



VADEMECUM SULLA COMUNICAZIONE

*LINEE GUIDA PER RACCONTARE IDENTITÀ, VALORI E
ATTIVITÀ DEL PROGETTO GIOVANI*



Riferimenti progettuali:

PAROLA AI GIOVANI

DGR n. 281 del 21.03.2024

Piano di Intervento in materia di Politiche Giovanili

Intervento 2: “Sostenere iniziative di promozione della cittadinanza attiva, di informazione sociale e culturale, di educazione civica e impegno sociale”

“Speaking giovanilese: i contenuti ai giovani”

PRENDO SPAZIO

DGR n. 66 DEL 27/01/2025 e DDR 36 DEL 23/04/2025

Piano di Intervento in materia di Politiche Giovanili

Linea d’Intervento 3: “Dire, Fare, Partecipare”

Azione Trasversale A: “Costituzione e Formalizzazione di Tavoli e Cabine di Regia”

INTRODUZIONE

Per il Progetto Giovani di Vittorio Veneto comunicare chi è e cosa fa è parte integrante del lavoro con e per i giovani. Non basta proporre attività o servizi: perché abbiano senso e raggiungano davvero le persone a cui sono rivolti, è necessario raccontarli in modo chiaro, vicino e riconoscibile.

Questo *Vademecum* nasce per supportare il servizio e i suoi progetti nella diffusione della propria identità, dei propri valori e delle proprie iniziative, utilizzando linguaggi, immagini e strumenti capaci di parlare al pubblico giovanile e alla comunità. L'obiettivo non è solo farsi conoscere da chi ancora non ci incontra, ma anche mantenere vivo il legame con chi già ci segue, costruendo continuità e fiducia.

Il documento è organizzato in sezioni pratiche: dall'identità e il messaggio intrinseco che vogliamo trasmettere, alla scelta dei canali di comunicazione percorsi, fino alle linee guida su linguaggi e immagini più efficaci a base del nostro raccontarci. Non è un manuale rigido, ma una bussola: uno strumento da adattare e aggiornare, in dialogo costante con i giovani stessi, che non sono solo destinatari della comunicazione del Progetto Giovani, ma parte attiva del suo racconto. Questo *Vademecum* vuole accompagnare un dialogo continuo con loro, riconoscendoli come protagonisti e costruttori di senso. E da loro è nato questo piccolo manuale.

Indice

1. Identità.....	4
2. Pubblico di riferimento.....	4
3. Canali di comunicazione	5
3.1 Social media (Instagram, TikTok, Facebook).....	5
3.2 Strumenti di approfondimento (sito, newsletter, canali broadcast/gruppi whatsapp).....	6
3.3 Canali offline (eventi, materiali cartacei, collaborazioni)	7
4. Linee guida pratiche	8
5. Strumenti operativi	10
5.1 Linee guida grafiche (loghi, colori, font).....	10
5.2 Modelli di post e locandine	12

1. Identità

Con il termine **“Progetto Giovani”** si fa riferimento all’insieme dei servizi e delle progettualità che l’**Assessorato alle Politiche Giovanili** del Comune di Vittorio Veneto rivolge ai giovani.

Le **linee di indirizzo** attraverso le quali si sviluppano gli interventi sono volte a favorire principalmente:

- la promozione di percorsi di cittadinanza attiva e di partecipazione;
- la creazione di occasioni di libera espressione e di “sperimentazione” di nuove forme comunicative;
- il sostegno al processo di autonomia della persona singola e del gruppo;
- la realizzazione di occasioni di aggregazione;
- la prevenzione di disagi evolutivi e la promozione attiva del benessere giovanile;
- l’informazione e l’orientamento attraverso un piano di comunicazione multicanale, finalizzato alla crescita socio culturale delle nuove generazioni;
- la promozione dei giovani quali risorse della comunità.

La gestione trentennale è affidata dal Comune di Vittorio Veneto ad Insieme Si Può Società Cooperativa Sociale.

