebook. Si tratta del nome che compare sotto al nome della pagina accanto alla chiocciola e nella barra del browser in cui è presente l'indirizzo web.

CATEGORIA PAGINA

Ogni pagina deve appartenere a una **categoria** (es. organizzazione no-profit) e in base alla categoria scelta Facebook propone diverse funzioni. La categoria compare nelle informazioni della pagina stessa ed è modificabile.



Esempi di denominazioni



NOME PAGINA
AVIS Nazionale
Associazione Volontari
Italiani Sangue ODV

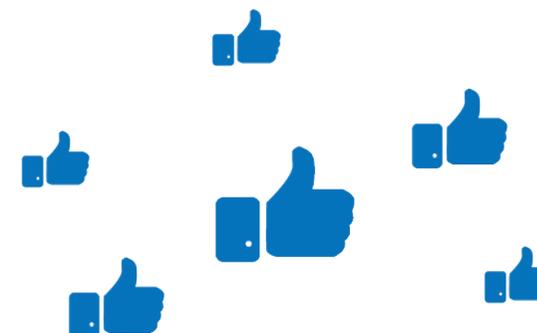
CATEGORIA PAGINA
Organizzazione no-profit

NOME UTENTE
@AVIS.1927
<https://www.facebook.com/AVIS.1927/>

Altri esempi

AVIS NAZIONALE
AVIS Nazionale
Associazione Volontari Italiani Sangue ODV
AVIS REGIONALE
AVIS Sicilia
Associazione Volontari Italiani Sangue ODV

AVIS PROVINCIALE
Avis Provinciale di Palermo
Associazione Volontari Italiani Sangue ODV
AVIS COMUNALE
Avis Palermo
Associazione Volontari Italiani Sangue ODV



Le immagini su Facebook

Le immagini contribuiscono a presentare la vostra pagina come facente parte della rete di associazioni AVIS in Italia.

IMMAGINE COPERTINA

L'immagine di copertina è un'immagine di grandi dimensioni visualizzata nella parte superiore. Tutte le immagini di copertina sono pubbliche, pertanto chiunque potrà vederla.

Ogni AVIS sarà libera di intervenire nello spazio di copertina autonomamente, considerando che attraverso la copertina si veicola l'immagine non solo della sede ma dell'intera Associazione.

Le immagini di copertina devono rispettare le dimensioni indicate da Facebook e non possono essere ingannevoli o fuorvianti o non rispettare il copyright di qualcun altro.

IMMAGINE PROFILO

Poiché è l'immagine visibile anche accanto ai post e ad altre attività su Facebook, risulta di fondamentale importanza utilizzare come immagine del profilo il **logo ufficiale AVIS**. Il logo è disponibile nel gruppo Facebook di AVIS Nazionale, sul quale sono contenute singolarmente le sezioni di questa Guida.



Le dimensioni delle immagini su Facebook

Per evitare di pubblicare immagini non perfettamente visualizzabili Facebook ha suggerito che le immagini debbano avere le seguenti dimensioni*:

