

## Premessa

Il rinnovo del marchio sottolinea il cambiamento 7

## Introduzione

9

### *Parte I - Gli elementi figurativi del sistema sportivo Italiano*

11

#### 1. Gli elementi di base

13

Il simbolo: concetti originari

13

Il logotipo Coni

14

I cerchi Olimpici

15

#### 2. I marchi

16

Il marchio Coni

17

Il marchio Italia

18

Il marchio Coni Servizi

19

#### 3. L'identità visiva Coni

20

Famiglie di caratteri tipografici

20

Colori istituzionali

21

stampati

21

altri supporti

21

Colori Olimpici

22

Le caratteristiche del marchio Coni

23

costruzione

versioni positiva e con estensione

versione negativa e monocromatica

Combinazione con altri marchi

27

area di rispetto e allineamento tipografico

Altri elementi visivi

28

versione Flash

texture

#### 4. La tutela dei marchi

30

L'autorizzazione CIO

30

La tutela dei segni distintivi del Movimento Olimpico

30

La registrazione c/o la CCIAA

30

I vincoli nazionali

31

Il controllo

31

### *Parte II - I soggetti della comunicazione nel mondo sportivo*

33

#### 5. Gli appartenenti al mondo sportivo ed i marchi di riferimento

35

#### 6. Il Coni: la comunicazione istituzionale a livello centrale

36

La corrispondenza

36

La documentazione interna

37

La documentazione online

37

L'abbigliamento

37

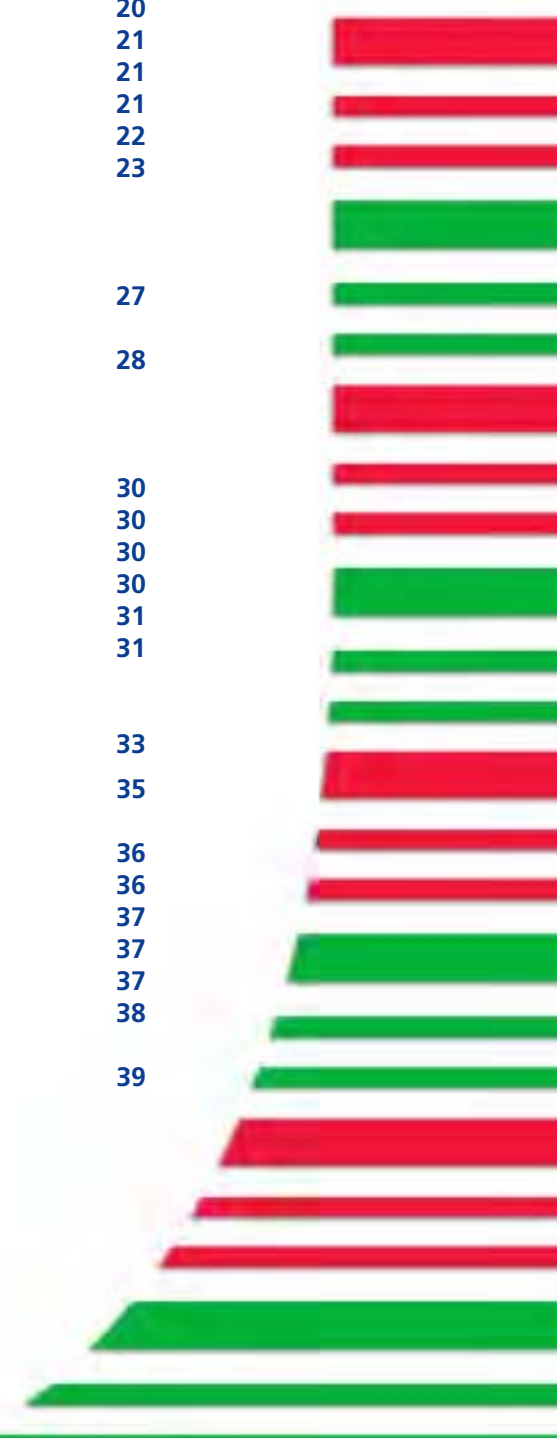
Altre forme di comunicazione

38

#### 7. I Comitati Regionali e Provinciali: la comunicazione istituzionale a livello territoriale

39

Indice





|  |           |
|--|-----------|
| <b>8. Coni Servizi e la comunicazione aziendale</b>                        | <b>41</b> |
| <b>9. L'uso dei simboli da parte degli associati</b>                       | <b>42</b> |
| Le Federazioni Sportive Nazionali  | 42        |
| Le Discipline Sportive Associate   | 43        |
| Gli Enti di Promozione Sportiva  | 43        |
| Le Associazioni Benemerite   | 44        |
| Licenze d'uso  | 44        |
| <b>Parte III - I modelli operativi</b>                                     | <b>45</b> |
| <b>10. I modelli Coni per uso centrale (modelli per la corrispondenza)</b> | <b>47</b> |
| Lettera Il Presidente  | 48        |
| Lettera Il Segretario Generale   | 49        |
| Lettera generica   | 50        |
| Fax Segreteria del Presidente  | 51        |
| Fax Segreteria Generale  | 52        |
| Anteprima posta elettronica Segreteria del Presidente                      | 53        |
| Anteprima posta elettronica Segreteria Generale                            | 54        |
| <b>11. Modelli fac-simile per gli Associati</b>                            | <b>55</b> |
| Federazione Sportiva Nazionale   | 56        |
| Disciplina Sportiva Associata  | 57        |
| Ente di Promozione Sportiva  | 58        |
| Associazione Benemerita  | 59        |
| <b>Ringraziamenti</b>  | <b>61</b> |



## PREMESSA

### IL RINNOVO DEL MARCHIO SOTTOLINEA IL CAMBIAMENTO

Sino ad oggi il marchio del Coni non è stato gestito come una proprietà specifica del Comitato Olimpico Nazionale Italiano ma come un segno distintivo dell'appartenenza al mondo sportivo.

Chiunque abbia agito direttamente o in collegamento con un'attività sportiva ha potuto fregiarsi del marchio olimpico, contribuendo senza dubbio alla sua diffusione.

Oggi, il Comitato Olimpico Internazionale avverte la necessità di tutelare il simbolo olimpico, anche in considerazione dell'indotto creato dal movimento stesso, a garanzia e tutela della propria immagine. Conseguentemente impone ai singoli Comitati Olimpici Nazionali di aderire al programma di tutela e protezione dei cinque cerchi.

Il Coni, da parte sua, rinnova il proprio marchio contestualmente al riassetto organizzativo interno, a sottolineare un cambiamento forte nella gestione e l'approccio all'attività lavorativa, oggi orientate alla qualità e volto a rafforzare ed evidenziare i valori più profondi del movimento sportivo.

Ad una nuova simbologia deve quindi corrispondere un diverso approccio gestionale della stessa, principalmente orientato alla tutela ed al corretto utilizzo dei marchi che devono oggi accompagnare attività che rispecchino integralmente i valori del mondo sportivo che i marchi stessi rappresentano.

Da questo approccio alla gestione dei marchi deriva la necessità del presente Manuale, che consente di comprendere appieno il valore del marchio in tutte le sue applicazioni e soprattutto limitazioni imposte dal contesto giuridico-normativo nazionale ed internazionale.

Tuttavia, un manuale cartaceo può rimanere sterile documento in assenza di una nuova e diffusa consapevolezza e responsabilizzazione sul potere della comunicazione visiva e – soprattutto – il controllo sul corretto uso dell'immagine per la piena rispondenza delle stesse alle azioni ed ai valori del nostro movimento. È indispensabile rendersi parte attiva e garanti della nuova immagine del mondo sportivo italiano al quale siamo tutti orgogliosi di appartenere, riferendosi ai responsabili delle autorizzazioni per qualsiasi dubbio interpretativo o necessità di deroghe alle presenti disposizioni.

Ne consegue che le indicazioni di utilizzo descritte per le diverse componenti del mondo sportivo (Federazioni, Discipline Associate, Enti di Promozione, Associazioni Benemerite) – necessariamente conservative in questa prima fase – rappresentano una prima indicazione metodologica, che nel tempo potrà essere modificata in base a specifiche esigenze riscontrate. Ogni diverso utilizzo da quello oggi indicato non è precluso a priori, ma subordinato ad attenta valutazione della destinazione d'uso da parte dei responsabili, affinché sia garantito l'allineamento tra iniziativa proposta, contenuti e marchio abbinato.

Si auspica una particolare attenzione e sensibilità su questo delicato tema che, se correttamente gestito, potrà rappresentare un punto di forza e di compattezza del movimento sportivo italiano.

