
FIRENZE, 24 OTTOBRE 2017

**Consigli per la realizzazione grafica della creatività sui megaposter.
Un'efficiente grafica adattata ad ogni singolo impianto garantirà il risultato desiderato.**

Di seguito, alcuni accorgimenti, per la progettazione della comunicazione esterna "Out Of Home".

La linea guida fondamentale da seguire per una buona progettazione è la **SEMPLICITA'**.

Un buon design, per avere un'ottima esecuzione e portare migliori risultati, deve contenere un concentrato di un messaggio tramite un'espressione lucida.

L'attenzione deve essere focalizzata su un **MESSAGGIO CHIAVE**.

Suggerimenti rapidi per il design dell'esterna:

- Identificazione del prodotto.
- Assicurarsi che si legga in modo chiaro il nome dell'inserzionista.
- Breve Copy. Messaggio concentrato in una frase d'effetto
- Parole Brevi. Non più di 10 parole in totale e 5 parole del titolo. Usare parole brevi per la comprensione più rapida.
- Tipo di carattere grande e leggibile. Le parole sono viste da una distanza di 50-400 metri pertanto qualsiasi testo che è parte integrante del design dovrebbe essere il più grande possibile.
- Adattamento per ogni impianto scelto.

Per rafforzare i messaggi aumentare lo **SPESSORE DELLE LINEE PRINCIPALI**. Non dimenticare che a 600 metri le linee sottili, visivamente scompaiono.

La regola degli "spazi vuoti" non si applica in esterna, a differenza della stampa, dove la dimensione reale di visualizzazione è troppo piccola. Ogni impianto è visibile in modo diverso pertanto si consiglia di impostare il messaggio chiave nella parte di primo impatto. Si consiglia di impostare la grafica in modo che tale messaggio possa essere spostato da dx a sx e viceversa.

Colori vivaci

Nell' Outdoor, abbiate l'audacia di essere coraggiosi! Progettate **FORTI CONTRASTI** con l'uso del colore, questo significa migliore visibilità. Messaggi sottili e tenui a lunga distanza non funzionano.

Le combinazioni di colore rappresentano il miglior uso per la leggibilità. Nei confronti degli altri media tecnologici si permette agli inserzionisti di rivalorizzare le immagini fisse con un messaggio coraggioso, chiaro e facile da capire.



Media Firenze Group Italia

info@mediafirenze.it
tel 055.328.99.10
fax 055.323.40.41

Media Firenze Group Italia s.r.l.
Sede legale: Via Lippo Memmi 12,
50142 Firenze, Italy
Sede operativa: Via G. B. Pergolesi 27
50018 Scandicci (FI), Italy
Codice Fiscale e Partita Iva 05766960487

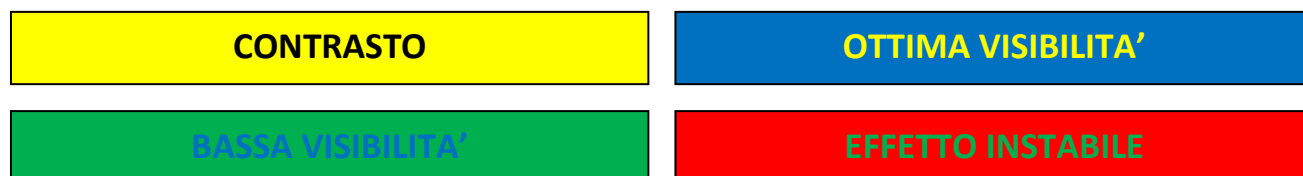
Suggerimenti rapidi per i colori in esterna:

- Immagini forti su sfondi semplici
- Creare immagini di grande impatto
- Inserire il testo in una sola riga orizzontale a sinistra per consentire una rapida assimilazione del messaggio senza interruzioni e posizionare l'immagine a destra. Tante righe aumentano il tempo di comprensione del messaggio.

Se è necessario inserire più righe, utilizzare un adeguato corpo per la riga leader tra i messaggi. Un testo che scorre sotto la linea del testo principale complicherà la lettura del messaggio infatti, l'affollamento di tante lettere in uno spazio ristretto riduce la leggibilità.

I caratteri sottili diventeranno invisibili dalle grandi distanze, mentre i caratteri ingombranti fanno perdere la distinzione tra le lettere. In linea generale, i caratteri Script sono difficili da leggere a qualsiasi distanza.

La leggibilità dipende anche dal contrasto di colore. Contrasti elevati consentiranno l'utilizzo del testo più piccolo. Sfondi complessi dietro al testo riducono la leggibilità. Di seguito alcune combinazioni per illustrare meglio quanto consigliato.



Gli Specialisti affermano che una normale persona vedente ha un tempo massimo di circa 12 secondi per comprendere un messaggio di un cartellone; sia di giorno che di notte. Proprio per questa breve visualizzazione di un grafico Billboard, il messaggio deve essere progettato per essere attraente e facilmente comprensibile.

Durante le ore diurne, la luce naturale permette una grafica ben pianificata per essere facilmente avvistata e compresa. Tuttavia, le ore dopo il tramonto, che rappresentano circa il 40% della giornata, è fondamentale, per il valore della pubblicità, la predisposizione di un'illuminazione artificiale che impianti firmati Media Firenze garantiscono sempre.

L'illuminazione notturna è particolarmente importante per gli inserzionisti che lavorano nel food, come ristoranti e alberghi, che si basano prevalentemente sulla realizzazione di un loro messaggio verso i consumatori in cerca di alloggio e di cibo dopo il tramonto.