

### 3.1 Introduzione

#### 3.1.1

Il presente manuale ha lo scopo di definire le caratteristiche fondamentali di tutti mezzi divulgativi e pubblicitari.

#### 3.1.2

Per mezzi divulgativi e pubblicitari si intendono tutte le attività di Marketing convergenti nella diffusione di informazioni a stampa sia come supporto all'attività commerciale, sia come diffusione e potenziamento dell'immagine aziendale nella sua generalità.

#### 3.1.3

L'immagine pubblicitaria delle affiliate **TUSCIAVITERBESE** deve essere precisa e univoca in tutti i mercati interessati.

#### 3.1.4

Deve ribadire e fondare i messaggi sui concetti della riconosciuta alta qualità.

#### 3.1.5

Deve essere nettamente differenziata da qualsiasi messaggio dello stesso genere della concorrenza.

#### 3.1.6

La comunicazione pubblicitaria deve quindi osservare scrupolosamente i seguenti criteri essenziali:

L'immagine che si vuole diffondere deve essere sia razionale che emotiva.

Deve rimarcare, senza enfasi, l'altissima qualità parallelamente ai benefici funzionali come la puntualità, la serietà, l'affidabilità, la sicurezza, l'assistenza, la continua evoluzione di idee e di tecnologie, associate a tradizione, sensibilità, contatto umano, ottimismo, originalità, fiducia e collaborazione.

Le immagini adottate e i relativi contenuti letterari non debbono avere carattere descrittivo ed esauriente, ma le loro caratteristiche formali e di contenuto debbono stimolare interesse e desiderio di maggiore conoscenza.

Il carattere di internazionalità dell'ente **TUSCIAVITERBESE** implica la necessità dell'adozione di mezzi espressivi pragmatici rapportati ai Paesi interessati dalla distribuzione dei suoi prodotti.

L'immagine divulgata dalla pubblicità deve essere strettamente coordinata con la Corporate Identification Standard dell'ente **TUSCIAVITERBESE**.

#### 3.1.7

L'informazione deve essere precisa, esauriente e veritiera.

#### 3.1.8

Non deve esprimersi in modo eclatante o enfatico. Parallelemente alle strategie divulgative, i mezzi espressivi debbono facilitare la percezione e la chiara comprensione delle caratteristiche qualitative della produzione, escludendo qualsiasi possibilità di equivoci interpretativi.

#### 3.1.9

Elemento essenziale è la chiarezza come risultato della semplicità espositiva sia delle immagini che dei testi.

#### 3.1.10

La redazione dei testi deve esporre i concetti attraverso il lessico più lineare e con metodi sintattici che prevedano periodi brevi, assenza di incisi, implicazioni e di ogni altro attributo che contrasti con la massima semplicità espositiva possibile.