Oltre a mettere in campo attività in proprio, il Progetto Giovani accoglie, volta per volta, proposte provenienti dal territorio, supportandole e contribuendo attivamente alla loro realizzazione, anche attraverso i partner coinvolti nell’ambito delle diverse progettualità, nella logica del lavoro di rete, fulcro dell’abitare attivamente uno spazio e un luogo.

2. Pubblico di riferimento

Sono **destinatari diretti** delle azioni messe in campo nell’ambito del Progetto Giovani gli **adolescenti, i giovani, gli studenti del territorio.**

Destinatari indiretti sono le famiglie dei ragazzi, gli adulti e i soggetti della comunità con responsabilità educativa che si relazionano con i ragazzi in modo significativo: associazioni, parrocchie e agenzie educative del territorio.

3. Canali di comunicazione

3.1 Social media (Instagram, TikTok, Facebook)

I principali canali del Progetto Giovani sono: Instagram, Facebook, il suo sito web e in passato anche la newsletter. Il ragionamento che ha visto attivi noi giovani Co-progettisti ha ripercorso le funzioni di ogni social e ne ha messo in luce opportunità e criticità, sintetizzate in queste brevi riflessioni.

Facebook:

Come richiamato dal nome l'intento di questo strumento rimane per noi quello di un libro, quindi la comunicazione qui, diversamente da altre piattaforme social, è più discorsiva e descrittiva. Considerato che il target di questo metodo divulgativo, o per dirla tutta i soli lettori di questo book virtuale, sono oramai soprattutto gli adulti/genitori dei ragazzi che frequentano o potrebbero frequentare il Criciuma, gli elementi che funzionano su Facebook secondo quanto emerso nel corso delle nostre discussioni sono sicuramente:

- testi anche lunghi, con link che rimandano al form di iscrizione o al sito
- foto e video che raccontino le attività, gli spazi e chi li "abita" (bordi tagliati rispetto a Instagram)
- eventi

Instagram:

Instagram nasce come social "veloce", le descrizioni lunghe funzionano poco perchè anche la piattaforma le rende secondarie rispetto all'immagine nella sua importazione e visualizzazione. Funzionano caroselli, non necessariamente il feed deve essere perfetto, ma deve esserci coerenza nei contenuti.

- esclusivamente contenuti visivi:
 - ★ foto, importanti anche le storie, nei contenuti è fondamentale che si vedano le facce delle persone che fanno parte del progetto, in questo momento è molto impersonale, molte locandine e poche foto di persone, partecipate, poco "umano";
 - ★ video, anche parlati, delle attività svolte, reel, storie in cui si vedono le facce delle persone che fanno parte del progetto sempre per una visione meno oggettificata;
 - ★ format (domande reel che ritornano per un tot di volte);
- descrizione secondaria rispetto all'immagine, sfruttare i caroselli per riportare più informazioni.

Altro aspetto da sottolineare, che a nostro avviso richiede tempo, cura e a cui bisogna dedicarsi di più è la formula dello storytelling: tenere le storie in evidenza come archivio di quello che già si è fatto; definire con che cadenza pubblicare, partire dall'identità e capire cosa si vuole comunicare prima ancora di come.

Per noi questi gli ingredienti chiari di una comunicazione che si possa dire efficace, chiara, e soprattutto “giovanilese”.

3.2 Strumenti di approfondimento (sito, newsletter, canali broadcast/gruppi whatsapp)

Il sito funziona bene, e come in tutti i siti dedicati ha molte informazioni utili su vasta scala. Sarebbe bello poterlo valorizzare anche in altre forme, dandogli più visibilità e il giusto spazio. Una proposta potrebbe essere quella di collocare nelle locandine e nel materiale divulgativo un rimando costante al sito, come un qr-code che rimandi alla piattaforma per implementare la promozione e la comunicazione e dare la giusta visibilità il lavoro che si fa al Progetto e con i giovani.