IMMAGINE COPERTINA

820 x 312 pixel

IMMAGINE PROFILO

170 x 170 pixel

POST

1200 x 900 pixel

COVER EVENTO

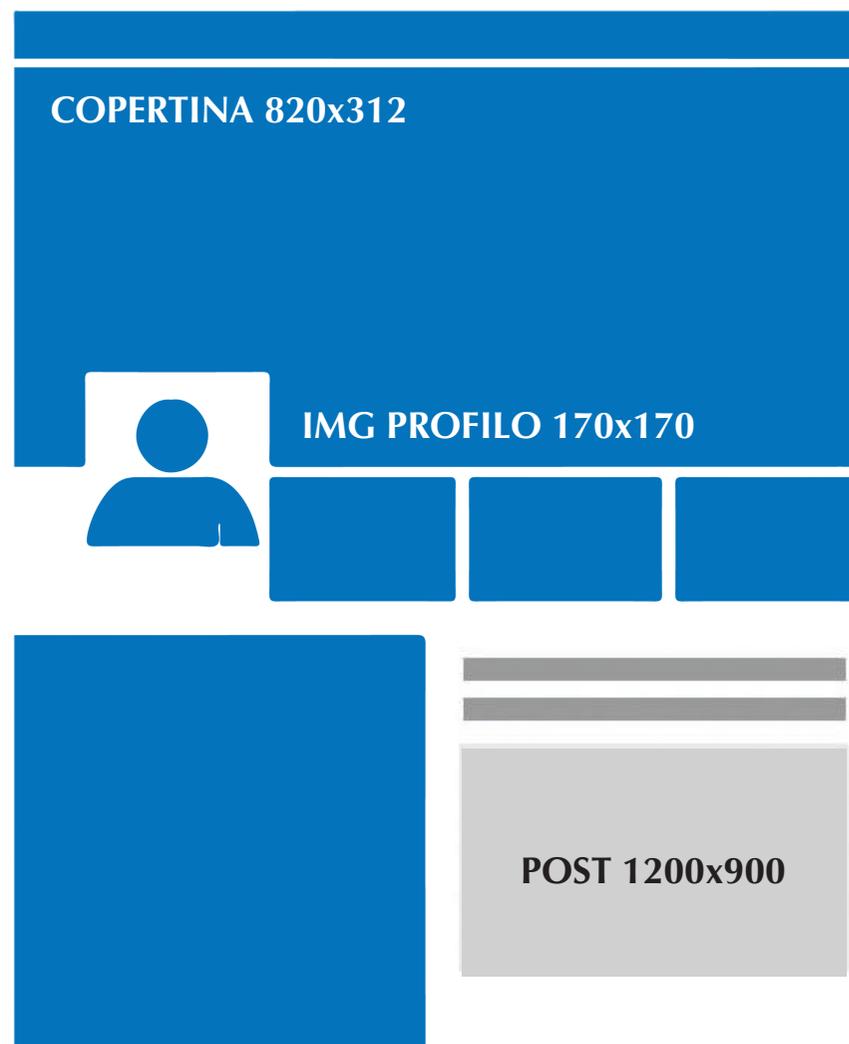
1200 x 628 pixel

COVER GRUPPI

1640 x 856 pixel

IMMAGINE EVENTO

1200 x 628 pixel



*<https://www.facebook.com/help/125379114252045>

La misurazione dei post

La verifica di quanto fatto e del raggiungimento o meno degli obiettivi è fondamentale.

Imparare a leggere le metriche di Facebook non è semplicissimo ma si tratta di imparare ad usare un metodo.

Gli **Insights** offerti dalle pagine sono già una buona base di partenza.

Analizziamo per esempio la performance di un post che invita alla donazione:

- ci sono state 1318 **condivisioni** (l'atto di "approvazione" più importante che il nostro pubblico può fare su FB)
- sulle condivisioni ci sono stati 3547 **like** e **reazioni**: quindi un nuovo pubblico, o un pubblico non già fidelizzato, ha interagito con il post
- ci sono stati 166 **commenti**.

Sono i commenti che generano conversazioni ed è il fatto di essere presenti e rispondere che fa sentire le persone accolte.

Anche quando il dibattito è polemico o ci sono punti di vista diversi.



Instagram



Profilo o pagina?

La presenza digitale di AVIS su [Instagram](#) è funzionale a comunicare in modo immediato il valore della tua associazione attraverso racconti fotografici e/o video.

Le diverse sedi dovranno creare preferibilmente una [pagina](#) per due ragioni in particolare:

- 1.** per collegarla alla pagina Facebook e usufruire dei servizi integrati delle due piattaforme (sponsorizzazione, ecc.)
- 2.** per visualizzare i dati relativi alle performance dei contenuti pubblicati ed eventualmente correggere il piano editoriale.

Avis Nazionale produce contenuti condivisibili, che riportano solo il logo AVIS e non la denominazione AVIS NAZIONALE, perché le Avis Comunali possano attingere ai post ed utilizzarli nei loro piani editoriali.



PAGINA



PROFILO

Denominazioni

Il nome è la firma di AVIS, la sua identità.

NOME UTENTE

Il **nome utente** è il nome che compare accanto alla chiocciola.

AVIS Nazionale - Associazione Volontari Italiani Sangue ODV
@AVIS.1927

BIOGRAFIA

La biografia è la sezione che compare immediatamente sotto al nome della pagina e sotto all'immagine del profilo. Serve a descrivere in breve la pagina, quindi l'associazione con la possibilità di aggiungere dei collegamenti al sito web, alla mail o al telefono, all'indirizzo della sede AVIS.



Le immagini su Instagram

Le immagini contribuiscono a presentare la vostra pagina come facente parte della rete di associazioni AVIS in Italia.

