



## Staff Comunicazione e Partecipazione del Comune di Prato

**Mail** [staffcomunicazione@comune.prato.it](mailto:staffcomunicazione@comune.prato.it)  
**PEC** [comune.prato@postacert.toscana.it](mailto:comune.prato@postacert.toscana.it)  
**Web** [www.comune.prato.it](http://www.comune.prato.it)

## Kit per la comunicazione online (bozza 1.0 del 30/06/2021)

Linee guida per un corretto utilizzo dello Stemma Istituzionale e del Marchio di comunicazione del Comune di Prato sui prodotti video e sui Social network sites.

### Premessa

Il presente documento, denominato "kit per la comunicazione online" (d'ora in poi KIT), contiene alcune **linee guida pratiche per l'utilizzo sui prodotti video e sui social network dello stemma istituzionale del Comune di Prato** (d'ora in poi STEMMA), **del marchio di comunicazione da esso derivato** (d'ora in poi MARCHIO), **delle combinazioni tra STEMMA/MARCHIO con eventuali altri marchi.**

Le linee guida del presente KIT si riferiscono ai prodotti digitali video ed ai post dei social network realizzati e/o diffusi dal Comune di Prato sui propri canali istituzionali.

Queste linee guida prendono le mosse dal "Manuale del sistema di identità visiva del Comune di Prato" (d'ora in poi MANUALE) approvato con DGC n. 378/2006, che ha definito il restyling dello STEMMA del Comune di Prato, ha ideato il MARCHIO come strumento di comunicazione e definito le regole per il loro utilizzo.

Il presente KIT si è reso necessario poiché il MANUALE è stato ideato ed approvato nel 2006, quando l'uso di internet non era ancora così preponderante come oggi ed i social network sites non erano ancora utilizzati dalla pubblica amministrazione, pertanto non contiene disposizioni esplicite per l'utilizzo di STEMMA e MARCHIO nÈ dentro i filmati video nÈ sui social network, esigenze queste che si manifestano oggi in modo impellente.

Si ricorda inoltre che, dieci anni dopo il MANUALE, a valle dello studio sul brand "Città di Prato" è stato prodotto un ulteriore marchio, la lettera P con la dicitura "Città di Prato", approvato con delibera CC 117 del 30/11/2017, d'ora in avanti denominato CITTÀ. Il suo utilizzo è possibile e consigliato in tutti quei prodotti che hanno meno legame con l'attività amministrativa ordinaria e più con la città e la sua l'immagine complessiva.

Sia per quanto sopra esposto, che per la mutevolezza che caratterizza gli strumenti digitali e social più utilizzati, il presente KIT non contiene una regolamentazione stringente, ma dà alcune linee guida per chiarire come declinare sugli strumenti di comunicazione social e video i materiali grafici del MANUALE.

Il presente KIT verrà aggiornato periodicamente.



## **Utilizzo stemma, marchio e altri marchi nei video**

### **Indicazioni generali**

Preso atto dei materiali ufficiali a disposizione e delle attuali esigenze di comunicazione, **per la comunicazione via social e per identificare i prodotti video del Comune di Prato, si dovrà privilegiare l'utilizzo del MARCHIO** del Comune di Prato, sia per la sua iconicità che per una prassi nell'utilizzo già consolidata su questi strumenti.

**Nei prodotti video** a carattere informativo, educativo, promozionale (es tutorial per accesso facile e/o servizi comunali, giornate internazionali di tutela dei diritti o di promozione di tematiche sociali, ambientali, etc) **il MARCHIO dovrà utilizzato nel seguente modo:**

