

FONDAZIONE
PERUGIA



Manuale per la comunicazione

Linee guida per le iniziative sostenute da Fondazione Perugia

Versione revisionata – Settembre 2026

A chi è rivolto

Enti beneficiari, partner e soggetti incaricati della comunicazione dei progetti sostenuti dalla Fondazione.



SOMMARIO

1	<u>FINALITÀ E AMBITO DI APPLICAZIONE</u>	<u>3</u>
2	<u>COORDINAMENTO CON L'UFFICIO COMUNICAZIONE</u>	<u>3</u>
2.1	INFORMAZIONI DA TRASMETTERE	3
2.2	APPROVAZIONE PREVENTIVA	4
3	<u>MARCHIO/LOGO ISTITUZIONALE</u>	<u>4</u>
3.1	RICHIESTA E UTILIZZO	4
3.2	DICITURA E POSIZIONAMENTO	4
3.3	VERSIONI DISPONIBILI	4
3.4	USI NON CONSENTITI	4
4	<u>CONFERENZE STAMPA ED EVENTI PUBBLICI</u>	<u>5</u>
5	<u>COMUNICATI STAMPA E RAPPORTI CON I MEDIA</u>	<u>5</u>
6	<u>TARGHE, AUTOMEZZI E CARTELLI DI CANTIERE</u>	<u>5</u>
6.1	TARGHE	5
6.2	AUTOMEZZI	6
6.3	CARTELLI DI CANTIERE	6
7	<u>SITO WEB, SOCIAL NETWORK E MATERIALI MULTIMEDIALI</u>	<u>7</u>
7.1	SITO WEB	7
7.2	SOCIAL NETWORK	7
7.3	IMMAGINI E VIDEO	7
8	<u>CHECKLIST PRIMA DELLA PUBBLICAZIONE</u>	<u>7</u>
9	<u>CONTATTI</u>	<u>8</u>

IN SINTESI

Prima di stampare, pubblicare o diffondere materiali relativi al progetto, seguire questi passaggi:

1	Contattare l'Ufficio comunicazione	Scrivere a comunicazione@fondazioneperugia.it indicando ente, titolo e codice del progetto, materiale o evento, referente e recapito.
2	Usare i file ufficiali	Richiedere il Marchio/Logo alla Fondazione. Non scaricarlo dal web e non ricavarlo da altri documenti.
3	Inviare la bozza	Trasmettere i materiali completi almeno 7 giorni lavorativi prima della diffusione.
4	Attendere l'approvazione	Stampare, pubblicare o inviare alla stampa solo dopo l'approvazione dell'Ufficio comunicazione.
5	Coordinare eventi e conferenze stampa	Informare la Fondazione almeno 2 settimane prima e concordare data, luogo e modalità di partecipazione.

Tempi da considerare

Materiali e comunicati stampa: almeno 7 giorni lavorativi.

Eventi e conferenze stampa: almeno 2 settimane.

Targhe: almeno 15 giorni prima dell'inaugurazione o del termine dei lavori.

1 FINALITÀ E AMBITO DI APPLICAZIONE

Il presente Manuale definisce le regole essenziali per comunicare i progetti realizzati con il sostegno di Fondazione Perugia e per assicurarne una visibilità corretta, coerente e riconoscibile.

Le indicazioni si applicano a tutti i materiali e alle attività di comunicazione, sia cartacei sia digitali, inclusi eventi pubblici, rapporti con la stampa, siti web, social network, targhe, automezzi e cartelli di cantiere.

La Fondazione può affiancare i beneficiari nella promozione delle iniziative e nella diffusione dei risultati attraverso i propri canali. Nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali e dei diritti di utilizzo, può inoltre comunicare autonomamente i progetti sostenuti e utilizzare i materiali ricevuti nelle proprie pubblicazioni istituzionali, incluso il Bilancio di missione.

Rispetto delle condizioni

L'inosservanza delle presenti indicazioni può incidere sull'erogazione o sul mantenimento del contributo secondo quanto previsto dalla lettera di assegnazione, dal bando e dagli altri atti che regolano il rapporto con il beneficiario.

2 COORDINAMENTO CON L'UFFICIO COMUNICAZIONE

Il beneficiario è tenuto a contattare preventivamente l'Ufficio comunicazione per ogni attività promozionale riferita al progetto.

2.1 Informazioni da trasmettere

- Denominazione dell'ente beneficiario;
- Titolo e codice del progetto;
- Descrizione del materiale, del contenuto o dell'evento;
- Nome e ruolo del referente;
- Recapito telefonico e indirizzo e-mail;
- Data prevista per la stampa, la pubblicazione o lo svolgimento dell'evento.

2.2 Approvazione preventiva

Le bozze complete devono essere inviate a comunicazione@fondazioneperugia.it almeno 7 giorni lavorativi prima della diffusione.

L'Ufficio comunicazione verifica la corretta citazione della Fondazione, l'impiego del Marchio/Logo e la coerenza complessiva dei materiali.

