

PROGETTO GRAFICA PER SOCIAL MEDIA

di Fabio Castelletto

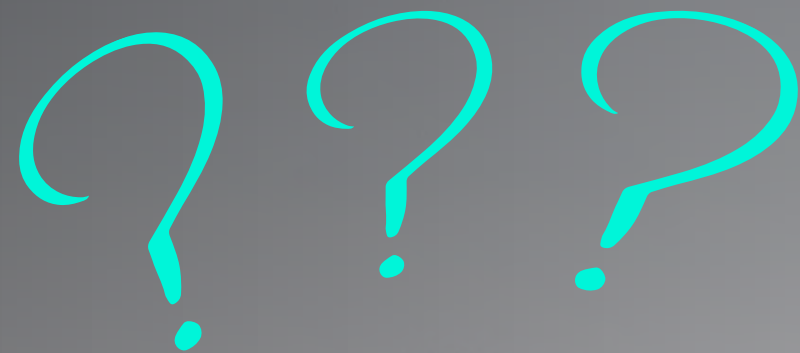


start2impact
UNIVERSITY



Includo

INDICE



2 - **INCLUDO**

4 - Idea, Mission, Vision

5 - Chi siamo?

6 - Come funziona?

7- **COMUNICAZIONE**

8 - Palette Colori

9 - Font

10 - **STRATEGIA VISUAL**

13 - **GRAFICHE E POST**

14 - Immagini profilo

15 - Carosello Instagram

16 - Feed Ad Instagram?

17 - Story Instagram

18 - Copertina Linkedin

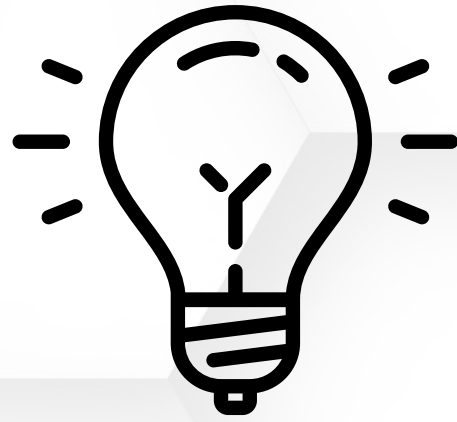
20 - Post Ad Linkedin

21 - Copertina Youtube

23 - Thumbnail Youtube

24 - Recap

25 - **GREETINGS**



Idea

I fondatori **Paolo e Francesca**, marito e moglie, hanno visto il loro paesino **svuotarsi** e **perdere** molte **botteghe storiche**. Le rimanenti non trovano invece **giovani** disposti a **imparare** questi **mestieri**.



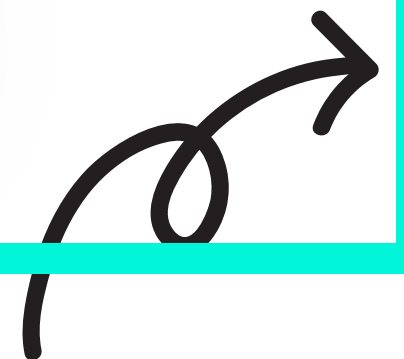
Vision

Far sì che le persone abbiano un **punto di riferimento** nella **formazione di mestieri** che stanno **scomparendo**, rendendoli **inclusivi** per i **migranti** e per i soggetti in **riabilitazione sociale**.



Mission

Creare **percorsi di formazione professionale** per **migranti** e **persone svantaggiate** per **includerle** nel mondo del lavoro e **salvare** mestieri centenari.



Chi Siamo?



I **fondatori** sono due professionisti che provengono dal mondo **no profit**. Volevano trovare un modo per **includere** i **migranti**, e salvare i tanti **mestieri** che si stanno **perdendo** soprattutto nel **Sud Italia**.



Come Funziona?



IncluDO ha dei veri e propri **percorsi professionali** sviluppati con **artigiani del luogo** che hanno l'obiettivo di tramandare il loro mestiere.

I percorsi sono **gratuiti**, in parte **finanziati da fondi europei e regionali** per il **ripopolamento di paesi** che stanno scomparendo perché **disabitati**, in parte **sponsorizzati da aziende locali**.

