



Federazione Italiana Badminton

Manuale d'identità visiva

Ultimo aggiornamento: Gennaio 2019

Indice



 Premessa	1
 Introduzione	3
 Identità visiva	4
 Costruzione del marchio	7
 Logo, marchio FIBa	10
Set loghi federali	13
 Comunicazione istituzionale	15
Comunicazione, patrocini, sponsor	17
 Modelli operativi	18
Modelli operativi per il Territorio	20



Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva della Federazione Italiana Badminton

Lo scopo del manuale d'identità visiva è quello di presentare gli elementi del sistema di corporate identity della FIBa.

Il documento è pensato per guidare i suoi utilizzatori nel riprodurre correttamente il logo FIBa, contribuendo alla diffusione dei segni e dei colori distintivi che caratterizzano l'identità visiva federale, mantenendo inalterato il riconoscimento del soggetto comunicante in tutte le manifestazioni della comunicazione: modulistica, letteratura, pubblicità istituzionali.

L'esame, anche sommario, degli strumenti e delle modalità utilizzate dagli organi e dalle strutture federali, quali i Comitati Regionali, le Sezioni Provinciali, le Associazioni Sportive Affiliate, i Gruppi Sportivi Aderenti, per comunicare tra di loro e con interlocutori esterni - tesserati, istituzioni pubbliche, imprese, associazioni, scuole - ha presentato un quadro vario e spesso non coerente con le esigenze di chiarezza, trasparenza e semplificazione oltreché naturalmente di omogeneità.

Sul piano della comunicazione è necessario infatti scegliere ed adottare dei comportamenti unitari relativi all'impiego del logo ed alle sue derivazioni, garantendone la coerenza nell'utilizzo accompagnata da precise valutazioni in merito al significato che la sua associazione comporta nella percezione dei soggetti coinvolti.

Occorre evidenziare però che un manuale cartaceo perde la sua efficacia in assenza di una diffusa consapevolezza e responsabilizzazione sul potere della comunicazione visiva ed un controllo sul corretto uso dell'immagine per la piena rispondenza delle stesse alle azioni ed ai valori del nostro movimento. L'area Comunicazione e Marketing è il riferimento al quale dirigere qualsiasi dubbio interpretativo o necessità di deroghe alle disposizioni nel Manuale.

Invitiamo le componenti federali tutte a porre particolare attenzione e sensibilità su questo delicato tema che, se correttamente gestito, potrà rappresentare un importante momento di crescita per la FIBa.



La normativa sull'utilizzo del marchio Coni

Dal 2005 il Coni ha stabilito severe limitazioni in relazione all'utilizzo del proprio marchio.

Specifici riferimenti allo status concesso dal Comitato Olimpico si riflettono nella concessione all'uso del corrispondente logotipo, che si tratti di Federazioni Sportive Nazionali (FSN), Discipline Sportive Associate (DSA), Enti di Promozione Sportiva o Associazioni Benemerite.

Quello riportato a fianco è il marchio dedicato alle FSN ed utilizzato nella comunicazione federale.



E' espressamente vietato l'uso del logo Coni accompagnato dai "cerchi olimpici" salvo ottenere una specifica autorizzazione da parte del Comitato Olimpico e formalizzazione della corretta procedura autorizzativa. Tutte le società, Sezioni Provinciali riconosciute FIBa e Comitati Regionali, sono tenute a rimuovere con la massima sollecitudine eventuali marchi Coni difforni utilizzati nei propri documenti e/o siti web. A seguire le disposizioni Coni sull'utilizzo del marchio in riferimento alle FSN:

"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 1/3 del logo federale. omissis

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. omissis

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

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. omissis"



L'adozione del Manuale d'identità visiva si basa essenzialmente su alcuni principi di base:

1. Lo stemma e il logotipo della Federazione devono trovare applicazione uniforme (caratteri, grandezze, proporzioni, colori) in tutte le forme espresse dalla comunicazione federale sia a livello centrale che periferico
2. I documenti epistolari federali interni ed esterni devono sempre e comunque indicare in modo chiaro il responsabile di determinati atti e procedimenti, quindi riportare oltre agli elementi identificativi dell'autore (indirizzo, telefono, fax, e-mail) i riferimenti della componente federale che ha generato il documento;
3. I rapporti esistenti tra la Federazione ed i suoi partner commerciali e istituzionali sono regolamentati e si riflettono sul corretto abbinamento del partner ai segni distintivi della federazione e viceversa.