## INTRODUZIONE

*La modifica dell'identità visiva rappresenta un momento che accompagna cambiamenti importanti nella visione e nel posizionamento di un'organizzazione e segna una crescita globale che ha bisogno di particolare attenzione.*

*L'intento di questo manuale è quello di riassumere il percorso di cambiamento al fine di condividere internamente i principali concetti legati alla nuova simbologia in quanto espressione di contenuti valoriali del movimento sportivo che rappresentano il nostro indiscusso punto di forza.*

*Il manuale è introdotto da una premessa che richiama ad una nuova attenzione e sensibilità alla rappresentazione visiva quale principale elemento di comunicazione.*

*Il testo è diviso in **tre parti**:*

*la **prima parte** introduce ed illustra i simboli ed i marchi di riferimento, descrivendone la simbologia, le caratteristiche specifiche e le diverse tipologie di riproduzione consentite. Inoltre colloca tali segni all'interno del contesto normativo di riferimento, evidenziando le fonti e le norme a cui si riferiscono e la portata delle autorizzazioni e dei vincoli a cui sono sottoposti;*

*la **seconda parte** è incentrata sui soggetti proprietari dei marchi e sulle modalità di utilizzo dei segni distintivi nelle diverse forme di comunicazione. Sono compresi inoltre tutti gli associati al sistema confederale sportivo (FSN, DSA, EPS, AB) che hanno titolo a fregiarsi del simbolo nelle sole forme descritte;*

*la **terza parte**, infine, raggruppa i modelli operativi di uso interno riferiti ai supporti per la corrispondenza e la comunicazione. Inoltre, descrive il contenuto dei kit personalizzati realizzati per i Comitati Regionali e Provinciali per la caratterizzazione dell'attività istituzionale esercitata sul territorio di competenza, e propone un'ipotesi di caratterizzazione della carta intestata per gli associati, da concordare espressamente con ciascuno nell'impaginazione definitiva.*



**Gli elementi figurativi  
del sistema sportivo italiano**

**Parte I**



## 1. GLI ELEMENTI DI BASE

### Il simbolo: concetti originari

Il segno distintivo del movimento sportivo italiano è chiamato a rappresentare visivamente e simbolicamente tutta l'Italia dello sport e per questo riassume in sé e comunica i valori che animano questo mondo.



Il simbolo vuole esprimere la dimensione concettuale del sentimento di appartenenza, e lo fa richiamandosi alla tradizione sportiva italiana citando l'elemento caratterizzante dello scudetto, rappresentato in maniera originale e moderna, e sfruttando al contempo il tricolore nazionale e l'azzurro che da sempre accompagnano i nostri atleti.

La forma elegante ed autorevole richiama uno scudo araldico ma anche la metafora di una coppa, mentre ogni lettera della parola Italia è legata ai nastri che compongono i colori di bandiera, dotati di un grande dinamismo ma nel rispetto della tradizione.

Il racconto che viene fatto, dunque, è riassumibile in un messaggio chiaro, immediato e fortemente emotivo:

**“uniti sotto la bandiera dello sport italiano”.**

(a cura di INAREA Identity Architectures)

Lo scudo è caratterizzato dai colori istituzionali descritti a pag. 21

## Il logotipo Coni

Il logotipo Coni, è costituito dall'acronimo Coni (senza punteggiatura e in carattere maiuscolo e minuscolo), accompagnato o meno dalla estensione Comitato Olimpico Nazionale Italiano, distribuita su due righe e con stessa base dell'acronimo, in colore azzurro (pantone 286 C).  
Identifica il Comitato Olimpico Nazionale Italiano, Ente di diritto pubblico e massima autorità sportiva nazionale.



## I cerchi Olimpici

I cinque cerchi colorati (i colori olimpici sono descritti a pag. 22) rappresentano il Movimento Olimpico in tutto il mondo e simboleggiano l'unione dei cinque continenti attraverso i valori universali dello sport. Costituiscono proprietà intellettuale protetta del Comitato Olimpico Internazionale. Soltanto il CIO può autorizzarne l'utilizzo nei modi e nelle forme previste dalla Carta Olimpica.

Il Coni ha il dovere di tutelare la proprietà Olimpica sul territorio nazionale rispetto al quale possiede giurisdizione sportiva esclusiva. L'uso non autorizzato della proprietà Olimpica (simbolo, logotipo, inno, motto, terminologia, ecc.) non è consentito ed è perseguibile a termini di legge.





## 2. I MARCHI

Le diverse combinazioni degli elementi di base del sistema figurativo danno origine ai principali segni distintivi del mondo sportivo, uniformi nei caratteri e nei colori, dove il simbolo (vedi pag. 13) costituisce elemento unificatore:

il marchio Coni



il marchio Italia



il marchio Coni Servizi



## Il marchio Coni



### **Caratteristiche:**

il **SIMBOLO**, in abbinamento con il logotipo Coni e i cinque cerchi, costituisce emblema olimpico soggetto ad approvazione da parte del Comitato Esecutivo del CIO quale prerequisite per qualsiasi forma di utilizzo.

Rappresenta segno distintivo dell'Ente pubblico ed al contempo marchio commerciale debitamente tutelato con possibilità di sfruttamento nell'ambito della delega concessa dal CIO.

### **Simbologia:**

evidenzia il vertice del movimento sportivo italiano e l'appartenenza al Movimento Olimpico Internazionale, con l'adesione ai principi della Carta Olimpica.

### **Utilizzo:**

viene utilizzato per caratterizzare tutta la comunicazione istituzionale dell'Ente Coni, nonché le iniziative di tipo commerciale dallo stesso intraprese.

Sino al 2006 è subordinato ai vincoli derivanti dalla cessione commerciale in favore del TOROC nell'ambito del Joint Marketing Agreement.

Responsabile delle autorizzazioni all'utilizzo è il Segretario Generale per mezzo del responsabile incaricato.

## Il marchio Italia



“I sentimenti di aggregazione, identificazione, prestigio, fierezza si uniscono alla dimensione dell’appartenenza e del sogno di vittoria e vengono tradotti nel concetto di “I-team”.

I-team è Italia team, ovvero la squadra, ma è anche io-team, ovvero la dimensione personale ed intima dello sforzo atletico.

I-team è lo spirito di unione che si crea con il sentimento di appartenenza, ma è anche l’io dell’atleta che concorre per la vittoria finale, vittoria individuale ma anche di squadra e dello sport italiano.”

(a cura di INAREA Identity Architectures)

### **Caratteristiche:**

il **SIMBOLO**, in abbinamento con i cinque cerchi, costituisce emblema soggetto ai vincoli dettati dalla Carta Olimpica ed è sottoposto ad approvazione da parte del Comitato Esecutivo del CIO quale prerequisite per qualsiasi forma di utilizzo. È registrato presso il CIO come marchio commerciale.

### **Simbologia:**

rappresenta simbolicamente il mondo sportivo italiano che si riconosce nei principi della Carta Olimpica. Caratterizza quindi in via prioritaria la Delegazione Nazionale Italiana alle principali manifestazioni multisportive internazionali.

### **Utilizzo:**

è di pertinenza prevalente delle rappresentative nazionali italiane che prendono parte alle principali manifestazioni internazionali (Giochi Olimpici, Giochi del Mediterraneo, ecc.).

Responsabile delle autorizzazioni all’utilizzo è il Segretario Generale attraverso il Responsabile incaricato.

## Il marchio Coni Servizi



### **Caratteristiche:**

il **SIMBOLO** in abbinamento con la denominazione della Società di Servizi (Coni Servizi) ne costituisce segno distintivo ed al contempo marchio commerciale, offrendo opportunità di valorizzazione delle azioni e delle proprietà, nonché possibilità di sfruttamento commerciale.

### **Simbologia:**

rappresenta l'attività strumentale e di servizio espletata dalla Società per il Coni, nonché l'attività di servizi offerti al mondo sportivo condotta dall'Azienda.

### **Utilizzo:**

caratterizza tutta la comunicazione aziendale nei modi e nelle forme descritte nel manuale specifico.

L'uso del marchio è riservato in esclusiva alla Società di servizi e la responsabilità di gestione dello stesso è di competenza dei vertici aziendali.

**Il marchio Coni Servizi viene qui riportato solo per completezza.**

### 3. L'IDENTITÀ VISIVA CONI

#### Famiglie di caratteri tipografici

Su tutto il materiale di stampa e nelle diverse forme di comunicazione viene utilizzata la famiglia di caratteri FRUTIGER. Ne è previsto l'impiego nelle versioni: Frutiger Light, Frutiger Roman e Frutiger Bold. Quando il carattere Frutiger non sia disponibile su pc è consentito l'utilizzo del carattere Arial.

Frutiger Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Frutiger Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Frutiger Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

## Colori istituzionali

### Stampati

Alla base dell'identità sportiva c'è l'utilizzo costante, per la stampa, dei colori istituzionali **PMS (PANTONE® MATCHING SYSTEM)**

|            |       |
|------------|-------|
| BLU CONI   | 286 C |
| ROSSO CONI | 186 C |
| VERDE CONI | 341 C |

Nei casi in cui non sia possibile usare i colori pantone, i colori di riferimento possono essere riprodotti in **quadricromia**, secondo le percentuali indicate.

### Altri supporti

Nei processi di riproduzione su altri supporti il colore deve essere convertito nel codice cromatico equivalente:

I **codici 3M** devono essere utilizzati per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive.

I **codici RAL** sono utilizzabili per la stampa a mezzo vernici.