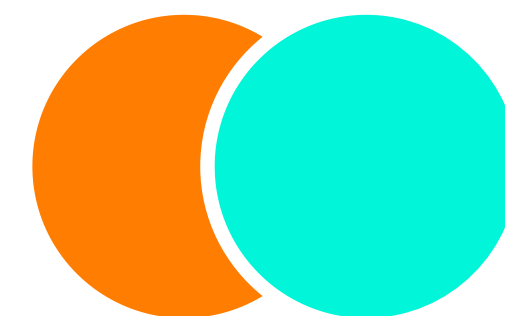
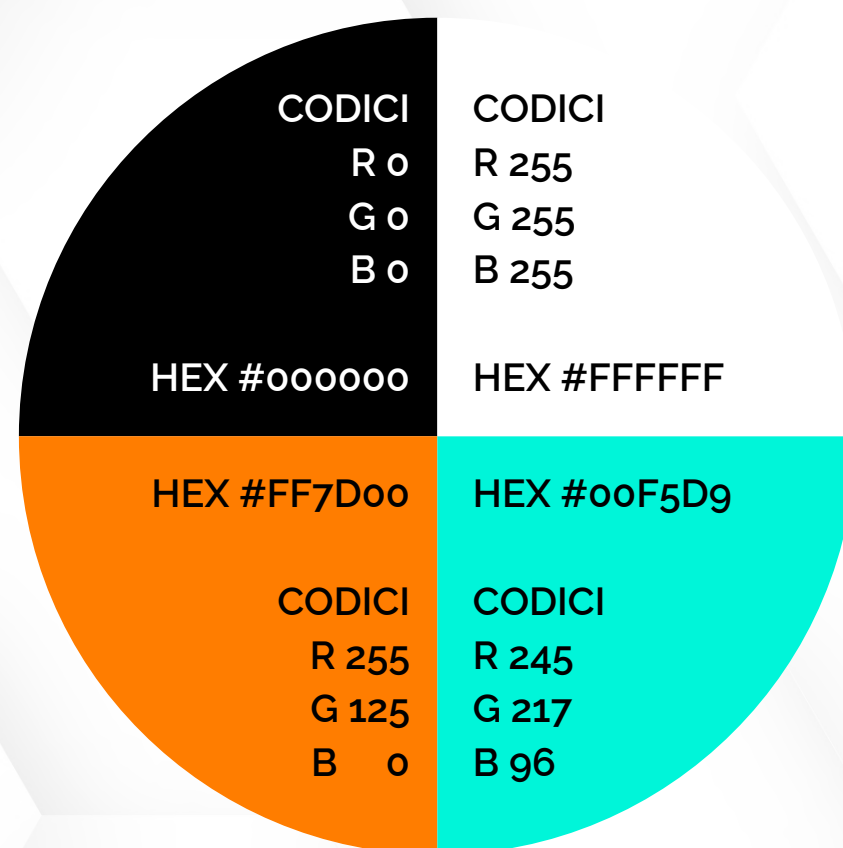
Durante il percorso di formazione, gli allievi organizzano dei **workshop** per i turisti per esercitarsi e in parte **finanziare** la loro stessa **formazione**.



COMUNICAZIONE



PaLETTE Colori



La scelta dei **due colori complementari, Arancio e Ciano Fluorescente**, è dovuta a diversi fattori che vado a elencare di seguito:

- L'ottimo **contrasto** con il nero e la **luminosità** in combinazione con il bianco;
- I due colori rimandano al **sole** e al **mare**, quindi al nostro **Belpaese**;
- La loro caratteristica vivacità li contrappone in particolare al Nero e sono **metafora** del viaggio intrapreso dai migranti per raggiungere le nostre coste, il **buio** della partenza contrapposto alla **luce** della **speranza** di un **futuro** migliore.



Font



Per la comunicazione scritta la scelta è caduta su due font decisamente diversi ma che proprio per questa caratteristica risultano, a mio parere, piacevoli alla vista e chiari.

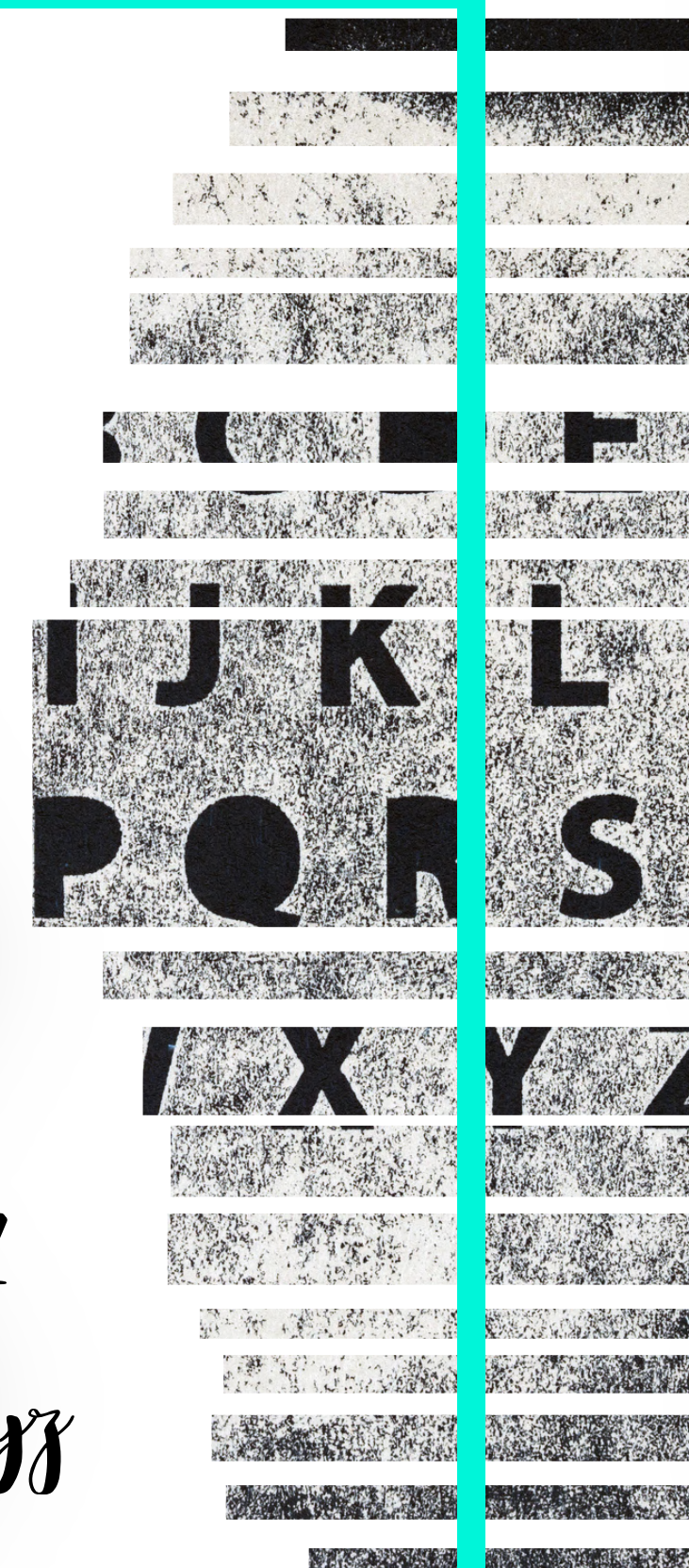
Il **Sans Serif** "canonico" scelto è il font **Raleway**: facile da interpretare e per una lettura **scorrevole** e **chiara** del corpo del testo.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Altro discorso per il **Berow**, "l'altro" font. **Corsivo**, **non lineare** ma allo stesso tempo anche **elegante** se applicato, come in questa presentazione, su uno sfondo nero e con colorazione Ciano.