Queste regole minime devono essere rispettate da tutti coloro che, a qualsiasi titolo utilizzino il logo, sia nella sua versione cartacea che digitale.

Il Manuale è costituito da tre parti:

- La prima parte introduce ed illustra i simboli ed il marchio di riferimento, descrivendone la simbologia, le caratteristiche specifiche e le diverse tipologie e modalità di riproduzione consentite. Si evidenzia inoltre il quadro normativo di riferimento.
- La seconda parte è incentrata sulle modalità di utilizzo dei segni distintivi nelle diverse forme di comunicazione, le direttive per i Comitati Regionali e i Delegati Regionali e Provinciali, per la caratterizzazione dell'attività istituzionale esercitata sul territorio di competenza oltreché le ASA e i GSA.
- La terza parte raggruppa i modelli operativi di uso interno riferiti ai supporti per la corrispondenza e la comunicazione a livello centrale e periferico.



L'identità visiva rappresenta "l'abito" con il quale ci si presenta verso l'esterno. Logotipi, lettering e colori nel veicolare l'immagine istituzionale della Federazione mirano ad impattare positivamente, trasferendo in maniera immediata agli interlocutori i valori ad essa associati, la sua storia e gli obiettivi che persegue.

La creazione di un'identità visiva ha comportato l'analisi delle esigenze dell'organizzazione in termini di relazione e comunicazione, ma anche la capacità di pianificare gli sviluppi futuri, quali ad esempio lo sfruttamento dei propri "marchi" a fini commerciali nelle attività di sponsoring e merchandising.

Questi gli elementi base dell'identità visiva sviluppata:

- logo federale
- carattere tipografico (lettering)
- colori federali

Per impostare una corretta e più ampia veicolazione della comunicazione federale il Manuale d'identità visiva presenta inoltre lo sviluppo dei collateral (o materiale di comunicazione).

Identity

- naming
- logotipo
- carta intestata e seguita lettera
- buste
- cartelline
- business card (biglietti da visita)

Collateral brand

- brochure
- presentazione elettronica
- sito web

Tutti i materiali di comunicazione prodotti e diffusi all'esterno della FIBa dovranno seguire le indicazioni date dal manuale.



Gli elementi base

A partire dai suoi elementi base, il naming (o denominazione) ed il logotipo, l'identità visiva di un'azienda o di un'organizzazione assume il ruolo di sistema capace di assicurare eccellenti risultati in termini di riconoscibilità e di immagine.

Naming Il naming ufficiale federale è:
Il suo acronimo:

FEDERAZIONE ITALIANA BADMINTON
FIBa e/o F.I.Ba.

Logotipo Il logotipo FIBa è costituito da un cerchio al cui centro è posizionato il "simbolo" della disciplina sportiva governata dalla federazione, il volano, disegnato nelle sue linee essenziali, che nella sua metà inferiore si erge dal tricolore nazionale, il tutto circondato dal naming federale



FEDERAZIONE ITALIANA BADMINTON e dall'acronimo **F.I.Ba.** collocato subito sotto il volano.

Lettering I caratteri tipografici rappresentano un elemento distintivo importante e devono essere utilizzati su tutto il materiale di stampa e nelle diverse forme di comunicazione. Il carattere da utilizzare è **Arial**, anche nelle sue versioni in grassetto e corsivo.