- si privilegerà il **MARCHIO nella versione di colore bianco (positivo)** che può essere riprodotto sia su fondo a tinta unita che su fondo immagine diverso; qualora la presenza di un fondo chiaro o immagine in movimento ne pregiudichi la leggibilità, si potrà usare un fondo trasparente opacizzante da inserire tra il MARCHIO e l'immagine sottostante al fine di farlo emergere in modo nitido; nel caso in cui il MARCHIO risulti comunque non leggibile si potrà usare il marchio versione "negativo" (nero) su fondo chiaro;
- **il MARCHIO dovrà essere sempre presente in chiusura di video e ogni volta che possibile anche in apertura;** in chiusura di video il marchio dovrà essere l'ultimo elemento che viene visualizzato;
- **il MARCHIO dovrà essere visualizzato preferibilmente da solo e al centro della immagine oppure in abbinamento con il marchio specifico del progetto,** ricorrenza o evento da promuovere o di altro ente / istituzione che copromuove con il Comune di Prato il servizio o l'evento oggetto del filmato;
- possono fare eccezione alle indicazioni sopra riportate quei video che, pur realizzati dal Comune di Prato, servono per la promozione di progetti specifici caratterizzati da un forte multipartenariato o da una internazionalità o da un'identità visiva specifica molto specifica e spesso corredata da uno studio di identità visiva autonomo (es. Museo di Palazzo Pretorio, Prato Circular City, PRISMA, etc...); **i suddetti video dovranno comunque contenere, almeno a fine video, un marchio o elemento identificativo del Comune di Prato, a scelta fra STEMMA o MARCHIO o CITTÀ.**

**Nei prodotti video** di cui sopra, realizzati dal Comune di Prato, si dovrà prevedere sempre una sigla di apertura che espliciti il titolo del video e l'Ente o il progetto nell'ambito del quale il video stesso è realizzato, salvo quando esigenze di natura specifica (es. spot promozionali) non ne consiglino di esplicitare queste informazioni, che dovranno essere comunque presenti, al termine del video stesso.

**Le sigle tipo e le titolazioni tipo sono disponibili come allegati al presente documento.**



## **Utilizzo stemma, marchio e altri marchi su Facebook e YouTube**

### **Programmazione dei post – piano editoriale**

Lo Staff Comunicazione e Partecipazione gestisce la pagina Facebook @comunediprato <https://www.facebook.com/comunediprato>. Al fine di dare regolarità e periodicità alla propria attività editoriale è stata predisposta una programmazione di tipo settimanale, che viene aggiornata quotidianamente, grazie ad un file excel che contiene data e ora di programmazione, testi, tag, hashtag, immagini. **Le indicazioni del presente KIT dovranno essere recepite anche nella suddetta programmazione.**

### **Utilizzo stemma, marchio e altri marchi in copertine e immagini profilo**

L'uso dello STEMMA o del MARCHIO sui social network richiede alcuni aggiustamenti rispetto a quanto previsto dal MANUALE per i seguenti motivi:

- i social network vengono soprattutto fruiti tramite smartphone, che non consentono a STEMMA e MARCHIO di essere, come previsto dal MANUALE, nella dimensione di almeno 22 mm di altezza per lo STEMMA e di 17 mm di altezza per il MARCHIO, in quanto l'immagine identificativa della pagina è alta circa 10 mm sui dispositivi mobili.
- alcune disposizioni previste dal MANUALE, come il fatto che l'utilizzo dello STEMMA a colori volumetrico vada utilizzato per la stampa in alta definizione (MANUALE pag. 18 sez. 11.16) risulta contraddittoria rispetto alla previsione dell'uso del volumetrico per "presentazioni multimediali" (MANUALE pag 94 sez. 6.7) ovvero situazioni con definizione in bassa risoluzione (si pensi alla proiezione di una presentazione).
- Infine, già adesso, sul sito web del Comune di Prato non viene utilizzato il MARCHIO, come previsto dal MANUALE (pag. 88 e seguenti) ma lo STEMMA senza il logotipo (utilizzo che il MANUALE consente pag. 8 sez 1.16 solo per "casi eccezionali", scelta dettata anche dalla distinzione rispetto alla Intranet comunale di colore verde) mentre sulla pagina Facebook e sul canale YouTube si è sempre utilizzato lo STEMMA completo di logotipo, nonostante che questo contribuisca a ridurre la dimensione e che il testo del logotipo "Comune di Prato" risulta ridondante rispetto all'identico nome della pagina che i social riportano proprio a fianco della suddetta immagine. Non a caso la maggior parte dei Comuni italiani di medio/grande dimensione usa sui social stemmi semplificati, nelle forme e nei colori, senza logotipo o anche senza corona che lo sormonta e/o verzure laterali.