Per quanto riguarda le dimensioni delle immagini Instagram occorre stare attenti a quella della foto profilo e ovviamente a quelle pubblicate normalmente che verranno visualizzate nello stream.

IMMAGINE PROFILO

Poiché è l'immagine visibile anche accanto ai post e ad altre attività su Instagram, risulta di fondamentale importanza utilizzare come immagine del profilo il **logo ufficiale AVIS**. Il logo è disponibile su richiesta ad AVIS Nazionale.



ALTRE IMMAGINI

È importante ricordare che tutte le immagini che scegliamo di pubblicare devono essere di alta qualità perché contribuiscono all'immagine e alla visibilità di AVIS. Prima su Instagram era possibile pubblicare solo immagini quadrate ma da un po' la piattaforma consente di pubblicare in formato Landscape, Portrait e sulle Stories.

Le dimensioni delle immagini su Instagram

Per evitare di pubblicare immagini non perfettamente visualizzabili Instagram ha suggerito che le immagini debbano avere le seguenti dimensioni:

FOTO PROFILO INSTAGRAM

160 x 160 pixel

FOTO QUADRATA

1080 x 1080 pixel

FOTO LANDSCAPE

1080 x 566 pixel

FOTO PORTRAIT

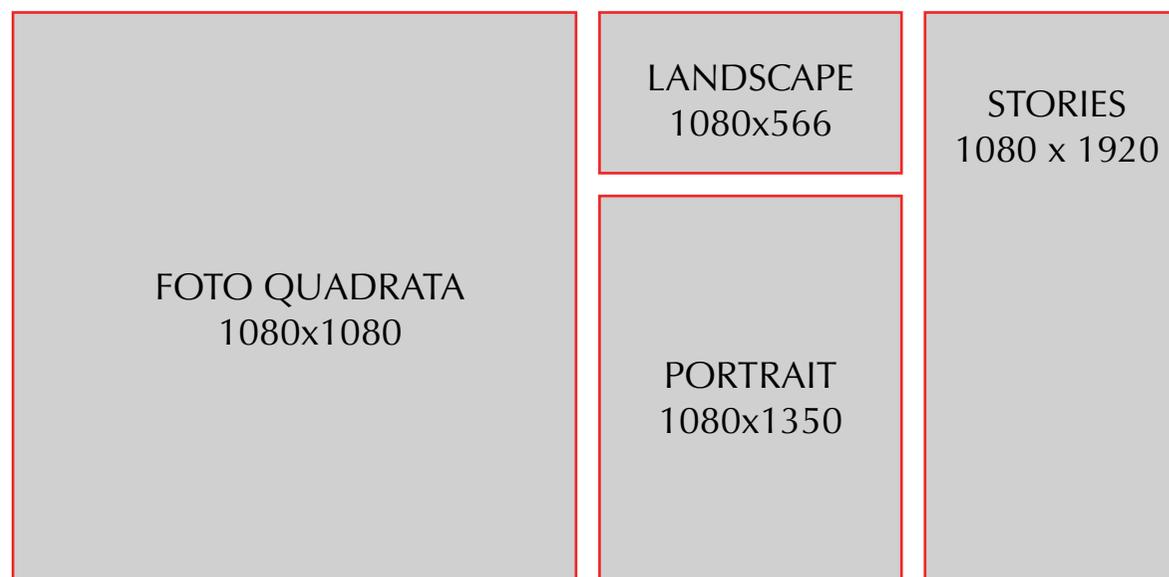
1080 x 1350 pixel

STORIES

1080 x 1920 pixel

IGTV

1080 x 1920 pixel



La misurazione dei post

La verifica di quanto fatto e del raggiungimento o meno degli obiettivi è fondamentale.

Imparare a leggere le metriche di Facebook, quindi di Instagram, non è semplicissimo ma si tratta di imparare ad usare un metodo.

Gli **Insights** offerti dalle pagine sono già una buona base di partenza.

Occorre ricordare che i dati sono forniti da Instagram solo nel caso in cui si tratti di una pagina e non di un profilo.

Come sempre, sono i commenti che generano conversazioni ed è il fatto di essere presenti e rispondere che fa sentire le persone accolte.

Anche quando il dibattito è polemico o ci sono punti di vista diversi.