Arial abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèèiòù
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(.,:)+-=@&!?"€%>

Arial abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèèiòù
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(.,:)+-=@&!?"€%>

Arial abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèèiòù
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(.,:)+-=@&!?"€%>

Arial abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèèiòù
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890(.,:)+-=@&!?"€%>

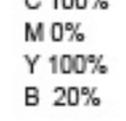
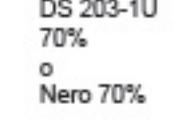
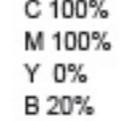
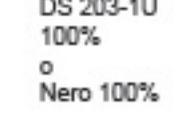


Colori

Per la stampa del logo FIBa e per la sua riproduzione sui diversi supporti in uso come carta, plastica, abbigliamento, merchandise, etc. è possibile utilizzare il sistema PANTONE (PMS). Nei casi in cui non sia possibile usare i colori Pantone, i colori di riferimento possono essere riprodotti in quadricromia.

Il sistema RGB indica i riferimenti cromatici per le visualizzazioni video.

E' possibile inoltre riprodurre il logo in monocromia rispettando i valori indicati nella tabella sottostante. Tali sistemi permettono di riprodurre fedelmente il logo riproducendo sempre le corrette gradazioni di colore.

	PANTONE	QUADRICROMIA	MONOCROMIA	RGB
 BLU FIBa	 DS 203-1U		 DS 203-1U 100% o Nero 100%	 R 12 G 64 B 154
 VERDE FIBa	 DS 278-1U		 DS 203-1U 70% o Nero 70%	 R 0 G 109 B 44
 ROSSO FIBa	 PANTONE 1805		 DS 203-1U 100% o Nero 100%	 R 196 G 18 B 0



Scansione modulare

Attraverso la scansione modulare è possibile collocare con esattezza tutti gli elementi base del marchio, definendo così il logotipo FIBa in maniera corretta.

Il marchio FIBa è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo.



Il marchio è riproducibile anche su altri materiali con tecniche alternative alle stampa tipografica. In questi casi si deve tener conto delle caratteristiche di costruzione sopra descritte per la riproduzione rispettosa delle proporzioni.

Particolare attenzione dovrà essere dedicata alla conversione dei Pantoni tipografici negli omologhi riferimenti specifici per il tipo di supporto utilizzato.



Versione positiva

La versione positiva (a colori) del marchio FIBa è la sua versione principale e caratterizzante. Deve essere utilizzata su sfondo bianco per tutti i materiali pubblicitari e di comunicazione.



Versione negativa

Quando lo sfondo è di colore scuro o non è possibile utilizzare la versione a colori, sarà opportuno utilizzare la



In nessun caso è possibile collocare il logo a colori su sfondo colorato o non uniforme.

Versione con estensione

La collocazione esatta del marchio con l'estensione FIBa - Federazione Italiana Badminton, è definita dalla scansione modulare precedentemente illustrata.



F.I.Ba.
Federazione Italiana Badminton

Versioni monocromatiche

Le versioni in blu (pantone 203), cian o nero, sono utilizzabili nei casi in cui è prevista una stampa monocromatica.



Pantone 203



Cyan



Nero



Dimensioni minime del marchio

Al fine di evitare di rendere il marchio illeggibile è opportuno riprodurlo in dimensioni non inferiori a 10 mm, come di seguito illustrato.



Combinazione con altri marchi

Quando il logo/marchio FIBa è accostato ad un testo o ad altri marchi, è necessario seguire alcuni criteri base di impaginazione. La leggibilità risulta migliore se lo spazio che circonda il logo è sufficientemente ampio. Lo spazio minimo da rispettare tra il marchio FIBa ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dal modulo base X, come riportato in figura.



Allineamento tipografico

Quando il logo FIBa è accostato ad un testo è necessario seguire alcuni criteri base di impaginazione, considerando l'area di rispetto minima come da esempio:





Il brand della Federazione

Il logo è il primo e più diretto elemento a veicolare l'immagine di una azienda o di una organizzazione e può rappresentarne la sua essenza, la forma e la sostanza.

Il colore, le dimensioni e altre caratteristiche essenziali del logo se impropriamente alterate possono costituire un danno per l'immagine coordinata federale e l'uniformità della comunicazione istituzionale.

Il volano accompagnato da logotipo FIBa e dal tricolore nazionale rappresenta il segno distintivo della Federazione ed un marchio commerciale registrato.