Usato preferibilmente per **titoli** o **sottotitoli**.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



STRATEGIA VISUAL

Beh?





Lo **stile** che ho applicato alla comunicazione vuole trasmettere **eleganza, formalità e professionalità**, vista l'importanza del messaggio veicolato dal Brand, ma è reso più **Social oriented** da alcune “**interferenze**” grafiche che lo rendano **attraattivo** anche ad un **target più giovane**.

Tra gli **elementi** più **classici** troviamo:

- Il **bianco e nero**
- Un “**tone of voice**” **professionale e formale**
- Il font **Raleway leggibile** e anche qui **formale**

Tra gli **elementi** di “**disturbo**” troviamo:

- Il font **Berow “irriverente”**
- I **colori accesi** che completano la **palette aziendale**



L'obiettivo è avvicinare al Brand la fascia demografica **under 40** attualmente al centro dei piani di marketing, dato un pubblico consolidato e prevalente di persone **over 40**.

Per quanto riguarda la **presentazione del progetto**, oltre ad usare il kit grafico aziendale, ho voluto “**sporcare**” la **patinatura** e l'**eleganza** di fondo con **macchie di inchiostro** strategiche e “**pennellate**” di color nero per far risaltare i titoli dei vari argomenti trattati. Un tocco **ironico**, propedeutico all'alleggerimento della comunicazione, è dato dalle slide di presentazione dei macro argomenti a tema “**funny animals**”.

Ho volutamente abbinato solo il **ciano fluorescente** al **bianco e nero** della maggior parte degli elementi grafici con l'intento di conferirne un tocco **vintage** e **minimal**.



GRAFICHE E POST

U
~~Bau~~!!!



Immagini Profilo

In fase di creazione ho raddoppiato il numero dei pixel originali per contenere la perdita di qualità tipica dell'upload dei vari Social.