Negli articoli dedicati ai laboratori, ad esempio, il nostro consiglio è di non mettere la locandina grande sotto la descrizione in quanto probabilmente già vista e rivista, avrebbe forse più senso evitare il rinvio alla pre-iscrizione e mettere solo quella al sito, così da iscriversi lì direttamente, accedendo al link in descrizione e visionando tutto il materiale utile (modulistica, regolamenti, informativa...)

I gruppi whatsapp e i canali broadcast sono in assoluto tra gli strumenti più efficaci per arrivare alle persone, sicuramente perchè sono molto diretti, molto più personali e immediati, “sempre in tasca” e arrivano ovunque.

Troviamo estremamente utile, come accade in molti corsi, che nel modulo d'iscrizione sia presente una sezione dove poter inserire il proprio numero di telefono per essere contattati e ricontattati; crediamo inoltre che, come già registrato fino ad ora, ci sia un forte numero di genitori che effettivamente scrive il proprio numero per restare aggiornato (lo fanno anche per le tessere di biblioteche, librerie, negozi...). Da valutare, in integrazione a questo modo di stare sul telefono, anche la creazione di un canale, di una “community virtuale”, dove, solo chi effettivamente interessato e motivato e che ha già salvato il numero, possa partecipare ed iscriversi...una sorta di newsletter, ma su whatsapp.

Giovani, giovanissimi, meno giovani, adulti e anziani sanno usare perfettamente il cellulare...e su questo non ci sono istruzioni o generazioni ad impedirne l'accesso!

Per un livello comunicativo maggiore, solo in termini di contenuti e di mole di informazioni da poter divulgare, in velocità e con diffusione massiva, abbiamo ragionato anche sulla creazione di un gruppo Telegram oppure su Discord.

3.3 Canali offline (eventi, materiali cartacei, collaborazioni)

Importantissimo, a parer nostro, tutto ciò che passa attraverso le azioni e la presenza del Progetto Giovani nelle attività del territorio.

Attraverso gli eventi come l'ultimissimo Art in Park o l'inaugurazione della Casa dei libri, è possibile intrecciare relazioni e invitare le persone a scoprire lo spazio del Criciuma con le proprie attività.

Per riuscire poi ad arrivare a più persone anche in modo indiretto, sarebbe molto utile avvalersi di alcuni **gadget** identitari: oggetti semplici, a low budget, immediati e facilmente fruibili, utili e di poco impegno, permettono una diffusione ampia sul territorio e un passaparola silente, ma efficace, creano riconoscibilità, marchio e trend, nonché l'immediato riconoscimento delle caratteristiche di un gruppo giovani, come quelle che stiamo discutendo proprio grazie a questo progetto che ci vede coinvolti.

La maglietta per chi opera all'interno del progetto, della rete territoriale, delle scuole, ma non solo, che posso portare io studente e giovane quando vado in palestra, o all'università o quando porto fuori il mio animale domestico, la borraccia che porto a scuola o all'università, la tote bag dove porto il computer all'università, ci mette la spesa la nonna, il papà le scarpe ci abbandona le scarpe da calcetto, o d'estate voglio una borsa versatile, non pesante...tutto questo riconduce ad un marchio, ad un logo, ad un'identità diffusa che tutte le locandine con cui tappezziamo la città riportano: questa è divulgazione e pubblicità.

Il logo per noi, nella forma materiale o cartacea, concorre allo stesso fine: ampliare la diffusione del Progetto Giovani, renderlo riconoscibile e far sì che se ne parli.

I grest, le Università, le associazioni, le società sportive, tutti gli organi che operano a contatto con i giovani e con le persone si avvalgono di questi strumenti/oggetti che favoriscono una diffusione che van ben oltre il singolo intervento in classe, il laboratorio o il comunicato stampa.