I **codici RGB Hex** sono di riferimento per il Web.

I **codici RGB** sono per monitor

| blu Coni   | rosso Coni  | verde Coni  | bianco Coni   |
|--|---|---|---|
| <b>PMS</b><br>286 C  | <b>PMS</b><br>186 C   | <b>PMS</b><br>341 C   | <b>PMS</b><br>white                                     |
| <b>Quadricromia</b><br>C 100 %<br>M 60 %<br>Y 0 %<br>K 6 % | <b>Quadricromia</b><br>C 0 %<br>M 100 %<br>Y 100 %<br>K 0 % | <b>Quadricromia</b><br>C 100 %<br>M 0 %<br>Y 60 %<br>K 30 % | <b>Quadricromia</b><br>C 0 %<br>M 0 %<br>Y 0 %<br>K 0 % |
| <b>3M</b><br>100-37  | <b>3M</b><br>100-13   | <b>3M</b><br>100-450  | <b>3M</b><br>100-20                                     |
| <b>RAL</b><br>5003   | <b>RAL</b><br>3020  | <b>RAL</b><br>6018  | <b>RAL</b><br>9010                                      |
| <b>RGB Hex</b><br># 043481                                 | <b>RGB Hex</b><br># D90139                                  | <b>RGB Hex</b><br># 007A54                                  | <b>RGB Hex</b><br># FFFFFFFF                            |
| <b>RGB</b><br>R 0/255<br>G 53/255<br>B 173/255             | <b>RGB</b><br>R 209/255<br>G 40/255<br>B 72/255             | <b>RGB</b><br>R 0/255<br>G 120/255<br>B 89/255              | <b>RGB</b><br>R 255/255<br>G 255/255<br>B 255/255       |
| <b>PTC</b><br>18-3140TC                                    | <b>PTC</b><br>18-1660TC                                     | <b>PTC</b><br>18-5642TC                                     | <b>PTC</b><br>11-4201TC                                 |

## Colori Olimpici

La riproduzione di stampa del marchio Olimpico deve rispettare le specifiche dei colori Olimpici ufficiali PMS. Nei casi in cui non sia possibile utilizzare il pantone, i colori dovranno essere riprodotti in quadricromia secondo le percentuali indicate.

|                 |        |
|-----------------|--------|
| BLU OLIMPICO    | 3005 C |
| GIALLO OLIMPICO | 137 C  |
| NERO OLIMPICO   | 426 C  |
| VERDE OLIMPICO  | 355 C  |
| ROSSO OLIMPICO  | 192 C  |



## Le caratteristiche del marchio Coni

### Costruzione

Gli elementi che costituiscono il marchio Coni (già descritti a pag. 17) sono inseriti all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera una griglia (modulo quadrato). La scansione modulare definisce la collocazione del logotipo Coni e del simbolo olimpico.



Il marchio è riproducibile anche su altri materiali con tecniche alternative alla stampa tipografica (rilievo su pelle, incisione su vetro o metallo, ricamo su tessuto). In tali fattispecie si terrà conto delle caratteristiche di costruzione sopra descritte per la riproduzione rispettosa delle proporzioni e particolare attenzione dovrà essere dedicata alla conversione dei pantoni tipografici negli omologhi riferimenti specifici per il supporto utilizzato (vedi pagg. 18-19).



### Versione positiva

La versione positiva (a colori) del marchio Coni si usa su fondo bianco o molto chiaro; i colori del simbolo e del logotipo sono descritti nella tabella dei colori istituzionali (vedi pagina 21), i colori dei cinque cerchi sono descritti nella tabella dei colori olimpici (vedi pagina 22).

Le soluzioni di stampa sono previste con i colori pantoni di riferimento tipografico o in quadricromia.



### Versione con estensione

Il marchio Coni può essere accompagnato dall'estensione "Comitato Olimpico Nazionale Italiano", la cui collocazione esatta è definita dalla scansione modulare, è composta su due righe e mantiene la stessa base del Logo.



## Versione negativa

La versione negativa del marchio deve essere adottata su fondo di colore scuro e in tutti i casi in cui non sia possibile utilizzare la versione positiva.



Non è consentito riprodurre il marchio nè a colori su fondo colorato nè su fondo non uniforme.



## Versione monocromatica

La versione in nero o in blu è utilizzata in tutti i casi in cui sia prevista la stampa monocromatica.



Il marchio è leggibile anche a dimensioni minime. Si consiglia comunque di non utilizzare il marchio in dimensioni inferiori a quelle di seguito indicate.



Per riproduzioni in formati minimi è **obbligatorio** utilizzare la versione monocromatica.

## Combinazione con altri marchi

### Area di rispetto

Quando il marchio sia accostato ad un testo o affiancato ad altri marchi, si rende necessario seguire alcuni criteri base di impaginazione. Tra il marchio e gli elementi di tipografia deve sempre essere considerata l'area minima di rispetto, in quanto la leggibilità risulta migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio. L'immagine qui di seguito riporta lo spazio minimo da rispettare; quando possibile deve essere aumentato.



### Allineamento tipografico

È inoltre indispensabile tenere in considerazione i criteri di costruzione del marchio stesso definiti con la scansione modulare precedentemente descritta, mettendola in relazione con i criteri di costruzione dei marchi a cui si affianca.



## Altri elementi visivi

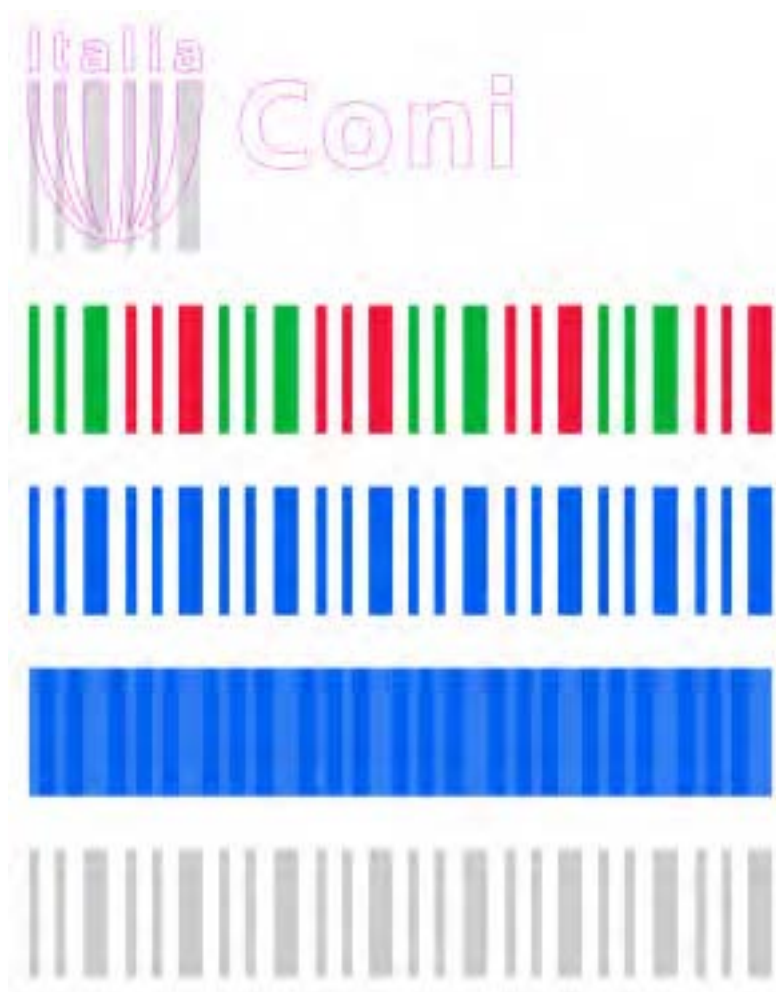
### Versione Flash

Per versione flash si intende la rappresentazione parziale del marchio Coni, che può essere utile nella creazione di supporti promozionali o utilizzato come elemento decorativo. È riproducibile nelle versioni positiva (a colori), blu oppure negativa - da utilizzarsi con le stesse modalità descritte per il marchio.



## Texture

Analogamente, la texture è costituita dalla versione flash usata come sfondo. È possibile realizzarla nei colori istituzionali blu, rosso, verde ed inoltre in argento/grigio PANTONE 877 C.



## 4. LA TUTELA DEI MARCHI

### L'autorizzazione CIO

Il marchio distintivo del Coni racchiude al suo interno il simbolo olimpico, di esclusiva titolarità del CIO.

Pertanto, subordinatamente all'autorizzazione del CIO (rilasciata conformemente ai parr. 12-17 dell'art. 1 della Carta Olimpica), il Coni stesso è vincolato a tutelare il proprio marchio nei modi e nelle forme previste per la tutela di tutta la proprietà intellettuale olimpica, come di seguito descritto.

### La tutela dei segni distintivi del Movimento Olimpico

I caratteri ed elementi distintivi del Movimento Olimpico Internazionale, comprendenti simbolo, inno, motto, terminologia specifica (Olimpico, Olimpionico, Olimpiadi, ecc.) costituiscono oggetto di diritti di proprietà intellettuale tutelati a livello internazionale. L'utilizzo non autorizzato di tali elementi è severamente vietato e viene perseguito a termini di legge.

