

Progetto di comunicazione

OGLIASTRA

Cagliari, 21/09/2009



Dott. Daniele Congiu

N° 4 Manifesti
70 x 100 cm



ASTRA
et transparent

OGLIASTRA:
LES VINS DE GRANDE
QUALITE ET CORPEUX.



SARDEGNA

OGLIASTRA

lumineux, frais, mousseux, rosé!

OGLIASTRA:
LES VINS DE GRANDE
QUALITE ET CORPEUX.



SARDEGNA

OGLIA

le goûter ouvre

1. Richieste di partenza

Impaginazione, su supporti adeguati, di alcune foto sul tema "Ogliastro-Vino". I materiali realizzati saranno trasportati a mano ed esposti in uno Stand Fiera dedicato.

2. Obiettivi della comunicazione

Comunicare la Provincia dell'Ogliastro come luogo di ricca e peculiare produzione vinicola.

3. Il progetto

Il progetto di comunicazione si affida ad alcune scelte di base, con l'obiettivo di ottenere il massimo risultato dalle condizioni di partenza.

Tali scelte sono:

- 1) **Utilizzare il formato verticale.**
- 2) **Creare un "format" ripetibile.**
- 3) **Valorizzazione delle foto.**
- 4) **Uso del colore come elemento forte di comunicazione.**
- 5) **Creazione di slogan che valorizzino in modo creativo il binomio Ogliastro-Vino.**

1) Utilizzare il formato verticale

La scelta del formato verticale 70 x 100 cm nasce dall'idea di affiancare 4 manifesti, in modo da allestire nello stand una "parete visiva" di forte impatto, unica e allo stesso tempo differenziata. La "parete visiva" avrà le dimensioni di cm 280 x 100.

2) Creare un "format" ripetibile

La creazione di un format consente di ottenere coerenza visiva e, grazie alla ripetizione, una maggiore forza e riconoscibilità nella comunicazione.

Il format "Ogliastro" ha come elementi "mobili", cioè diversi per ciascun manifesto, i seguenti:

- la foto in testata
- il colore dei fondi e del testo
- il testo dello slogan

3) Valorizzazione delle foto

Le foto occupano la metà superiore del manifesto. Uno spazio notevole, ma bilanciato visivamente dal fondo di colore dello spazio inferiore. Le foto vengono conservate alla massima risoluzione e impaginate all'interno di una cornice bianca, in modo da avere uno spazio neutro che stacca una foto dall'altra quando i manifesti sono affiancati. Sono state eseguite azioni minime di foto-ritocco, quelle che la qualità delle foto consentiva.

4) Uso del colore come elemento forte di comunicazione

Il colore viene utilizzato come elemento di richiamo immediato e forte dei colori dei tre vini: Rosso, Rosato e Bianco. Abbiamo dedicato al colore la metà inferiore del manifesto. Abbiamo scelto un rosso rubino, un rosa-arancio brillante, un giallo-verde per richiamare i vini: Rosso, Rosato e Bianco. Il quarto colore, un azzurro, richiama il mare, il cielo, l'orizzonte. Insieme, i colori dei manifesti attirano l'attenzione e comunicano significati positivi: ricchezza, allegria, festa ...

5) Creazione di slogan che valorizzino in modo creativo il binomio Ogliastro-Vino

Lo studio degli slogan si muove dall'idea di creare un legame, creativo, tra il territorio dell'Ogliastro e il vino. Ogni slogan descrive allora l'Ogliastro con le stesse parole con cui si può decantare un vino, e le parole allo stesso tempo richiamano sia le qualità del vino sia le qualità e le caratteristiche della terra che li produce. Il messaggio gioca sulle associazioni di significato ma fa presa anche sui sensi (vista, gusto, olfatto).

Il quarto slogan, sul manifesto con la foto "tavola dei dei vini", più che del vino racconta del "gusto", come momento privilegiato di conoscenza di nuove realtà, nuove culture, "nuovi orizzonti".

Completa la comunicazione l'inserimento, come fondo dei loghi, della silhouette bianca di una bottiglia, a dare movimento alla grafica e rafforzare l'associazione Ogliastro-Vino.

Caratteri tipografici

Tutti i testi inseriti utilizzano il carattere tipografico professionale: "Antique Olive", famosissimo font perfetto per i manifesti, scelto in questo caso anche per un gioco di assonanze con uno dei significati attribuiti al nome Ogliastro (olivastro), ma soprattutto per la sua versatilità e leggibilità (è un carattere privo di grazie).

Come posizionare i manifesti

Nella parete più lunga dello stand, i manifesti vanno posizionati nel seguente ordine, da sinistra a destra:

- 1) Colore rosso rubino (quelli senza la scritta Cannonau in basso a sinistra)
- 2) Colore giallo-verde
- 3) Colore rosa-arancio
- 4) Colore azzurro

Nelle due pareti più corte andranno posizionati i manifesti "colore rosso rubino" (quelli però con la scritta "Cannonau" in basso a sinistra), un manifesto per parete.

I manifesti saranno posizionati nella parete più lunga dello stand, in questo modo: il lato inferiore dei manifesti a circa 125 cm dal livello del pavimento, in modo che il centro del manifesto risulti alla stessa altezza dello sguardo di una persona di statura media. Se lo spazio antistante i manifesti è occupato da arredi più alti di 125 cm, i manifesti andranno posizionati a partire dal punto più alto di tali arredi.



I 4 manifesti da posizionare nella parete più lunga