300 Px



LinkedIn



320 Px



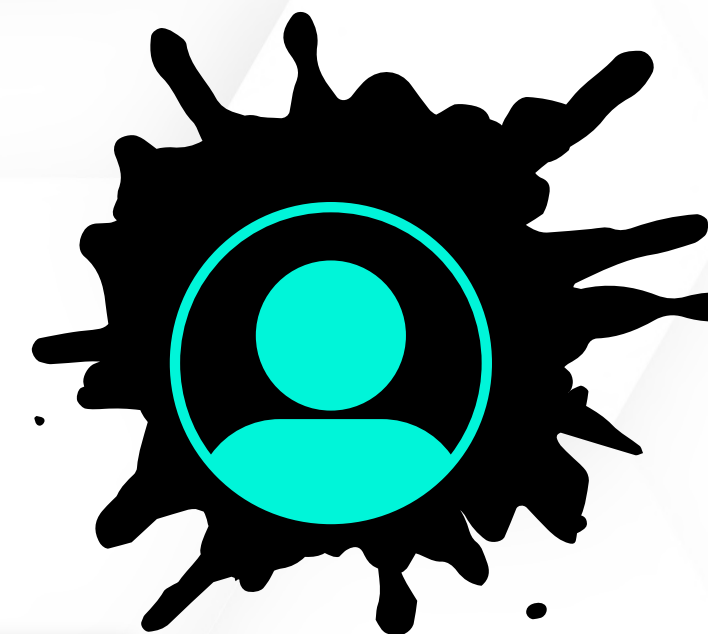
Instagram



800 Px

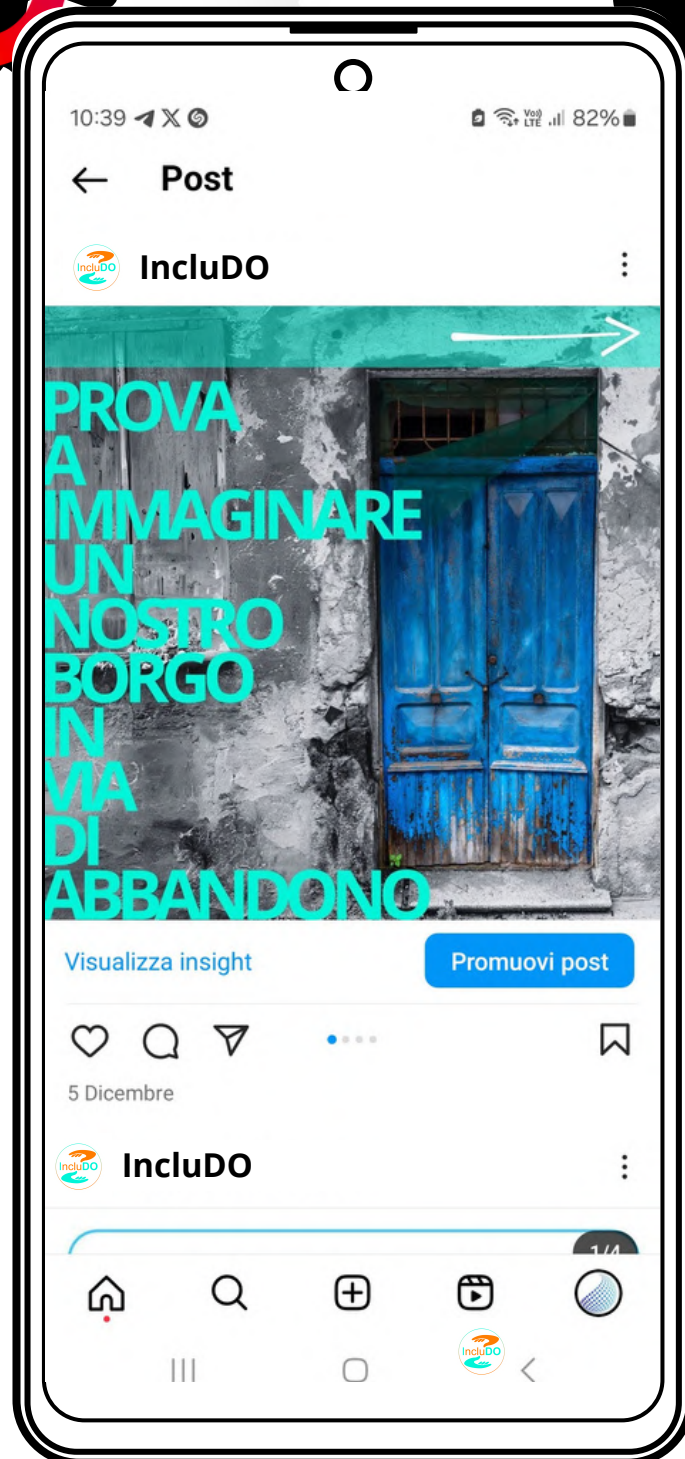


Youtube





Carosello Instagram



IL TESTO DEL POST



1080 Px

1080 Px

“Solidarietà, reciprocità, condivisione, opportunità...sono solo alcuni dei valori che ci contraddistinguono e ci hanno fatto conoscere in tutto il Paese.

Il vostro supporto e il passaparola danno luce alla speranza in un futuro migliore!

Se vuoi saperne di più visita il nostro sito: www.includo.it”