La diffusione può avvenire solo dopo l'approvazione. Eventuali modifiche successive che incidano sul Marchio/Logo, sulla citazione della Fondazione o sull'impianto grafico richiedono una nuova verifica.

Materiali ricorrenti

Per materiali seriali o ricorrenti, come newsletter o format social, può essere concordato un modello "caposerie". Una volta approvato, potrà essere riutilizzato senza ulteriori autorizzazioni, purché non ne siano modificati struttura, posizionamento e proporzioni del Marchio/Logo.

3 MARCHIO/LOGO ISTITUZIONALE

3.1 Richiesta e utilizzo

Il Marchio/Logo di Fondazione Perugia deve comparire in tutti i materiali di comunicazione del progetto, tra cui inviti, locandine, manifesti, brochure, presentazioni, siti web, contenuti digitali e video.

- Richiedere ogni volta i file ufficiali all'Ufficio comunicazione, anche in caso di un nuovo contributo;
- Utilizzare esclusivamente i formati forniti dalla Fondazione (JPG, PDF o vettoriale);
- Non scaricare il Marchio/Logo da internet e non estrarlo da moduli, stampati o altri file;
- Non modificarne colori, proporzioni, composizione o elementi;
- Non utilizzarlo per finalità diverse da quelle autorizzate.

3.2 Dicitura e posizionamento

Il Marchio/Logo deve essere preceduto dalla dicitura «Con il sostegno di». In presenza di altri sostenitori o partner, l'impaginazione deve consentire di distinguere chiaramente il ruolo della Fondazione, assicurando adeguata visibilità e un'area libera intorno al Marchio/Logo.

Nel sito dedicato al progetto, il Marchio/Logo deve essere inserito nella home page e, ove opportuno, nelle pagine interne. Prima della pubblicazione, il link e una schermata di anteprima devono essere inviati all'Ufficio comunicazione.

3.3 Versioni disponibili

La Fondazione rende disponibili tre configurazioni, da scegliere in funzione dello spazio disponibile:

- A. Versione verticale;
- B. Versione orizzontale su due righe;
- C. Versione orizzontale su una riga.

La versione istituzionale è nera. Su sfondi scuri o quando la leggibilità lo richieda, può essere utilizzata la versione negativa bianca. Il Marchio/Logo deve sempre risultare nitido, leggibile e separato da testi, bordi, immagini e altri segni grafici.

3.4 Usi non consentiti

- Deformare, ruotare o ritagliare il Marchio/Logo;
- Alterare i colori o applicare effetti, ombre e trasparenze;
- Collocarlo su immagini o sfondi che ne riducano la leggibilità;
- Modificare la distanza o il rapporto tra simbolo e denominazione;
- Usare file a bassa risoluzione o ricostruzioni non ufficiali.

4 CONFERENZE STAMPA ED EVENTI PUBBLICI

Le occasioni pubbliche costituiscono un momento di valorizzazione del progetto, dei risultati raggiunti e dell'impegno condiviso a favore della comunità e del territorio.

Il beneficiario deve informare la Fondazione almeno 2 settimane prima dell'evento o della conferenza stampa, così da concordare data, luogo, programma, modalità di citazione e possibile partecipazione istituzionale.

Una volta definiti gli elementi organizzativi, l'invito rivolto al Presidente deve essere trasmesso a:

- comunicazione@fondazioneperugia.it
- info@fondazioneperugia.it

Indicazione pratica

Nelle comunicazioni preliminari specificare sempre data, orario, sede, programma, relatori, pubblico atteso, riferimenti del responsabile organizzativo ed eventuali esigenze di intervento o saluto istituzionale.

5 COMUNICATI STAMPA E RAPPORTI CON I MEDIA

Ogni comunicato relativo al progetto deve richiamare il sostegno di Fondazione Perugia. La bozza deve essere trasmessa a comunicazione@fondazioneperugia.it almeno 7 giorni lavorativi prima dell'invio ai giornalisti e non può essere diffusa prima dell'approvazione.

L'intervento della Fondazione deve essere definito come «sostegno» e non come «finanziamento».

Formule consigliate

- «L'iniziativa è stata realizzata con il sostegno di Fondazione Perugia».
- «Il progetto è stato realizzato con il sostegno di Fondazione Perugia».
- «La ricerca è stata realizzata con il sostegno di Fondazione Perugia».

Nei comunicati stampa è sufficiente la citazione testuale. Il Marchio/Logo è richiesto solo per iniziative congiunte o nei casi concordati con l'Ufficio comunicazione.

6 TARGHE, AUTOMEZZI E CARTELLI DI CANTIERE

6.1 Targhe

Quando il sostegno riguarda la realizzazione, la ristrutturazione o il restauro di beni mobili o immobili, oppure l'acquisto di arredi e attrezzature strumentali, il beneficiario deve rendere visibile il sostegno mediante una targa.