4. Linee guida pratiche



Per trovare un'identità coerente per il Progetto Giovani si è partiti dalla sua identità non solo teorica ma anche "pratica" cercando di trovare un modo per comunicare una continuità tra passato, presente e futuro e rendere le attività il più riconoscibili possibili. Siamo quindi partiti dalle vecchie locandine e abbiamo individuato in questa uno schema colore che (se ripreso) poteva essere un'opzione molto vivace e allo stesso tempo dava le possibilità giuste per giocare con dei colori per non rischiare di rendere poi le pubblicazioni troppo monotone o ripetitive. Vogliamo essere riconoscibili, ma non banali o noioso, volevamo mantenere una dinamicità nel feed ma anche agli occhi di chi guarda.

Da qui, poi, lo studio di un font, che sia anch'esso ripetuto e non crei confusione in chi lo legge. Sono stati scelti *Heading now 31-38* per quanto riguarda i titoli, mentre per il corpo dei testi si è pensato a *Montserrat*. L'idea è di poter consegnare alla grafica degli elementi il più concreti possibili per rimanere poi in ogni



Titolo 2
Titolo 1

locandina e post il più coerente possibile con quanto pensato, si discuterà proprio con la grafica della fattibilità del progetto e di quanto funzionino le idee attualmente abbozzate per un volantino o altro. Crediamo che possa ottimizzare i tempi di produzione il fatto di avere già delle linee entro il quale operare, ma che lasci anche il giusto spazio per la creatività personale. Il fatto poi che gli elementi rimangano comunque facilmente ripetibili permette di mantenere coerenza anche con ciò che non è prettamente laboratorio e quindi che non per forza passa per le mani di

un professionista ma può essere richiamato anche dagli educatori del progetto qualora volessero parlare di altre iniziative.

Tutti i pensieri e le riflessioni riportate ci hanno permesso di arrivare ad elaborare una bozza del volantino riassuntivo dello Spaccatempo, per cercare di imprimere nelle persone l'identità che vorremmo prendesse d'ora in avanti la comunicazione e quindi di cominciare a renderci riconoscibili.

Dopo un confronto con la grafica che si occupa delle locandine e delle immagini promozionali per il Centro Giovani, abbiamo aggiunto degli elementi fondamentali alla comunicazione che vogliamo fare del Criciuma. Ragionando meglio su font e metodi promozionali che in questo momento funzionano fra i ragazzi ma anche che piacciono a noi.





Ci siamo accorti che nella bozza di locandina i colori creano un contrasto, troppo forte per l'occhio, che non permette una corretta comprensione delle informazioni principali, degli orari, del luogo; inoltre tutte le informazioni in appendice alla locandina non hanno sufficiente spazio. Le foto selezionate riportano sempre il problema dell'impersonalità del profilo. Così ci si è concentrati su un concept più pulito, che mostrasse comunque la palette colori che abbiamo deciso di riadottare, ma con uno stile più semplice ed efficace. Di seguito quindi quanto definitivamente prodotto.

Al centro l'immagine della porta d'ingresso, per identificarci meglio anche con il luogo che ci ospita e intorno ciò che lo costituisce: le attività, gli spazi, le possibilità con delle foto effettivamente frutto di laboratori o attività svolte all'interno del Criciuma. Questa struttura geometrica centrale porta l'occhio a concentrarsi non solo al centro (punto focale) ma anche nelle sue ramificazioni. Inoltre sono in questo caso molto visibili le informazioni che riportano al sito e ai contatti. I font non sono solo quelli individuati in precedenza perchè altrimenti si potrebbe variare troppo.

5. Strumenti operativi

5.1 Linee guida grafiche (loghi, colori, font)

Di seguito i loghi utilizzati per le locandine future:



Città di Vittorio Veneto

Logo del Comune di Vittorio Veneto
(sempre il primo a sinistra)



PROGETTO
GIOVANI
VITTORIO VENETO

Logo del Progetto Giovani di Vittorio Veneto

SPACCATEMPO

Logo dello Spaccatempo



Logo della Cooperativa Insieme si Può

La palette colori identificata è la seguente:



#98DBCC



#DC6649



#AB54C4



#FCF9BB

Sui font la decisione rimane di utilizzare come detto in precedenza il font: *Heading now 31-38* per quanto riguarda i titoli, mentre per il corpo dei testi *Montserrat*, questo però senza restare rigidi solo su questi due font, ma con la possibilità di variare per post e social, mantenendoli invece più fissi nelle locandine.