Senza espressa autorizzazione del CIO

#### NON È CONSENTITO:

- creare associazioni di alcun tipo con il Comitato Olimpico Internazionale, gli atleti Olimpionici ed Olimpici, i Giochi Olimpici, il Movimento Olimpico;
- utilizzare o imitare in alcuna forma o derivazione i simboli, il motto, la fiaccola o la terminologia oggetto di diritti di proprietà intellettuale del Movimento Olimpico;
- creare associazioni con uno qualsiasi dei simboli o termini olimpici in modo che si possa pensare ad un patrocinio diretto o appoggio formale del movimento olimpico.

### La registrazione presso la CCIAA

Sono stati registrati per il territorio italiano il logotipo Coni con estensione in numerose categorie merceologiche (sia per fabbricazione e commercializzazione, sia per servizi) ed il marchio Coni Servizi (per servizi).

Il **SIMBOLO** – lo scudo sormontato dalla scritta Italia – è stato registrato ed è tutelato a livello comunitario.

## I vincoli nazionali

Nell'ambito dell'organizzazione dei Giochi Olimpici invernali di Torino 2006, il Coni ed il TOROC hanno stipulato un Joint Marketing Agreement finalizzato all'ottimizzazione del valore dell'immagine delle Olimpiadi ed alla conseguente massimizzazione delle possibilità di conseguire ricavi al fine di ospitare con successo i Giochi.

In tale contesto il Coni ha concesso in uso al TOROC tutti i diritti di sfruttamento commerciale e di marketing, la proprietà intellettuale inerenti i Giochi, le Squadre Olimpiche italiane e/o ogni altra associazione Olimpica (marchio e termini "Olimpico", "Olimpiadi", "Giochi Olimpici"), che pertanto rimangono di esclusiva pertinenza del TOROC sino al 31.12.2006.

Resta salva per il Coni la possibilità di utilizzare i propri segni distintivi per attività non commerciali, promozionali o di marketing in generale, purché nei limiti degli scopi istituzionali.

## Il controllo

Tutti i soggetti appartenenti al mondo sportivo devono garantire il rispetto dei marchi distintivi del Movimento Sportivo e rendersi parte attiva nel segnalare al Coni ogni violazione.

Specifiche procedure di controllo saranno attivate a tutela della proprietà intellettuale ed a garanzia della protezione dell'emblema olimpico, nel rispetto del dettato della Carta Olimpica.





**I soggetti della comunicazione  
nel mondo sportivo**

**Parte II**



## 5. GLI APPARTENENTI AL MONDO SPORTIVO ED I MARCHI DI RIFERIMENTO

I soggetti che compongono il mondo sportivo sono:

Il **Comitato Olimpico Nazionale Italiano**, Ente di diritto pubblico, e massima autorità sportiva nazionale. È titolare del marchio Coni.



I **Comitati Regionali e Provinciali Coni**, che rappresentano l'estensione territoriale dell'Ente istituzionale. Si contraddistinguono con una versione "personalizzata" del marchio Coni, nel rispetto dei principi che governano il marchio istituzionale.

esempio di personalizzazione del marchio Coni per un comitato territoriale



**Coni Servizi**, Azienda al servizio dell'Ente Coni e società leader di servizi sportivi. È proprietaria del marchio aziendale.



Gli **Associati**:

- Federazioni Sportive Nazionali
- Discipline Sportive Associate
- Enti di Promozione Sportiva
- Associazioni Benemerite

Pur trattandosi di soggetti con personalità giuridica e identità visiva propria, evidenziano la propria appartenenza al mondo sportivo per mezzo del simbolo.



## 6. IL CONI: LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE A LIVELLO CENTRALE

Si è visto come il marchio Coni contraddistingua e simboleggi l'attività istituzionale del Comitato Olimpico Nazionale Italiano: lo stesso quindi deve accompagnare tutte le azioni concretizzate dall'Ente, in tutte le forme.



Quando necessario, il marchio Coni viene utilizzato nella versione con estensione, a sottolineare la centralità dell'Ente o la portata di rilievo nazionale del messaggio che accompagna.

Tutta la comunicazione scritta dovrà essere uniforme e fare uso degli elementi di base dell'identità visiva Coni. A tal fine i caratteri tipografici dovranno appartenere alla famiglia dei caratteri distintivi (vedi pag. 20).

I colori istituzionali e quelli olimpici saranno da prediligere in tutte le realizzazioni di stampa (testi, pubblicazioni, ecc.).

### La corrispondenza

Sono previste due linee grafiche:

- **La linea operativa**, caratterizzata da intestazione semplice ed indirizzo generico in calce, è destinata a tutta la corrispondenza istituzionale predisposta dai singoli uffici in stile corrente e sottoscritta dal Segretario Generale, salvo delega specifica. In ogni caso, non è consentita alcuna personalizzazione della carta intestata da parte dell'ufficio che predispone il testo.
- **La linea dirigenziale**, caratterizzata da intestazione personalizzata (Presidente, Segretario) ed indirizzo delle rispettive segreterie, prevede la compilazione del testo in stile elegante ed è destinata alla corrispondenza istituzionale dei vertici dell'Ente.

I modelli di riferimento sono presentati nella Parte III - Capitolo 10 e disponibili in linea su Intranet per una compilazione facilitata.

### La documentazione interna

La comunicazione scritta si avvale inoltre di una molteplicità di documenti ricorrenti, quali promemoria, relazioni, verbali, ecc.

Un approccio univoco a tali documenti, che condivida – oltre al marchio – anche impostazione grafica, sequenza di informazioni, percorso per step, ecc., contribuisce a rafforzare il concetto di unitarietà del soggetto titolare di tali informazioni e ne rende più agevole la lettura. A tale scopo saranno appositamente predisposti modelli dei documenti più utilizzati (anche questi disponibili on line su Intranet) che garantiranno da un lato l'approccio comunicazionale uniforme ed una lettura più agevole, dall'altro offriranno un valido sostegno agli operatori per una più rapida compilazione.

I modelli operativi (impostazione lettere in stile corrente o elegante, copertina fax, convocazione riunioni, report e verbali, promemoria, delibere, presentazione di progetto, slides per presentazioni power-point), alcuni dei quali riportati in allegato nel presente manuale, saranno disponibili on line su Intranet e costituiranno un omogeneo riferimento metodologico.

### La documentazione on line

Analogamente all'omogeneità della comunicazione tradizionale e documentale, è necessario uniformare la comunicazione che viaggia sui canali informatici, il cui utilizzo è oggi sempre più diffuso. Si rammenta che tale aspetto è curato da Coni Net, la società informatica a noi collegata e che cura in particolare:

- la personalizzazione dei siti web e delle relative pagine, che dovranno presentarsi al pubblico con una veste grafica uniforme e sempre riconducibile al soggetto proprietario (Ente);
- la personalizzazione dei link alla home page sito Coni, per mezzo del marchio reso strumento attivo (click to link).

### L'abbigliamento

Le divise, sia sportive, sia di rappresentanza, che caratterizzano da sempre l'appartenenza al mondo sportivo riportano il simbolo.



I Dirigenti componenti gli Organi Statutari Coni hanno diritto ad apporre sulla giacca il marchio Italia realizzato a ricamo. Gli atleti e componenti le Delegazioni nazionali ai Giochi Olimpici e tutte le principali manifestazioni multisport di livello internazionale organizzate sotto l'egida del CIO vestono la linea di abbigliamento (sportiva, di rappresentanza e per il tempo libero) prevista per tali manifestazioni e caratterizzata dal marchio Italia (I-team).



Le autorizzazioni all'utilizzo dei marchi da parte di terzi (aziende partner, fornitori, ecc.) per le necessarie personalizzazioni saranno dettate attraverso formali atti autorizzativi.

### **Altre forme di comunicazione**

Lungo è l'elenco delle possibili personalizzazioni che nel tempo troveranno realizzazione per diffondere e valorizzare l'immagine in tutte le sue applicazioni pratiche.

Le personalizzazioni relative **all'editoria, le marcature**, ai piani di comunicazione a supporto di eventi e gli spazi espositivi devono essere realizzate dalle strutture interessate in sinergia con i Responsabili nominati dal Segretario Generale, al fine di preservare l'uniformità dell'immagine globale.

La comunicazione relativa a **sponsorizzazioni, progetti congiunti e patrocini**, che attestano diversi gradi di coinvolgimento del Coni in iniziative realizzate in sinergia con soggetti terzi, necessitano per la delicatezza e la complessità delle implicazioni, di essere sempre soggette a specifica autorizzazione da parte del Segretario Generale con il supporto dei responsabili dei servizi di volta in volta interessati.