La targa deve essere richiesta almeno 15 giorni prima dell'inaugurazione o del termine dei lavori, indicando:

- Denominazione e Marchio/Logo dell'ente beneficiario;
- Titolo del progetto;
- Anno di realizzazione o inaugurazione;
- Fotografia e indicazione del luogo di collocazione;
- Eventuali vincoli dimensionali o tecnici.

La Fondazione trasmette la bozza per la verifica dei dati. Collocazione, formato e materiali devono garantire adeguata visibilità ed essere concordati con l'Ufficio comunicazione. Il beneficiario può produrre autonomamente la targa o il cartello solo previa approvazione delle caratteristiche e della bozza.

Nome Ente/Associazione

Logo Progetto

Progetto

Titolo progetto

Anno

realizzato con il sostegno della



FONDAZIONE PERUGIA

Modello
di targa

Esempio di targa

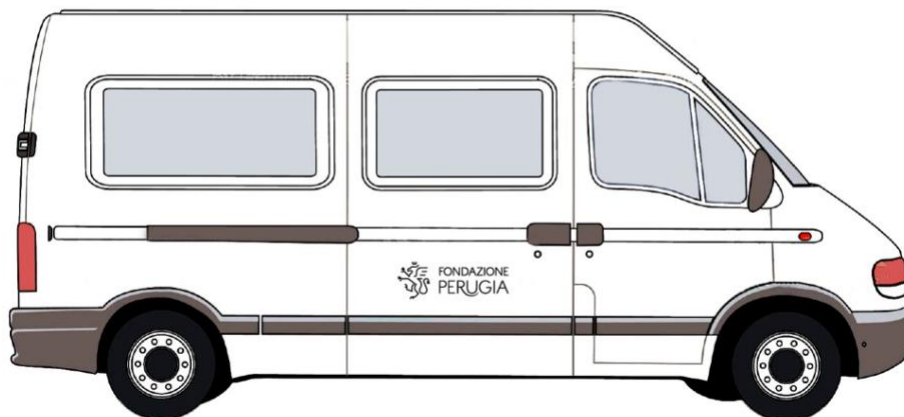
6.2 Automezzi

Se il sostegno riguarda l'acquisto di un automezzo, il Marchio/Logo deve essere applicato in una posizione chiaramente visibile. Di norma, è collocato sullo sportello laterale posteriore, mentre il Marchio/Logo dell'ente beneficiario è posto sullo sportello anteriore.

La bozza con posizione e dimensioni deve essere approvata prima della produzione.

Sugli automezzi si utilizza esclusivamente il Marchio/Logo, senza la dicitura «Con il sostegno di».

Esempio di automezzo
con giusto posizionamento
del logo della Fondazione



Esempio di posizionamento su automezzo

6.3 Cartelli di cantiere

Nei cartelli di cantiere deve essere inserito il Marchio/Logo della Fondazione.

La bozza completa deve essere inviata all'Ufficio comunicazione e approvata prima della realizzazione.

7 SITO WEB, SOCIAL NETWORK E MATERIALI MULTIMEDIALI

7.1 Sito web

Le pagine dedicate al progetto devono citare il sostegno della Fondazione e, se previsto, includere il Marchio/Logo con collegamento al sito istituzionale. Testi, immagini, video, inviti, brochure e link possono essere inviati all'Ufficio comunicazione per l'eventuale valorizzazione sui canali della Fondazione.

7.2 Social network

Nei post relativi al progetto è opportuno citare e taggare Fondazione Perugia, utilizzando il profilo @Fondazioneperugia su Facebook e Instagram. Il tag favorisce la condivisione e la valorizzazione reciproca dei contenuti, senza sostituire l'approvazione preventiva quando il post contiene il Marchio/Logo o materiali istituzionali.

7.3 Immagini e video

- Utilizzare materiali di buona qualità e coerenti con il progetto;
- Acquisire le autorizzazioni necessarie per immagini, riprese, musica e testimonianze;
- Rispettare la normativa sulla protezione dei dati personali, con particolare attenzione ai minori;
- Indicare autore o fonte quando richiesto;
- Trasmettere alla Fondazione solo contenuti di cui sia consentito l'uso e l'eventuale ripubblicazione.

8 CHECKLIST PRIMA DELLA PUBBLICAZIONE

VERIFICA	OK
La Fondazione è citata con la formula corretta?	☐
È stato utilizzato il file ufficiale del Marchio/Logo?	☐
Il Marchio/Logo è leggibile, proporzionato e non modificato?	☐
È presente la dicitura «Con il sostegno di», salvo le eccezioni previste?	☐
La bozza è completa di testi, immagini, loghi, link e dati dell'evento?	☐
Sono stati rispettati i termini di invio?	☐
Sono disponibili diritti, liberatorie e autorizzazioni per i contenuti?	☐
È stata ricevuta l'approvazione dell'Ufficio comunicazione?	☐

9 CONTATTI

Ufficio comunicazione	comunicazione@fondazioneperugia.it
Informazioni generali	info@fondazioneperugia.it
Sito web	www.fondazioneperugia.it



FONDAZIONE
PERUGIA

www.fondazioneperugia.it