5.2 Modelli di post e locandine

Per quello che riguarda le locandine ed i post abbiamo sperimentato cercando di trovare uno stile che più ci piacesse, ma le possibilità diventano molte, mantenendo come tratti distintivi: colori, font, loghi; la posizione dei corpi di testo e delle informazioni possono anche variare fra loro, poiché al loro variare non cambia l'identità del volantino o della locandina, del messaggio o di chi è il promotore. Di seguito le prime locandine prodotte per i laboratori.

SPACCA TEMPO
CENTRO GIOVANI CRICIUMA

Fimo in Forma

Hai mai provato a creare oggetti unici con le tue mani?
Mettili in gioco nel nuovo laboratorio del Progetto Giovani: vieni e scopri l'arte del fimo, che ti permetterà di dare un nuovo volto alle tue idee.

QUANDO
GIOVEDÌ 27 NOVEMBRE
GIOVEDÌ 04 DICEMBRE
GIOVEDÌ 11 DICEMBRE
GIOVEDÌ 18 DICEMBRE
DALLE 15:30 ALLE 17:30

DOVE
CENTRO GIOVANI CRICIUMA
VIA A. BERLESE, 16
VITTORIO VENETO

Per maggiori informazioni
329 7507910 - 0438 59910
info@centrogiovanicriciuma.it
@progettogiovanivittorioveneto

www.comune.vittorio-veneto.tv.it

SCANNERIZZA IL CODICE PRE-SCRIVITI

FIMO in forma

IL NUOVO LABORATORIO ARTISTICO DEL CENTRO GIOVANI CRICIUMA

MA CHE COS'È IL FIMO?
E CHE COSA SI PUÒ FARE CON ESSO?

IL FIMO È UNA PASTA MODELLABILE CHE VIENE INDURITA PERMANENTEMENTE TRAMITE LA COTTURA IN FORNO E PUÒ ESSERE UTILIZZATO QUINDI PER CREARE OGGETTI DI VARIO GENERE.

CIONDOLI, ANELLI, ORECCHINI, PORTACHIAVI, OGGETTI PER LA CASA COME CORNICI O LANTERNE, MINIATURE DI ANIMALI, CIBI O PERSONAGGI CHE AMIAMO, BOMBONIERE...
VIENI A SBIZZARRIRTI CON NOI E CREA I TUOI OGGETTI CON QUESTO NUOVO STRUMENTO CHE IMPAREMO A CONOSCERE PROPRIO DURANTE IL LABORATORIO!
TROVI IL LINK PER LA PRESCRIZIONE NELLA BIO!

A sinistra la locandina prodotta basandosi su quanto discusso in precedenza. La locandina è stata diffusa sul territorio e poi anche su Facebook. A destra i post invece condivisi su Instagram.

SPACCA TEMPO
CENTRO GIOVANI CRICIUMA

ExpressiveArt

Hai sempre avuto voglia di esprimerti e dare sfogo alla tua creatività?
Iscriviti al nuovo laboratorio del Progetto Giovani e vieni a personalizzare dei camici, tessuti, magliette! Potrai cimentarti in diverse tecniche pittoriche per la colorazione dei tessuti

A cura di **Asia Marangon**

DOVE?
Al Centro Giovani Criciuma
Via A. Berlese, 16
Vittorio Veneto

QUANDO?
dalle **15:30 alle 17:30**
lunedì **1 dicembre**
venerdì **12 dicembre**
lunedì **15 dicembre**

LINK
PRE-ISCRIZIONI

Per maggiori informazioni
+39 329 7507910 - 0438 59910
INFO@CENTROGIOVANICRICIUMA.IT
@progettogiovanivittorioveneto

www.comune.vittorio-veneto.tv.it

ExpressiveART

Hai mai voluto personalizzare un capo di abbigliamento ma non sapevi come fare?