Feed Ad Instagram



1080 Px

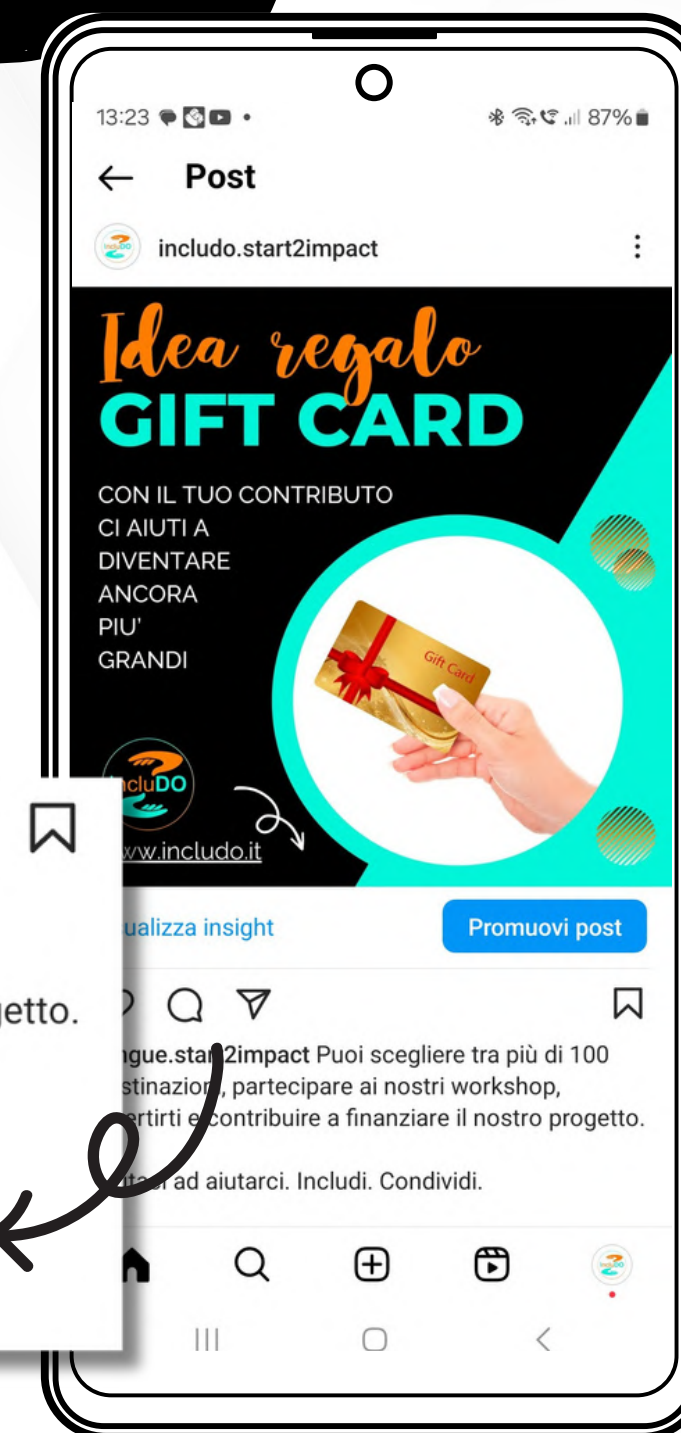
IL TESTO DEL POST



tongue.: Puoi scegliere tra più di 100 destinazioni, partecipare ai nostri workshop, divertirti e contribuire a finanziare il nostro progetto.

Aiutaci ad aiutarci. Includi. Condividi.

Se vuoi saperne di più: www.includo.it



Story Instagram



1080 Px

1920 Px

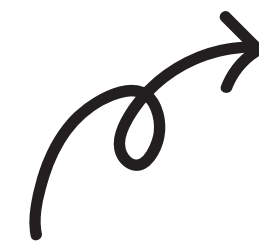


La **story** in modalità **video** è visibile qui.

