

Linee guida per la comunicazione

L'attore deve fare riferimento al finanziamento del progetto, utilizzando la barra dei loghi come parte dell'attività pubblicitaria. Le seguenti disposizioni devono essere prese in considerazione:

- 1) Tutte le attività di comunicazione devono essere implementate **bilingue** in italiano e tedesco.
- 2) Utilizzo della **barra dei loghi** in modo ben visibile **su tutto il materiale di comunicazione** accessibile al pubblico.
 - Materiale stampato: Interreg + Dolomiti Live devono essere visibili sul frontespizio o sulla copertina.
 - Eventi: All'ingresso deve essere esposto un cartello ben visibile. Inoltre, si consiglia richiedere al team di Dolomiti Live il roll-up, per posizionarlo ben visibile durante l'evento (ad esempio sul palco).
- 3) **Descrizione del progetto sul sito web esistente o sulla pagina social-media** dell'attore. Interreg + Dolomiti Live devono essere visibili senza richiedere all'utente di scorrere la pagina verso il basso.
 - Social Media: Si raccomanda l'uso degli hashtags: #cohesion #EUinmyRegion #EuropeanUnion #EuropäischeUnion #UnioneEuropea #Interreg #cooperation #cross border #border area #local development #social #citizens #CLLD #governance
- 4) **Poster** di formato minimo A3, con una **breve descrizione del progetto**, affisso pubblicamente dal promotore in un luogo visibile per tutta la durata dell'attuazione del progetto (template in allegato).

Quando il progetto sarà approvato, **il team di Dolomiti Live creerà una barra dei loghi** che dovrà essere utilizzata per tutte le attività di comunicazione. I seguenti loghi (oltre a quelli dei partner del progetto) devono essere inclusi:



L'emblema dell'Unione deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri loghi.



Per qualsiasi domanda e/o dubbio, è possibile rivolgersi al team Dolomiti Live prima di realizzare le attività di comunicazione per garantire che siano attuate in modo corretto.