## 7. I COMITATI REGIONALI E PROVINCIALI: LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE A LIVELLO TERRITORIALE

In armonia con quanto indicato per il Coni centrale, i Comitati Regionali e Provinciali Coni, nella funzione di estensioni territoriali dell'Ente Coni, del quale condividono missione e valori, sono autorizzati all'utilizzo del marchio Coni, nella versione "personalizzata" che identifica chiaramente il soggetto titolare della comunicazione e circoscrive l'azione al rispettivo territorio di appartenenza.

Esempio di personalizzazione di un Comitato Regionale



Esempio di personalizzazione di un Comitato Provinciale



Ciascun Comitato è dotato di un Kit in formato digitale contenente:

Una parte normativa, composta da

- copia del presente manuale per la gestione integrata dell'immagine Coni
- regole di gestione del logotipo personalizzato (costruzione, colori, ecc.)

Una parte applicativa, contenente

- i modelli di uso corrente (per la gestione facilitata della corrispondenza)
  - carta intestata generica
  - carta intestata Il Presidente
  - modello fax
  - anteprima posta elettronica

- i modelli tipografici e serigrafici per la realizzazione degli stampati ad uso dei fornitori
  - carta intestata generica
  - carta intestata Il Presidente
  - foglio segue
  - busta formato americano 23x11
  - busta a sacco 32x23
  - busta a sacco 23x16
  - cartoncino
  - biglietto da visita
  - blocco note (monocromatico e a colori)
  - cartellina porta documenti (monocromatico e a colori)
  - diploma
  - attestato
  - invito
  - shopper

Le norme di utilizzo del marchio personalizzato sono ovviamente in armonia con quanto dettato a livello centrale, ed attengono alle attività istituzionali condotte dai singoli Comitati.

## 8. CONI SERVIZI E LA COMUNICAZIONE AZIENDALE

La Coni Servizi spa, nell'ambito dei propri scopi statutari, concretizza le azioni di supporto all'Ente Coni e quelle di natura commerciale e di servizio.

Tutte le attività espletate nell'ambito del mandato Coni e quelle di carattere prettamente aziendale saranno caratterizzate dal marchio Coni Servizi.



Per la descrizione delle modalità d'uso del marchio aziendale si fa riferimento al manuale di gestione dedicato.





## 9. L'USO DEI SIMBOLI DA PARTE DEGLI ASSOCIATI

Analogamente ad altri sistemi confederali (il nostro benchmark principale è rappresentato da Confindustria) gli associati, pur rappresentando soggetti giuridici distinti e dotati di propria personalità, possono evidenziare la propria appartenenza al sistema associativo sfruttando il **SIMBOLO** che caratterizza il mondo sportivo.

In tale contesto generale, le diverse categorie di associati sono autorizzate all'uso del simbolo come di seguito descritto.

L'uso del simbolo è autorizzato espressamente ed unicamente ai soggetti associati al mondo sportivo e non è cedibile a terzi. È fatto pertanto divieto assoluto ai soggetti (aziende, organizzazioni, istituzioni) a qualsiasi titolo convenzionati con gli associati di fregiarsi o utilizzare i simboli o marchi del mondo sportivo.

Il Coni attiverà tutte le azioni previste dalle vigenti leggi per la tutela dei propri marchi e della proprietà intellettuale olimpica di cui è titolare esclusivo per il territorio italiano.

### Le Federazioni Sportive Nazionali

Le Federazioni Sportive Nazionali hanno diritto a caratterizzarsi apponendo il simbolo con la dicitura Federazione Sportiva Nazionale riconosciuta dal Coni.



Le Federazioni Sportive Nazionali hanno diritto ad apporre il simbolo e la dicitura di cui sopra in calce alla propria carta intestata, all'interno dell'area allo scopo prevista e di dimensioni non superiori ad  $\frac{1}{3}$  del logo federale (vedi allegato).

Possano altresì apporre il simbolo:

- sulle targhe delle proprie sedi (centrali e territoriali);
- sulla modulistica di affiliazione e tesseramento, nonché sulle tessere di riconoscimento dei propri iscritti;
- sulle tute sportive delle rappresentative nazionali;
- sulle pubblicazioni di testi redatti in collaborazione con la Scuola dello Sport.

Ogni ulteriore utilizzo dei simboli e marchi del mondo sportivo qui non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dal Segretario Generale o suo delegato, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento.

## Le Discipline Sportive Associate

Le Discipline Sportive Associate hanno diritto a caratterizzarsi apponendo il simbolo con la dicitura Disciplina Sportiva Associata al Coni.



Le Discipline Sportive Associate hanno diritto ad apporre il simbolo e la dicitura di cui sopra in calce alla propria carta intestata, all'interno dell'area allo scopo prevista e di dimensioni non superiori ad  $\frac{1}{3}$  del logo federale (vedi allegato).

Possono altresì apporre il simbolo:

- sulle targhe delle proprie sedi (centrali e territoriali);
- sulla modulistica di affiliazione e tesseramento, nonché; sulle tessere di riconoscimento dei propri iscritti;
- sulle tute sportive delle rappresentative nazionali;
- sulle pubblicazioni di testi redatti in collaborazione con la Scuola dello Sport.

Ogni ulteriore utilizzo dei simboli e marchi del mondo sportivo qui non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dal Segretario Generale o suo delegato, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento.

## Gli Enti di Promozione Sportiva

Gli Enti di Promozione Sportiva hanno diritto a caratterizzarsi apponendo il simbolo con la dicitura Ente di Promozione Sportiva riconosciuto dal Coni.



Gli Enti di Promozione Sportiva hanno diritto ad apporre il simbolo: con la dicitura Ente di Promozione Sportiva riconosciuto dal Coni in calce alla propria carta intestata, all'interno dell'area allo scopo prevista e di dimensioni non superiori ad  $\frac{1}{3}$  del logo federale (vedi allegato).

Possono altresì apporre il simbolo:

- sulle targhe delle proprie sedi (centrali e territoriali)
- sulle pubblicazioni e i testi redatti in collaborazione con la Scuola dello Sport.

Ogni ulteriore utilizzo dei simboli e marchi del mondo sportivo qui non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dal Segretario Generale o suo delegato, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento.

### Le Associazioni Benemerite

Le Associazioni Benemerite hanno diritto a caratterizzarsi apponendo il simbolo con la dicitura Associazione Benemerita riconosciuta dal Coni.



Le Associazioni Benemerite hanno diritto ad apporre il simbolo con la dicitura Associazione Benemerita riconosciuta dal Coni:

- sulle targhe delle proprie sedi (centrali e territoriali);
- in calce alla propria carta intestata, all'interno dell'area allo scopo prevista e di dimensioni non superiori ad  $\frac{1}{3}$  del logo federale (vedi allegato).

Ogni ulteriore utilizzo dei simboli e marchi del mondo sportivo qui non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dal Segretario Generale o suo delegato, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento.

### Licenze d'uso

Le autorizzazioni all'uso delle caratterizzazioni sopra descritte saranno rilasciate con formale licenza d'uso a titolo gratuito che vincola gli associati al rispetto delle norme e gli ambiti di utilizzo descritti.

**I modelli operativi**

**Parte III**

## 10. I MODELLI CONI PER USO CENTRALE

Le indicazioni generali di utilizzo sono descritte al capitolo 6 (la comunicazione istituzionale a livello centrale).

Si ricorda che solo i vertici dell'Ente hanno titolo a fare uso della carta intestata istituzionale.

### Modelli per corrispondenza

I modelli per la corrispondenza, disponibili su Intranet, sono distinti in due versioni:

- 1) la versione per stampa su carta intestata Coni vedrà la disponibilità di modelli standard (in estensione **.dot**) con impaginazione già predisposta per una più agevole compilazione;
- 2) la versione per uso on line vedrà la disponibilità di modelli (in estensione **.dot**) completi di intestazione (marchio Coni) per la diffusione di documenti in formato elettronico o la stampa ad uso interno (su carta bianca).

Sono riepilogati come segue:

modello lettera - il Presidente  
modello lettera - il Segretario Generale  
modello lettera generica

modello fax - Segreteria del Presidente  
modello fax - Segreteria Generale


anteprima posta elettronica personalizzata - Segreteria del Presidente  
anteprima posta elettronica personalizzata - Segreteria Generale

Gli esempi sono riportati nelle pagine che seguono.

Saranno progressivamente messi in linea su Intranet modelli operativi di uso comune con compilazione guidata finalizzata allo snellimento ed omogeneità delle procedure fra cui:

convocazioni riunioni  
verbale riunioni  
report/promemoria  
delibere  
progetti

# Modello lettera - il Presidente

 **Coni**

[ digita località ] , [ digita data ]


[ digita testo ]

Giovanni Petrucci

[ titolo ] [ Nome e Cognome ]  
[ qualifica ]  
[ indirizzo ]

Caratteristiche Edizionali: Formato A4  
Anno 2014  
100% carta riciclata  
100% riciclabile  
100% senza acido  
100% senza PVC  
100% senza metalli pesanti

## Modello lettera - Il Segretario Generale

 **Coni**  
Comitato Olimpico Nazionale Italiano

[ digita località ] , [ digita data ]


[ digita testo ]

Raffaele Pagnozzi

[ titolo ] [ Nome e Cognome ]  
[ qualifica ]  
[ indirizzo ]

100442/22 (Stampa) - 06/05/2016  
© 2016, Servizi Coni, Torino  
Tel. +39 011 567 79 44 - Fax +39 011 567 79 45  
www.coni.it/segretario@coni.it

# Modello lettera - generica

 **Coni**

[ Prot. n° [ digita qui ] ]

[ digita località ] . [ digita data ]

[ digita intestazione ]

Oggetto: [ digita oggetto ]

[ digita testo ]

Raffaello Pagnozzi  
(Segretario Generale)

Comitato Olimpico Nazionale Italiano  
Via ...  
...



