

## Scheda strumenti comunicativi

<b>STRUMENTO DI COMUNICAZIONE</b> Prodotto cartaceo/editoriale realizzato da agenzia esterna
<b>CARATTERISTICHE</b> <b>Esempi di materiali cartacei:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- cartoncini inviti (cm. 10X21)</li><li>- volantini o flyer (fronte/retro cm. 10X21)</li><li>- pieghevoli o folder (da 4 a 8 facciate di solito)</li><li>- locandine (cm. 30X60 o 30X70)</li><li>- manifesti (cm. 70X100)</li><li>- prodotti editoriali vari con foliazioni variabili (libri, opuscoli, ecc.)</li></ul>
<b>TEMPI</b> (scadenze da rispettare) I tempi di attivazione di questi strumenti variano in base alla complessità dei contenuti, della grafica, della stampa e alla tiratura. Generalmente, una volta stabiliti i contenuti, il tempo minimo per: <ul style="list-style-type: none"><li>• Impostare, scegliere, arrivare alla versione definitiva del layout</li><li>• Stampare i materiali</li><li>• Distribuirli</li></ul> è di circa <b>3/4 settimane</b> (può ridursi a 1/2 settimane se la stampa è in digitale e se anche tutte le altre caratteristiche – contenuti, grafica, tiratura – lo consentono). N.B. in base al momento in cui si sceglie di “uscire” con la campagna di comunicazione si scorre a ritroso per capire quando attivare l’iter.
<b>REFERENTE/I DELLA COMUNICAZIONE CHE PRESIEDE/ONO ALLO STRUMENTO</b> Il dirigente dell’Area Comunicazione insieme al suo staff collaborano con i servizi/uffici responsabili dell’iniziativa/evento da promuovere per scegliere contenuti/stile grafico/approvare versione definitiva per andare in stampa. L’Area Comunicazione fa da trait-d’union tra questi e i consulenti esterni che vanno attivati (es: agenzia grafica – agenzia di prodotti multimediali – distribuzione, fornitori vari).
<b>NOTE</b> Attenzione ai costi: anche quelli di comunicazione (progetto grafico, stampa, distribuzione) vanno calcolati dai singoli servizi al momento della progettazione dell’iniziativa da promuovere. Programmare per tempo la distribuzione con chi se ne dovrà occupare (ditta esterna? commessi?): è compito del servizio responsabile della campagna con eventuale collaborazione dell’Area comunicazione.