Il nuovo laboratorio gratuito del Centro Giovani Criciuma ti da la risposta!

Imparerai alcune tecniche per personalizzare tessuti e stoffe che potrai poi riprodurre anche a casa.

Un pizzico di **creatività, voglia di imparare e stare in compagnia** sarà tutto ciò il necessario di cui avrai bisogno

Quando:
dalle **15:30 alle 17:30**
lunedì **1 dicembre**
venerdì **12 dicembre**
lunedì **15 dicembre**

Dove:
CentroGiovani Criciuma
Via Berlese n. 16, Vittorio Veneto

SIGN UP Trovi il link per iscriverti in descrizione!

Per tutte le domande:
+39 329 7507910 - 0438 59910
INFO@CENTROGIOVANICRICIUMA.IT

A sinistra la locandina prodotta basandosi su quanto discusso in precedenza. La locandina è stata diffusa sul territorio e poi anche su Facebook. A destra i post invece condivisi su Instagram.

* Il logo del comune in queste locandine è rappresentato solo attraverso il banner identificativo perché sponsorizzate in un periodo di elezioni regionali.

SPACCA TEMPO
L'OFFICINA DEL GIOCO
Strategia, logica e fantasia sul tavolo

E se per imparare servisse solo... mettersi in gioco?
 Iscriviti al nuovo laboratorio del Progetto Giovani dove il gioco in scatola diventa uno spazio sicuro dove allenare mente, relazioni e creatività. Sedersi attorno a un tavolo, condividere strategie, prendere decisioni, sbagliare e riprovare.

QUANDO
 dalle 15:00 alle 18:00
 lunedì 16 marzo
 giovedì 19 marzo
 lunedì 23 marzo
 giovedì 26 marzo

DOVE
InnovationLab
 Viale Vittorio Emanuele II, 1
 Vittorio Veneto

LINK PRE-ISCRIZIONI

Per maggiori informazioni
 +39 329 7507910 - 0438 59910
 INFO@CENTROGIOVANICRICIUMA.IT
 @progettogiovanivittorioveneto

START

L'OFFICINA DEL GIOCO

IL LABORATORIO DEDICATO AI GIOCHI IN SCATOLA DEL CENTRO GIOVANI CRICIUMA

QUANDO
 dalle 15:00 alle 18:00
 lunedì 16 marzo
 giovedì 19 marzo
 lunedì 23 marzo
 giovedì 26 marzo

DOVE
 Viale Vittorio Emanuele II, 1
 Vittorio Veneto

PER L'ISCRIZIONE TROVI IL LINK IN BIO

+39 329 7507910 - 0438 59910
 INFO@CENTROGIOVANICRICIUMA.IT

E se per imparare servisse solo... mettersi in gioco?

Sedersi attorno a un tavolo, condividere strategie, prendere decisioni, sbagliare e riprovare.

A sinistra la locandina prodotta basandosi su quanto discusso in precedenza. La locandina è stata diffusa sul territorio e poi anche su Facebook. A destra i post invece condivisi su Instagram.

CONTATTI

COMUNE DI VITTORIO VENETO

Piazza del Popolo, 14

31029 Vittorio Veneto (TV)

segreteria@comune.vittorio-veneto.tv.it

pec.comune.vittorioveneto.tv@pecveneto.it

Centralino 0438 5691

Polizia Municipale 0438 57018

Info Turistiche 0438 57243

www.comune.vittorio-veneto.tv.it

www.turismovittorioveneto.it

CENTRO GIOVANI CRICIUMA

Via Berlese, 16

31029 Vittorio Veneto (TV)

info@centrogiovanicriciuma.it

Telefono fisso 0438 59910

Cellulare +39 329 7507910

www.progettogiovanivittorioveneto.it

INFORMAGIOVANI-INFORMACITTÀ

Piazza del Popolo, 16

31029 Vittorio Veneto (TV)

informagiovani@comune.vittorio-veneto.tv.it

Tel. 0438 940371

www.progettogiovanivittorioveneto.it/informavittorioveneto.html