## Modello fax - Segreteria del Presidente



**Coni**

Comitato Olimpico Nazionale Italiano  
Segreteria del Presidente  
Via Venezia, 10 - 00187 Roma  
Tel. +39 06 2389111 - Fax +39 06 2389112

# Fax

|                   |                                |                   |                             |
|-------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| Da / From         | Segreteria del Presidente Coni | A / To            | [ digita il nome ]          |
| Data / Date       | 7 marzo 2005                   | Società / Company | [ digita denominazione ]    |
| Pagine / Pages    | [ digita n.ro di pag. ]        | Tel / Phone       | [ digita n.ro di telefono ] |
| Cc                | [ digita il nome ]             | Fax               | [ digita n.ro di fax ]      |
| Oggetto / Subject | [ digita l'oggetto del fax ]   |                   |                             |

Urgente     Da ricevere     V.le numeri     RSVP     Da inoltrare

Nota: [ digita eventuali commenti ]

In caso di problemi nella ricezione, si prega di contattare il titolare di ciascun fax al numero  
Pagine di accompagnamento a ciascuna ricezione sul fax. In caso di problemi, contattare il titolare di ciascun fax al numero di telefono indicato di seguito. Coni

In caso di problemi con i numeri di emergenza, chiamare il 112. Per ulteriori informazioni, visitare il sito  
Emergency numbers: for police, fire and ambulance, dial 112. For further information, please visit the website  
Emergency numbers: for police, fire and ambulance, dial 112. For further information, please visit the website.

# Modello fax - Segreteria Generale

**Coni**

Comitato Olimpico Nazionale Italiano  
 Segreteria Generale  
 Via della Vittoria, 100 - 00187 Roma  
 Tel. 06/4981811 - Fax 06/49818111  
 e-mail: segreteria@comitati.coni.it

**Fax**

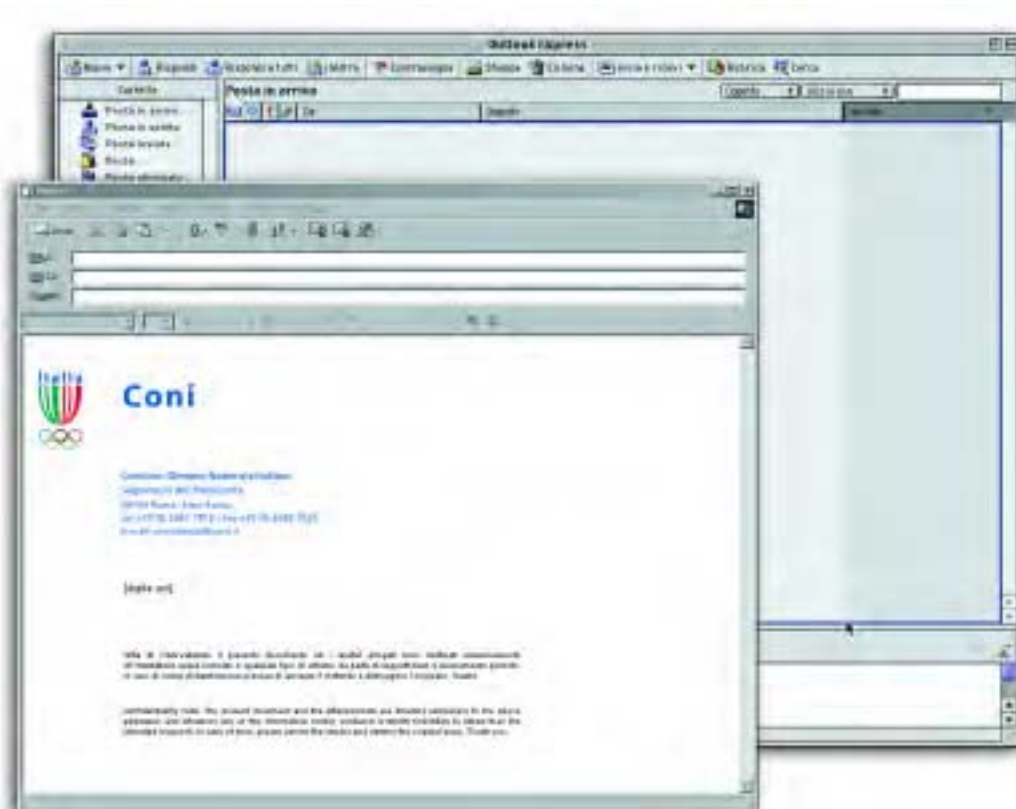
|                    |                              |                    |                             |
|--------------------|------------------------------|--------------------|-----------------------------|
| Da<br>From         | Segreteria Generale Coni     | A<br>To            | [ digita il nome ]          |
| Data<br>Date       | 8 marzo 2016                 | Società<br>Company | [ digita denominazione ]    |
| Pagina<br>Pages    | [ digita n.ro di pag. ]      | Tel.<br>Phone      | [ digita n.ro di telefono ] |
| Cc                 | [ digita il nome ]           | Fax                | [ digita n.ro di fax ]      |
| Oggetto<br>Subject | [ digita l'oggetto del fax ] |                    |                             |

Urgente     Da approvare     In commento     RSVP     Da ritirare

Nota: [ digita eventuali commenti ]

Il fax è un servizio a pagamento. Per informazioni sui prezzi di servizio di telefonia e servizi a valore aggiunto, visitate il sito [www.coni.it](http://www.coni.it).  
 Nota di riservatezza: I messaggi e i contenuti dei fax (e-mail) sono destinati esclusivamente all'interlocutore indicato al momento della compilazione del fax. Qualora non si trattasse del  
 destinatario, si prega di non divulgare i contenuti del messaggio e di informare il mittente. Il mittente è responsabile per i contenuti del messaggio e per i danni causati dall'uso del fax.  
 Il fax è un servizio a pagamento. Per informazioni sui prezzi di servizio di telefonia e servizi a valore aggiunto, visitate il sito [www.coni.it](http://www.coni.it).  
 Nota di riservatezza: I messaggi e i contenuti dei fax (e-mail) sono destinati esclusivamente all'interlocutore indicato al momento della compilazione del fax. Qualora non si trattasse del  
 destinatario, si prega di non divulgare i contenuti del messaggio e di informare il mittente. Il mittente è responsabile per i contenuti del messaggio e per i danni causati dall'uso del fax.

## Anteprima posta elettronica personalizzata Segreteria del Presidente





## 11. MODELLI FAC-SIMILE PER GLI ASSOCIATI

Le indicazioni generali di utilizzo sono descritte nella parte II punto 9.