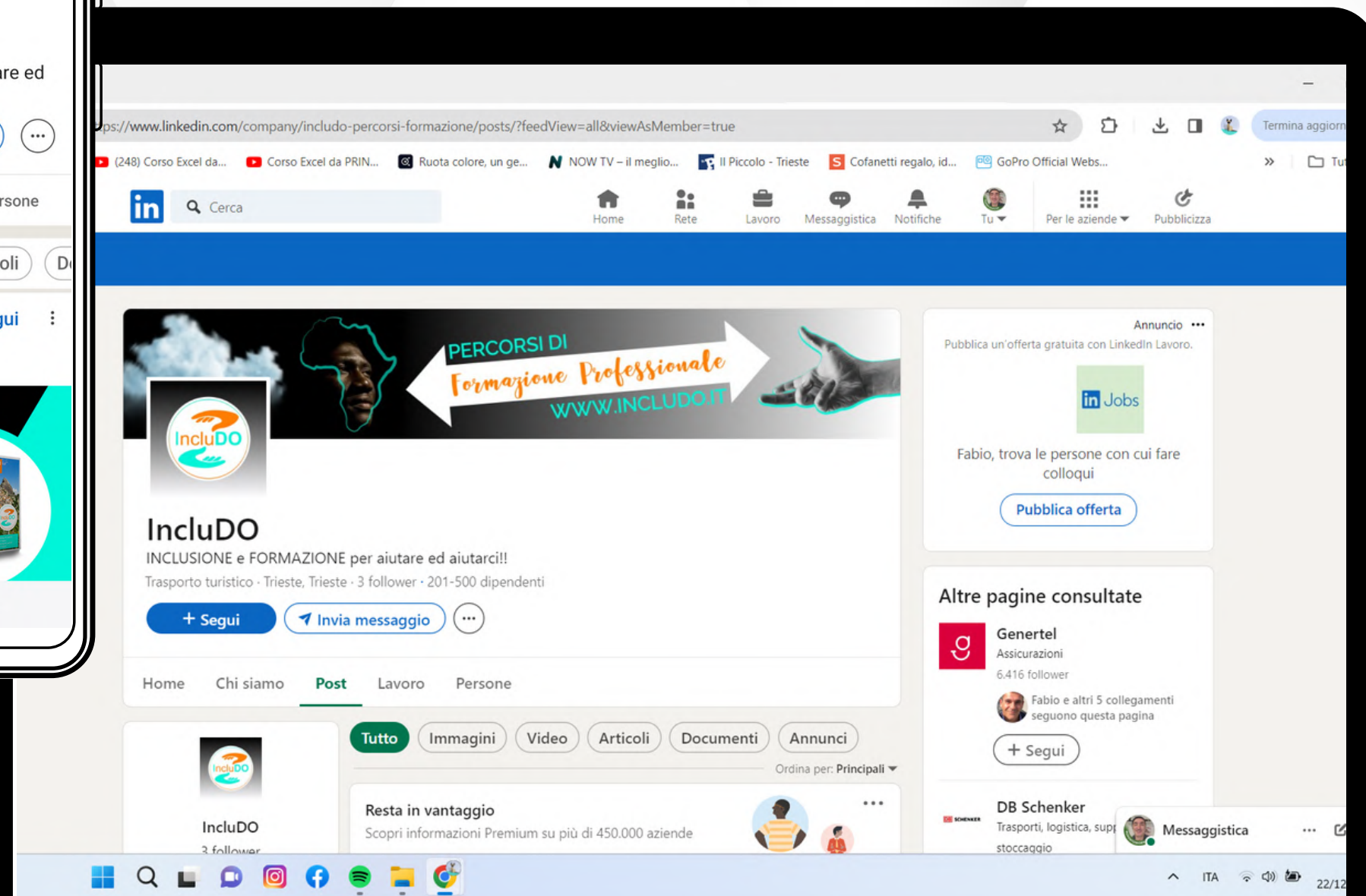


Il **design** delle copertine **LinkedIn** e **Youtube**, vuole rappresentare il **viaggio dei migranti** che parte nella maggior parte dei casi **dolorosamente** in Africa, e che vuol finire nella **luce**, nella **speranza** di una **mano tesa, accogliente**. La **doppia freccia** indica la **reciprocità** dell'iniziativa veicolata da IncluDO.

In fase di creazione ho raddoppiato il numero dei pixel originali per contenere la perdita di qualità tipica dell'upload dei vari Social.



Copertina LinkedIn



Post Ads LinkedIn



Promozione
COFANETTO
WORKSHOP
-20% solo per te!

Iscriviti alla nostra Newsletter e ricevi
il codice sconto!

www.includo.it

IncluDO

**WORKSHOP NEI BORCHI
PIU' BELLI D'ITALIA**

100
SOGGIORNI

The main advertisement is a rectangular graphic with a black background and a large cyan circle on the right. It features the Includo logo, a list of benefits, a call to action, the website URL, and a product image of a workshop box set. The box set is titled 'WORKSHOP NEI BORCHI PIU' BELLI D'ITALIA' and '100 SOGGIORNI'. It shows a scenic view of a village and the Includo logo.

627 Px

1200 Px

IncluDO
3 follower
1 ora • Modificato •

[+ Segui](#)

Partecipare ai nostri Workshop significa:

- viaggiare ✈️
- divertirsi 😄
- imparare 📖
- condividere 🤝
- aiutare 🙌
- aiutarci 🧑🏻‍🦺

Puoi scegliere tra 100 diverse destinazioni!!! 🚗 🏠

Iscriviti alla nostra Newsletter e scarica il codice sconto qui:
www.includo.it/workshop

Per saperne di più: www.includo.it

The screenshot shows a LinkedIn post from the Includo profile. It includes the profile picture, name, follower count, and a list of benefits of participating in their workshops. The post also mentions 100 different destinations and provides a link to sign up for a newsletter to receive a discount code.

