

# La tua vita, al sicuro e tutta in un solo sguardo

## La tua vita, salvata

Oggi i backup non proteggono tanto documenti di testo, presentazioni PowerPoint e fogli di calcolo Excel, quanto video personali, brani preferiti e migliaia di preziose fotografie. Avere un backup e una copia supplementare di tutti i contenuti significa proteggere i ricordi di tutt'una vita. Significa conservare al sicuro tutto ciò che conta di più, e in un solo posto.

## La differenza WD

Tutti offrono protezione, ma solo i dischi rigidi esterni WD con WD SmartWare ti offrono la protezione che puoi vedere. WD SmartWare è il software di backup visuale che ti consente di vedere i file che vengono messi al sicuro con una copia supplementare. E con il backup automatico e continuo tutti i file che hai sul computer sono al sicuro sul disco rigido. In più, per una protezione supplementare, tutti i dischi rigidi esterni WD sono protetti da password e da crittografia hardware.

## La campagna WD

Questa campagna ricorda ai consumatori che i loro contenuti digitali acquistano sempre più valore. Contribuisce a creare un collegamento emotivo e mostra visivamente in che modo WD SmartWare protegge tutto ciò che amano. I contenuti personali salvati sul computer sono rappresentati visivamente e classificati proprio come avverrebbe sul disco rigido e l'interfaccia di WD SmartWare mostra che tutto quanto è sul computer viene copiato e protetto anche sul disco rigido WD.

PUT YOUR LIFE ON IT® **WD**



Music 87 GB

Photos 95 GB

Movies 165 GB

## See your life safe in one place.

Protect your movies, photos and music with WD's My Book Essential USB external drive. WD SmartWare backup software provides a reassuring visual display of your backup as it happens, and instantly makes a duplicate copy whenever you add or change a file. Password protection and hardware-based encryption add security and privacy to your drive. My Book Essential drives...one safe place for your digital life.



Visual backup with WD SmartWare™ on My Book® Essential™ External Hard Drive

WORLD'S BEST SELLING #1 WD EXTERNAL HARD DRIVES

Western Digital, WD, the WD logo, My Book, and Put Your Life On It are registered trademarks in the U.S. and other countries. SmartWare and WD SmartWare are trademarks of Western Digital Technologies, Inc. Product specifications subject to change without notice. Photos shown may vary from actual product. © 2009 Western Digital Technologies, Inc. All rights reserved.  
An inch for storage capacity: one megabyte (MB) = one million bytes, one gigabyte (GB) = one billion bytes, and one terabyte (TB) = one trillion bytes. Total accessible capacity varies depending on operating environment.  
4129-70000-001

La tua vita, al sicuro e tutta in un solo sguardo  
Linee guida della campagna WD



L'obiettivo di queste linee guida è garantire che il concetto della campagna sia proposto correttamente e in modo uniforme in tutto il mondo. Quando si sviluppa un pezzo per la comunicazione è importante attenersi a tutti gli standard del marchio WD e tutti gli asset sviluppati devono essere approvati da Marcom.



#### LOGO

- Utilizzare solo il logo bianco sulla scatola WD nera
- Il logo è stato disegnato per essere posizionato nell'angolo in alto a destra delle comunicazioni. Osservare le linee guida corrette per il logo quando si sviluppano dei pezzi di comunicazione
- Per l'uso corretto di logo e tagline, vedere wdbrand.com

#### RUOLO DELLE IMMAGINI

- Le immagini selezionate sono state scelte per rappresentare una gamma di contenuti, incluso video, musica e immagini
- La scelta è tra quattro gruppi visuali
- Ogni composizione include un elemento centrale principale che attira l'attenzione
- L'etichetta posta su ogni elemento visivo rimanda con i suoi colori alle barre di WD SmartWare

#### OPZIONI DI LAYOUT

- Si possono usare lo sfondo verde compatto oppure quello verde e bianco
- Mantenere sempre nella rispettiva posizione i singoli elementi delle comunicazioni e sempre rispettando le proporzioni di questo layout
- Mantenere gli standard d'identità di WD. Per maggiori informazioni sugli standard di identità, vedere wdbrand.com

#### TITOLO

- Il titolo non può essere modificato. Le versioni localizzate di questo testo sono bloccate e non possono essere modificate
- Anche la posizione e il formato del titolo devono rispettare le proporzioni del layout

#### OPZIONI DI COPIA

- Per il layout, è possibile scegliere il blocco oppure i punti elenco. Le best practice suggeriscono il blocco per le pubblicità su carta e i punti elenco per i materiali POP. È comunque sempre indispensabile scegliere l'uno o l'altro
- Usare in tutte le immagini il nome completo del prodotto e la dicitura "con software di backup visuale"
- La versione con la copia più succinta è solo per i POP nei negozi, vicino alle scatole con i prodotti WD. I clienti che lo desiderano troveranno maggiori informazioni sulle scatole
- I font della campagna sono tutti della famiglia Helvetica Neue (T1)

**Titolo:** la prima parte del titolo (La tua vita,) è Helvetica Neue (T1) 75 Bold. La seconda parte del titolo (al sicuro e tutta in un solo sguardo) è Helvetica Neue (T1) 45 Light. Per entrambe le sezioni il font avrà la stessa dimensione

**Copia del corpo:** la copia del corpo è Helvetica Neue (T1) 55 Roman e non deve mai essere inferiore a 9,5 punti

**Descrittori del prodotto:** i descrittori del prodotto sono posizionati sotto la schermata WD SmartWare. Usare Helvetica Neue (T1) 56 Italic

**Avvisi legali:** il testo legale deve essere giustificato a sinistra e posizionato in calce allo spazio creativo. Usare Helvetica Neue (T1) 45 Light. Il font non deve mai essere inferiore a 5 punti

#### INTERFACCIA WD SMARTWARE

- Quando possibile l'immagine del prodotto e l'interfaccia software devono essere bloccati insieme in modo da creare un legame visivo tra i due

#### LOGO N. 1

- Usare il logo de Il più venduto al mondo n. 1 in tutte le comunicazioni. Deve essere posizionato molto vicino al prodotto

#### FOTO DEL PRODOTTO

- Per scaricare l'immagine del prodotto necessaria per il layout, vedere wdbrand.com
- Nell'immagine occorre etichettare correttamente famiglia del prodotto, modificatore e categoria