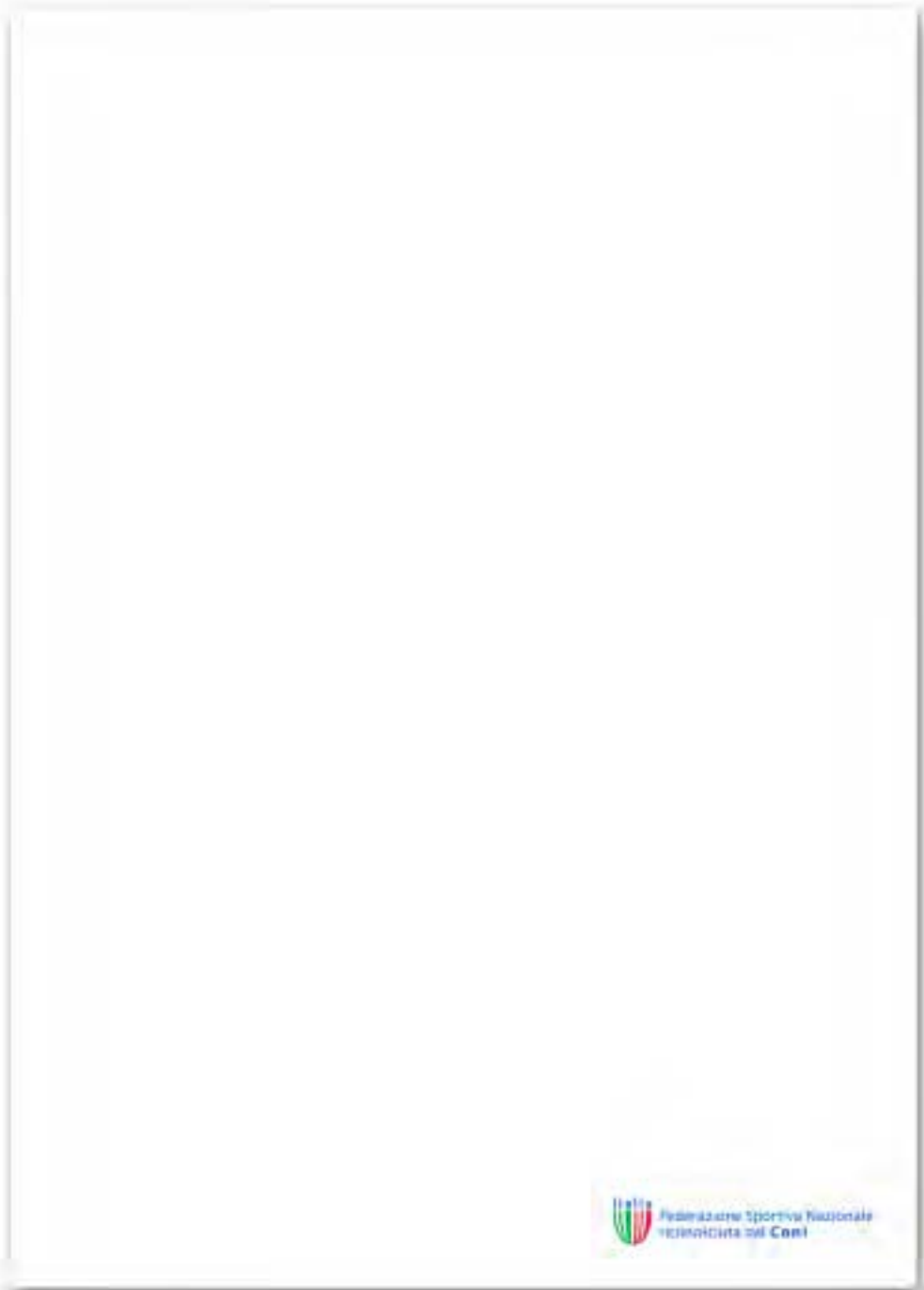
Indicativamente viene stabilito che il logotipo – scelto per caratterizzare gli Associati – verrà posizionato nei modi riportati negli esempi che seguono.

Tuttavia per gli Associati sarà possibile concordare il definitivo posizionamento del logotipo d'interesse. In tal caso, il layout definitivo sarà subordinato al parere vincolante del Segretario Generale del Coni.



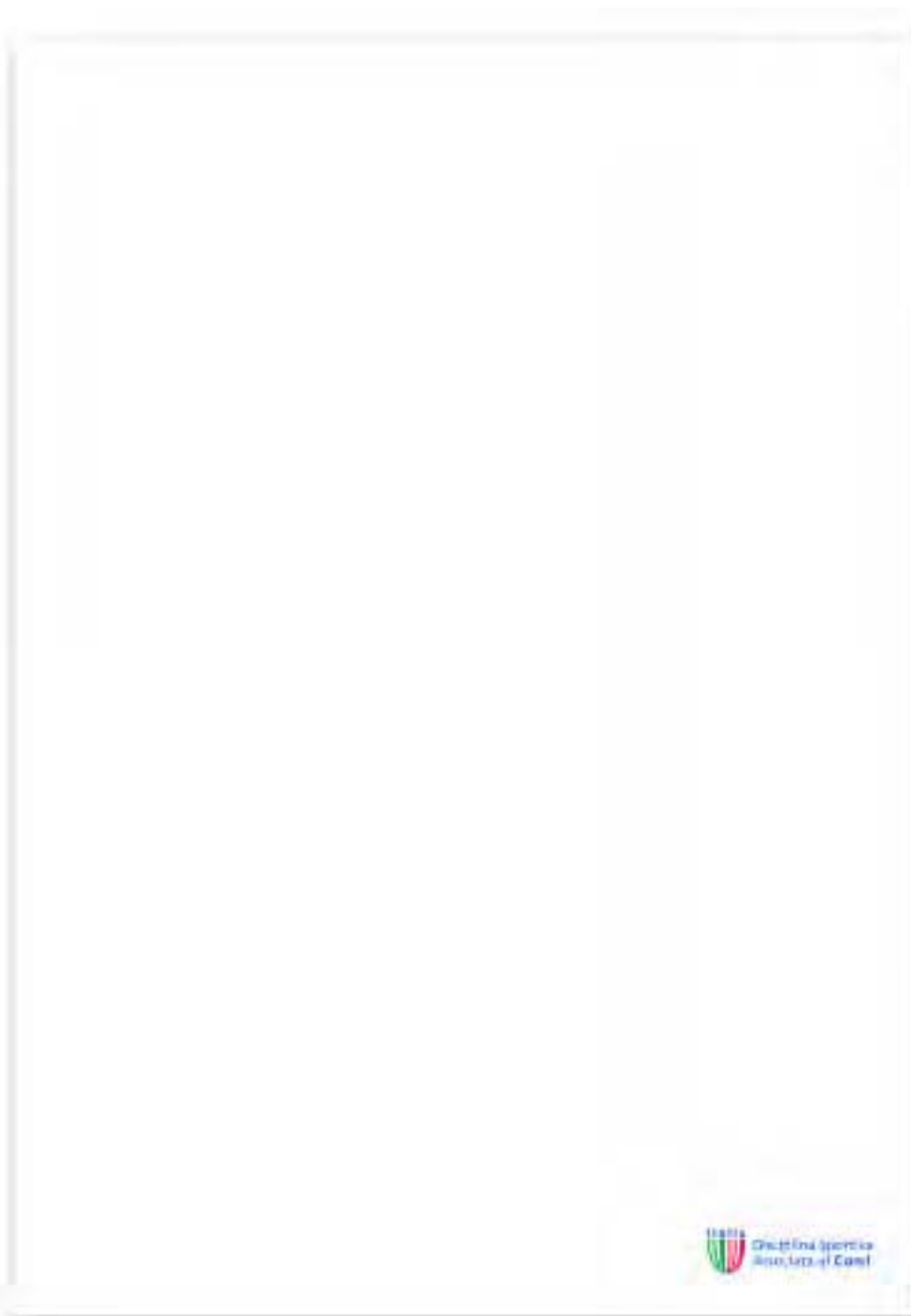
# Federazione Sportiva Nazionale riconosciuta dal Coni