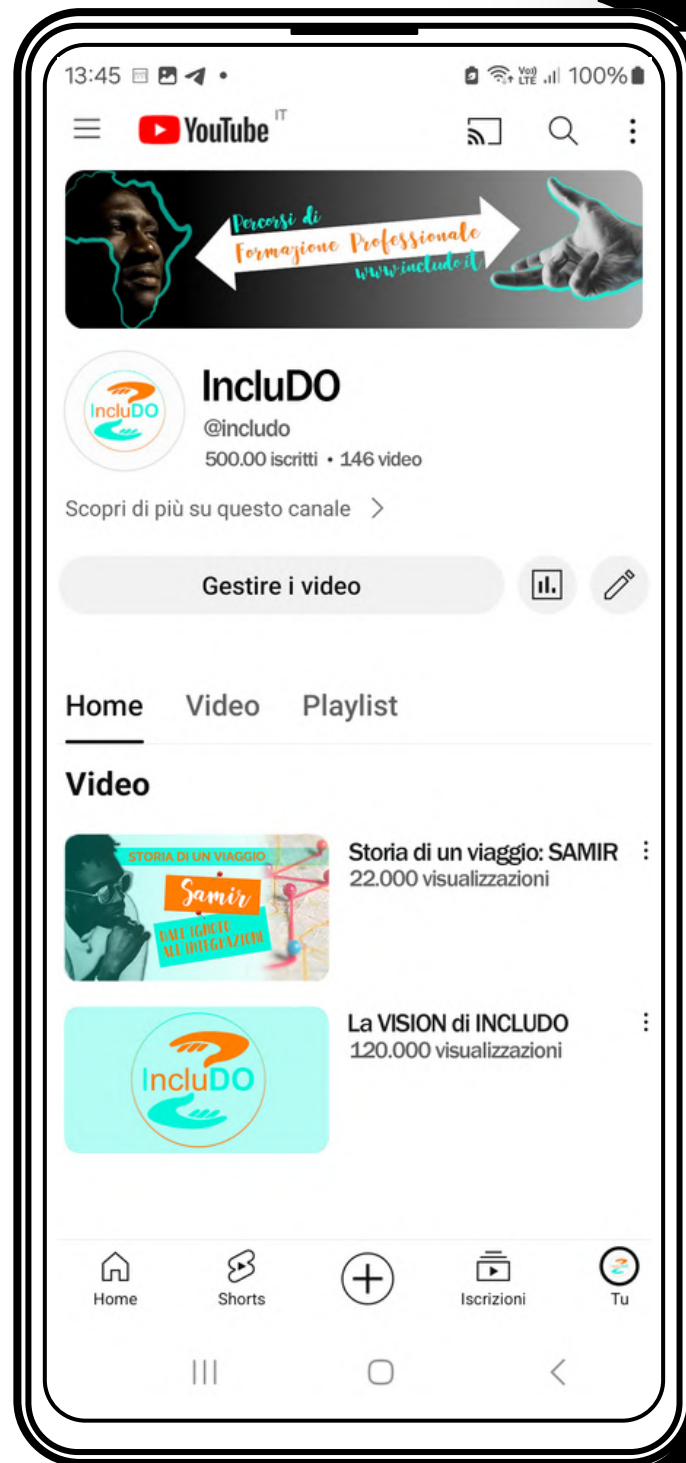
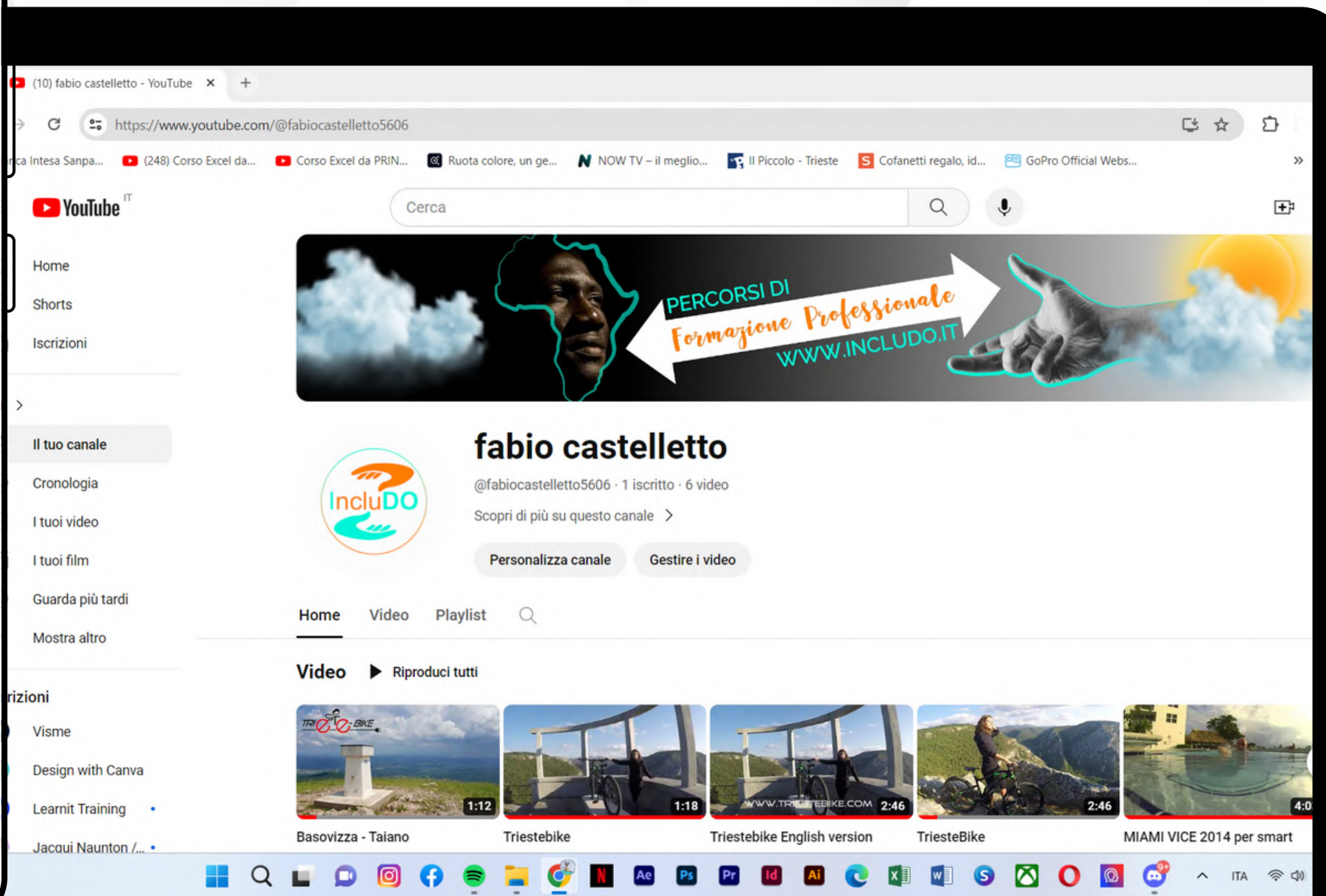
Copertina Youtube



In questo caso ho voluto dare una **visione d'insieme** di come ho realizzato i formati Mobile e Desktop partendo dalle dimensioni per la visualizzazione Display TV ed evidenziando solo i due richiesti ai fini della presentazione.

In fase di creazione ho raddoppiato il numero dei pixel originali per contenere la perdita di qualità tipica dell'upload dei vari Social.