A seguito di queste considerazioni, si consiglia di **utilizzare per la comunicazione online tramite sito web e pagine social lo STEMMA in formato a colori bidimensionale (senza ombreggiature) privato del logotipo**, ovvero senza il lettering "Comune di Prato" ogni volta in cui lo strumento web o social preveda un apposito e separato campo di testo per inserire l'informazione "Comune di Prato" in prossimità dello STEMMA (es. Facebook e YouTube).



## ***Caratterizzazione post Facebook***

Al fine di rafforzare ulteriormente l'informazione istituzionale e di servizio che deve essere resa dalla pagina Facebook comunale e di rendere i post meglio distinguibili nel flusso continuo e costante di immagini che caratterizzano i social, vengono **individuare alcune tipologie di post per i quali l'immagine fotografica potrà essere caratterizzata dalla presenza di elementi grafici collegati al MARCHIO** nel seguente modo.

**Le personalizzazioni previste per il momento sono le seguenti:**

- post relativi a "**Promozione dei servizi online**": individuazione di una o più foto per le diverse tipologie di servizi da promuovere, da caratterizzare con una **banda colorata sulla linea di base di colore blu (il blu dello STEMMA), con il MARCHIO in positivo in basso a destra sopra alla banda colorata e con una scritta bianca maiuscola sulla sinistra recante la dicitura SERVIZI ONLINE.** L'uso di una foto iconica richiama ad un comportamento standard, in questo caso una "buona abitudine" che la ripetizione dell'immagine dovrebbe rafforzare.

Successivamente le personalizzazioni potranno estendersi a queste altre tipologie di post:

- "modifiche alla viabilità programmate e non programmate";
- "eventi del weekend".

## ***Caratterizzazione delle dirette video***

Nei video relativi a dirette Facebook e/o YouTube di **sedute pubbliche degli organi istituzionali o di celebrazioni di ricorrenze istituzionali** e progressivamente si procederà, quando tecnicamente possibile, a fare in modo che il video venga trasmesso con la **sovrimpressione (overlay) dello STEMMA del Comune di Prato che verrà visualizzato in basso a destra accompagnato da una banda orizzontale di colore bianco**, sopra la quale potrà essere sovrascritto, se tecnicamente possibile, il nome dell'evento e/o del relatore.



## ***Metodologia di lavoro***

Gli uffici comunali - così come i soggetti esterni all'Ente che in virtù della concessione di un patrocinio o dell'affidamento di un servizio/incarico per la produzione di video o di attività di social media manager svolgono le suddette attività per conto dell'Ente - dopo aver preso visione delle presenti linee guida, potranno richiedere allo Staff Comunicazione di ricevere i sotto elencati materiali digitali per la personalizzazione della comunicazione video e social.

È sempre raccomandata la condivisione con lo Staff Comunicazione di una bozza dei prodotti finiti, ovvero dei primi post quando si avvia un piano editoriale e di tutti i videoclip prima della messa online, prima che gli stessi vengano diffusi all'esterno.

Le richieste possono essere inviate a [staffcomunicazione@comune.prato.it](mailto:staffcomunicazione@comune.prato.it)

## ***Materiali digitali disponibili da richiedere***

### **Formato immagine**

- MARCHIO (Comune di Prato), versioni in positivo e in negativo
  - immagine .PNG
  - immagine .AI
- STEMMA (Comune di Prato)
  - immagine .PNG
  - immagine .AI
- CITTÀ (Città di Prato)
  - immagine .PNG
  - immagine .AI
- Overlay per post Facebook brandizzato SERVIZI ONLINE con il MARCHIO
  - immagine .PNG
  - immagine .AI
- Overlay per diretta streaming brandizzata con lo STEMMA
  - immagine .PNG
  - immagine .AI

### **Formato video**

- MARCHIO (Comune di Prato), versioni in positivo e in negativo
  - video formato aperto: al centro, con / senza trasparenza sottostante
  - video formato aperto: a destra, con / senza trasparenza sottostante
- SIGLE TESTUALI varie versioni con titoli e sottotitoli modificabili nel contenuto e nella grandezza, da mantenere nel font indicato.