Esempio di posizionamento del logotipo d'interesse sulla carta intestata



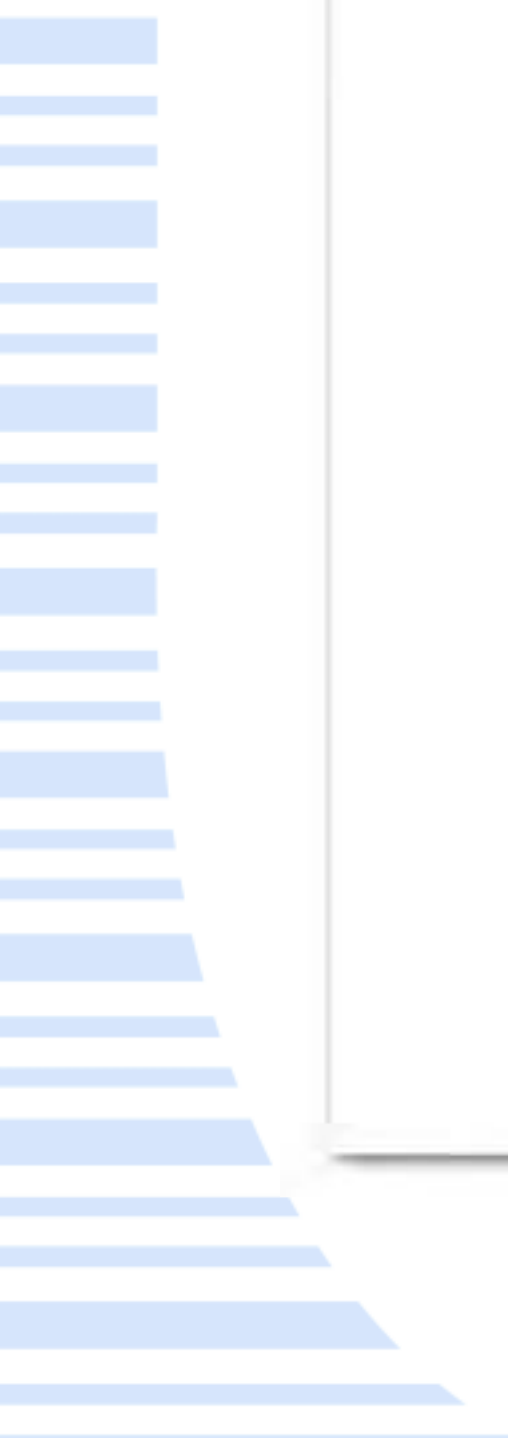
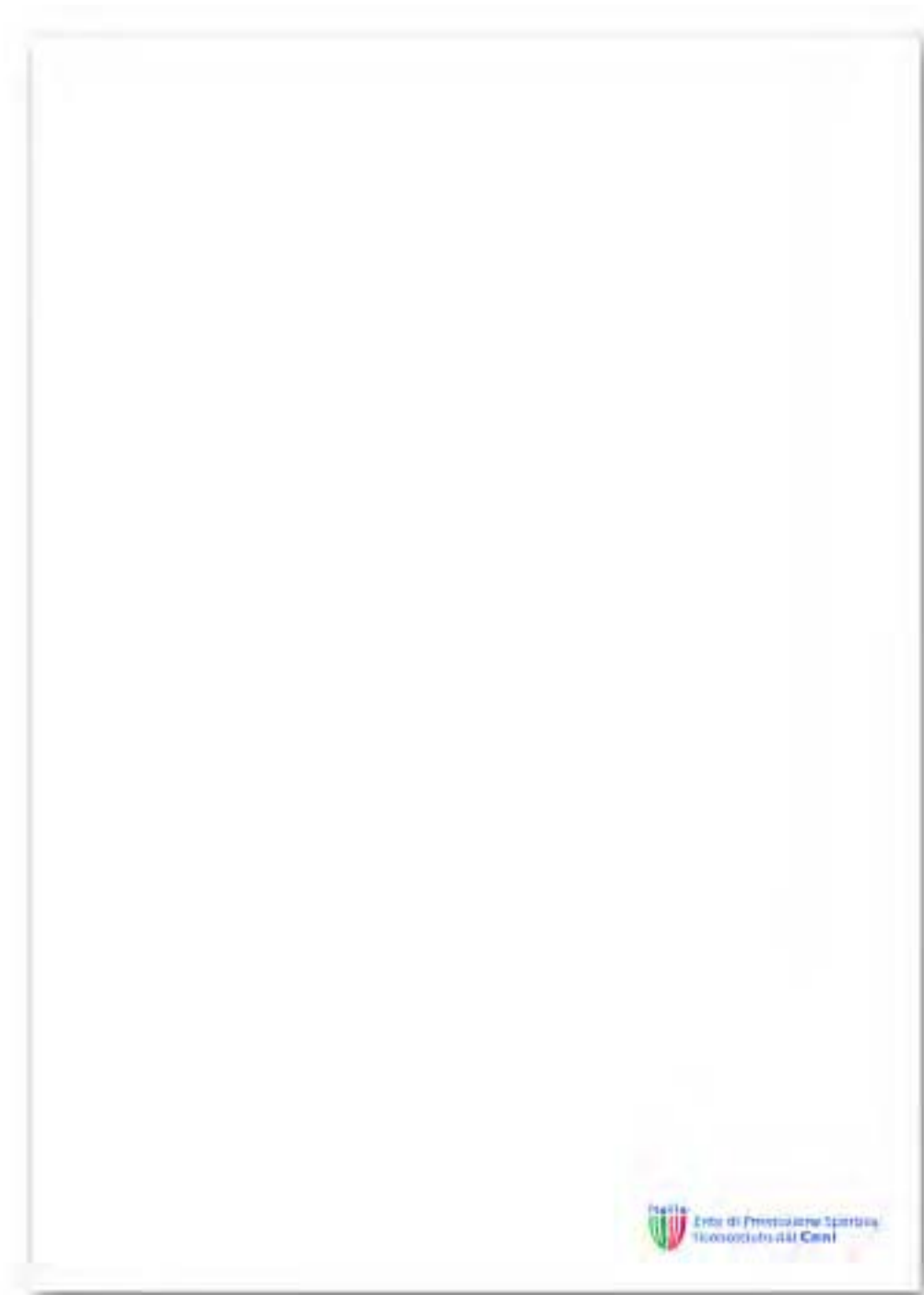
## Disciplina Sportiva Associata al Coni

Esempio di posizionamento del logotipo d'interesse sulla carta intestata



## Ente di Promozione Sportiva riconosciuto dal Coni

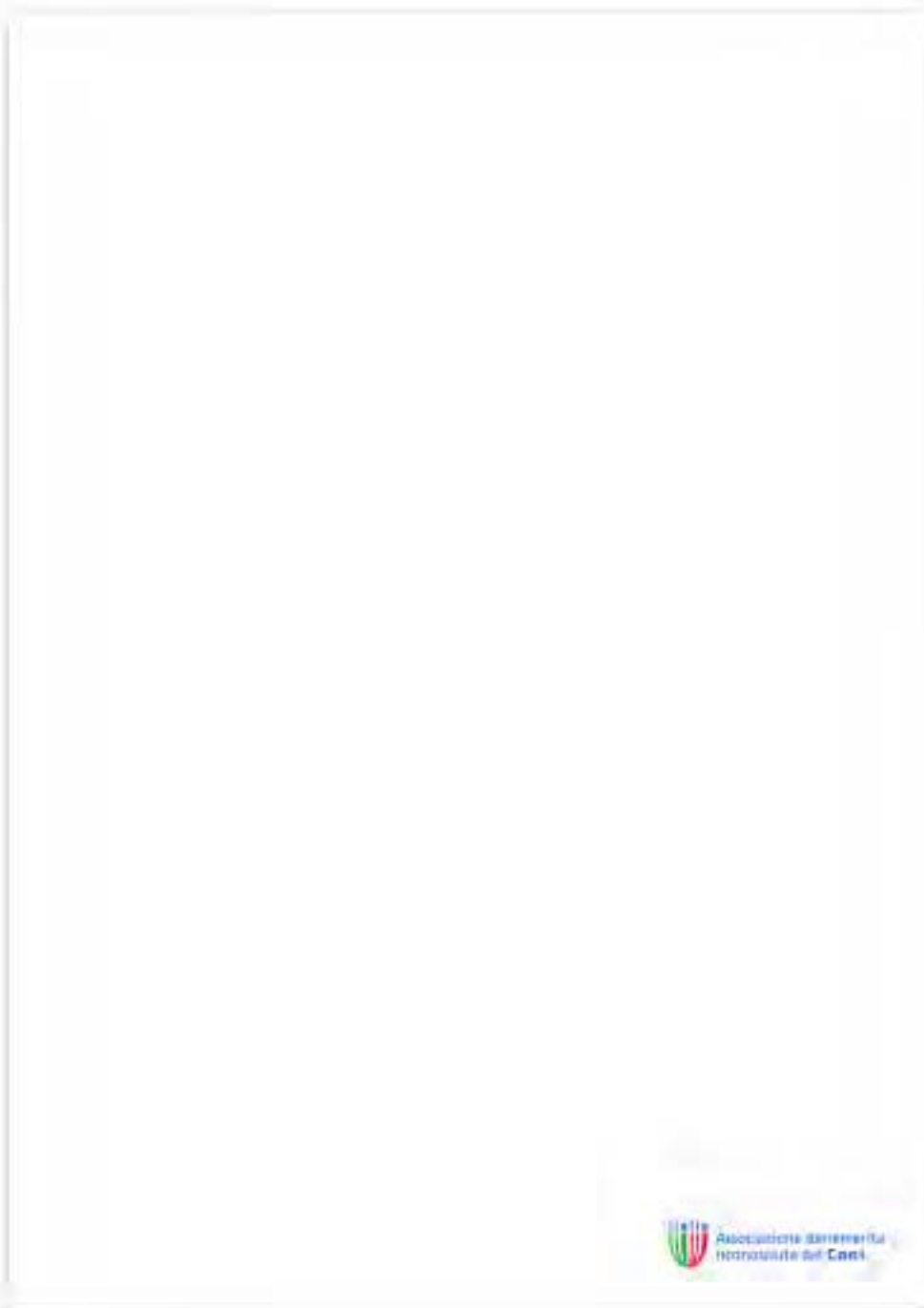
Esempio di posizionamento del logotipo d'interesse sulla carta intestata





## Associazione Benemerita riconosciuta dal Coni

Esempio di posizionamento del logotipo d'interesse sulla carta intestata



### **Ringraziamenti**

*I contenuti del manuale sono frutto del contributo operativo di molti.*

*Si ringraziano in particolare:*

**Raffaele Pagnozzi** per aver guidato il progetto,

**Ernesto Albanese** per aver raccolto e coordinato le problematiche attinenti il marchio,

**Stefano Bovis** per aver seguito le procedure di registrazione dei marchi presso la Camera di Commercio ed essersi reso disponibile per le necessarie valutazioni giuridico-legali,

**Rossana Ciuffetti** per aver curato le necessarie autorizzazioni presso il CIO,

**InArea** per aver sviluppato il progetto di riposizionamento della Brand Identity del "sistema Coni",

**De Simone & Partners** e **Acciari Consulting** per la consulenza in materia giuridica e di marketing,

e soprattutto **Maurizio Romano**, per aver condiviso, sostenuto e motivato, con pazienza e tenacia, la concretizzazione di questo importante lavoro di squadra.

Realizzazione a cura di



Approvato dalla Giunta Nazionale il 19 gennaio 2005.  
Entra in vigore dal 1° marzo 2005.

Elaborazione grafica a cura di Creare e Comunicare srl

Stampa: Grafiche Verona srl - Roma