Suggerimenti per la scrittura dei post

Il post sarà perfetto se, oltre a seguire queste regole, ci aggiungeremo l'ingrediente segreto: scriviamo mettendoci sempre nel punto di vista di chi ci leggerà.

TESTO

È importante pensare all'emozione che si vuole suscitare e a una storia ad essa collegata per aumentare la possibilità di entrare in empatia col lettore. Magari aggiungere una domanda che incoraggi a commentare e interagire facilita la relazione. Ricordiamoci che parliamo a nome di un'associazione apolitica!

EMOJI

Aggiungere al testo le emoji, senza esagerare, aiuta a rafforzare il messaggio, le emozioni che si vogliono trasmettere e l'immagine di AVIS.

IMMAGINI

Foto, immagini, illustrazioni e video contribuiscono a completare il racconto e rendono riconoscibile AVIS. Dopo essersi assicurati l'approvazione a pubblicare eventuali foto di persone nel rispetto della privacy, inserire il logo su ogni immagine e utilizzare font e colori come indicato sul manuale.

HASHTAG

Inserire nel testo gli hashtag, in particolar modo su Instagram, rende rilevante e visibile il contenuto. È preferibile usare insieme quelli generici e l'hashtag **ig_avis**

Esempi di pagine AVIS



I gestori della pagina Instagram usano il **logo ufficiale AVIS**, una **biografia** esplicativa con rimando al sito web e all'indirizzo della sede. Seguono inoltre un **piano editoriale** con rimandi ad AVIS Nazionale e contenuti di produzione propria.



Questa pagina Facebook, oltre a rispettare le linee guida sull'uso del **logo ufficiale AVIS**, segue un **piano editoriale** ben preciso. Risulta evidente che le pubblicazioni di rubriche, repost e immagini di produzione propria avvengono con cadenza regolare.



La pagina facebook di questa sede AVIS non rispetta le indicazioni suggerite sull'uso del **logo ufficiale AVIS** e della sua immagine. Scorrendo tra i contenuti della pagina risulta un uso improprio dei colori e delle immagini pubblicate.

Comunicazione di crisi

Rispondere sempre e in tempi ragionevoli ai messaggi è importantissimo, perché fa capire a chi ci scrive che abbiamo interesse e cura di lui.

Tuttavia la pagina è casa nostra e le regole le stabiliamo noi!

Sulla pagina può scatenarsi una polemica che incide negativamente su AVIS e sulla sua immagine.

In questi casi occorre avere delle regole per agire nel modo migliore:

- CREARE UNA SQUADRA CHE GESTISCA QUESTE SITUAZIONI, CON L'INDISPENSABILE PRESENZA DI UN DIRIGENTE ASSOCIATIVO (PRESIDENTE O SUO DELEGATO)
- SUDDIVIDERSI I COMPITI E GLI AMBITI DI INTERVENTO (SOCIAL, STAMPA, COMUNICAZIONE INTERNA, ETC)
- PREDISPORRE L'ELENCO DELLE FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS), OSSIA DELLE RISPOSTE ALLE PROBLEMATICHE PIÙ COMUNI CHE SI PRESENTANO
- RISPONDERE SEMPRE CON TONI CIVILI
- ENTRARE SEMPRE NEL MERITO DEI FATTI, POSSIBILMENTE CITANDO LE FONTI
- DECIDERE QUANDO È POSSIBILE ALLONTANARE UN UTENTE



AVIS giovani

La presenza dei **giovani avisini** è di fondamentale importanza e supporto. La partecipazione giovanile è così attiva e dinamica che esistono numerose iniziative organizzate dai ragazzi in tutta Italia, apprezzate e incoraggiate.

È bene ricordare che tutti i volontari donatori parlano a nome di AVIS, sia che si tratti di adulti che di giovani. **Pertanto qualsiasi attività di comunicazione deve essere coerente con le linee guida nazionali.**

In caso di dubbi consultare questo manuale e il gruppo Facebook di AVIS Nazionale, sul quale sono contenute singolarmente le sezioni di questo documento e la modulistica.

AVIS Nazionale potrà fornirvi il logo Giovani e il font **Freehand**, per personalizzare il logo a livello locale, con la scritta in Rosso Pantone 032.



Guida all'uso dell'immagine coordinata AVIS

A cura dell'Ufficio stampa e comunicazione di AVIS Nazionale

febbraio 2020 - tutti i diritti riservati