Copertina Youtube



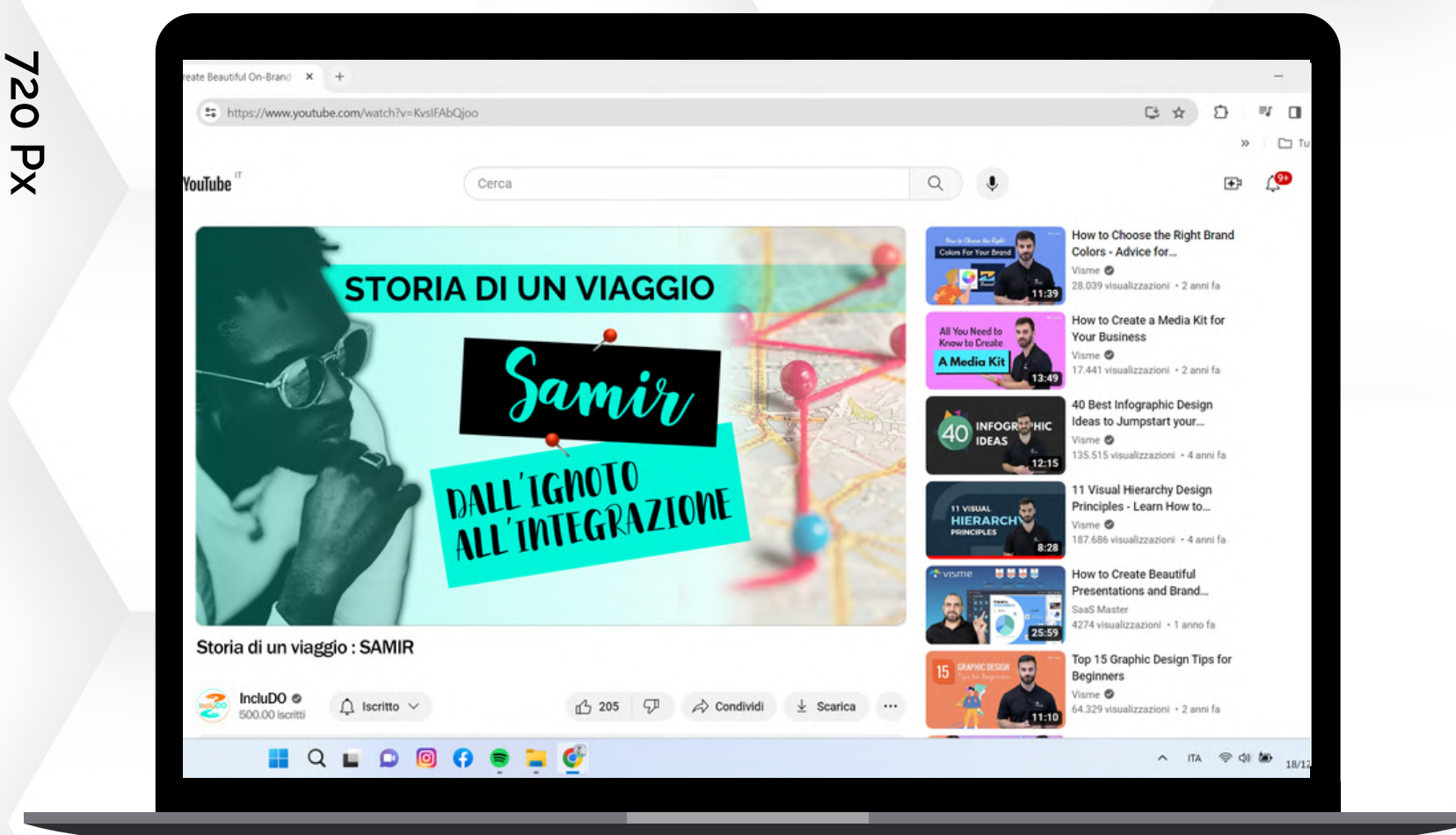
Thumbnail Youtube



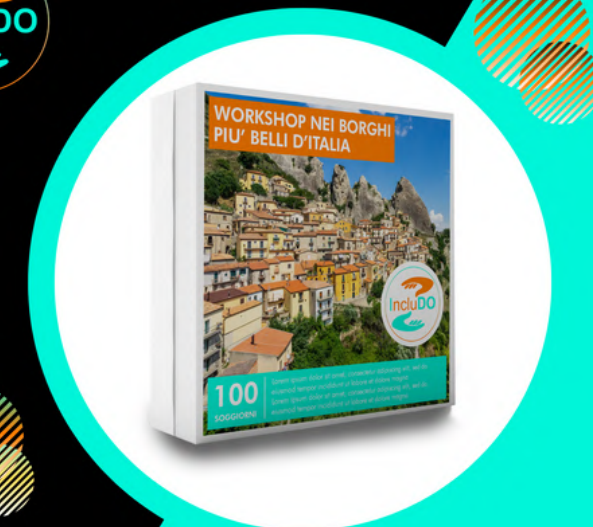
720 Px

1280 Px

Anche in questo caso ho raddoppiato il numero dei pixel originali per contenere la perdita di qualità tipica dell'upload dei vari Social.



Recap





*Grazie per
l'attenzione!!!*