

Linee guida per la comunicazione

Il beneficiario e il soggetto attuatore (attore) devono fare riferimento al finanziamento del progetto, utilizzando la barra dei loghi come parte dell'attività pubblicitaria. Devono pertanto essere prese in considerazione le seguenti disposizioni:

- 1) Tutte le attività di comunicazione devono essere realizzate **bilingue** in italiano e tedesco.
- 2) La **barra dei loghi** deve essere utilizzata 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 con i loghi ben visibile. Il roll-up del Dolomiti Live può essere richiesto al Team del Dolomiti ed esposto ben visibile durante l'evento (ad esempio sul palco).
- 3) **La descrizione del progetto sul sito web esistente o sulla pagina social-media** del beneficiario e del soggetto attuatore. 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) **Un poster** di formato minimo A3, con una **breve descrizione del progetto**, deve essere affisso pubblicamente in un luogo visibile per tutta la durata dell'attuazione del progetto.

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.