Utilizzo corretto del logo

Il logo/marchio FIBa è di proprietà della Federazione ed è utilizzato per tutta la comunicazione istituzionale dell'Ente, nonché per iniziative a carattere commerciale.

L'utilizzo corretto del logo da parte delle componenti federali e dei partner della Federazione risulta determinante per una efficace comunicazione integrata.

Set loghi federali

Compongono il Set loghi federali tutti i loghi che caratterizzano i progetti, le iniziative e gli eventi della FIBa.

Visual federale

Il visual federale è il concept che caratterizza la campagna di comunicazione della FIBa predisposto in esecutivi di stampa in vari formati e che possono essere personalizzati e applicati sia alla comunicazione istituzionale sia a quella dedicata agli eventi di carattere agonistico e/o promozionale.



Linee guida di utilizzo

Chi può utilizzare il Logo

Il logo FIBa può essere utilizzato unicamente ed espressamente dai soggetti associati alla Federazione e non è cedibile a terzi. E' fatto pertanto divieto assoluto ai soggetti, a qualsiasi titolo convenzionati con gli associati, di fregiarsi o utilizzare i simboli del mondo federale.

Utilizzano il logo federale oltre agli Organi federali, i Comitati Regionali e i Delegati Regionali e Provinciali della FIBa, che ne rappresentano l'estensione territoriale e si contraddistinguono con una versione personalizzata del logo federale, declinata nel rispetto dei principi che governano l'utilizzo del logo istituzionale.

Anche ASA e GSA pur trattandosi di soggetti con personalità giuridica e identità visiva propria possono evidenziare la loro appartenenza alla FIBa attraverso la riproduzione del logo federale declinato con il testo "Associazione Sportiva Affiliata" per le ASA e "Gruppo Sportivo Aderente" per i GSA.



L'autorizzazione all'utilizzo del logo da parte di altri soggetti quali sponsor, aziende partner e fornitori a scopo commerciale, promozionale e di merchandising, sono soggetti a specifici atti autorizzativi.



Dove utilizzare il Logo

Il logo FIBa può essere riprodotto dai soggetti autorizzati su:

- corrispondenza, cartacea e digitale
- biglietti da visita
- e-mail
- comunicati stampa
- depliant promozionali, materiale di comunicazione (volantini, locandine, manifesti)
- cartellonistica istituzionale eventi
- gadget
- abbigliamento
- sito web

Il Logo nel WEB

Il logo FIBa potrà essere pubblicato su siti web solo da soggetti espressamente autorizzati. Il logo riprodotto dovrà essere caratterizzato da un link all'Home Page del sito www.badmintonitalia.it.

La riproduzione del logo sui siti degli organi territoriali FIBa dovrà prevedere l'estensione territoriale di riferimento. Si dovrà in ogni caso evitare di generare confusione, facendo in modo che risulti evidente che non si tratti del sito ufficiale della Federazione.

Il logo FIBa non deve essere in nessun caso riprodotto su siti web non espressamente autorizzati o su pagine web caratterizzate da contenuti che possano risultare lesivi dell'immagine federale e dei valori etici e sportivi ad essa associati.



Set loghi federali

Progetti e iniziative federali :



Il logo del progetto B4All deve essere associato al logo Erasmus+

Eventi:





I caratteri e gli elementi contenuti nel marchio FIBa, costituiscono oggetto di diritto e proprietà intellettuale della Federazione e sono oggetto di tutela sia a livello nazionale che internazionale.

La registrazione CCIAA

Per garantire la tutela del marchio FIBa lo stesso è registrato presso la CCIAA di Roma in varie categorie merceologiche.

Controllo e tutela

La Federazione porrà in essere azioni di verifica e controllo sul corretto utilizzo del marchio Logo FIBa e/o ciascuno dei loghi del Set loghi federale sia da parte delle componenti federali che da partner e sponsor.

Tutti i materiali di comunicazione o articoli di merchandising prodotti dalla Federazione e per conto della stessa e/o in co-branding, dovranno essere posti a verifica dell'area Comunicazione e Marketing che dovrà approvare la sua impostazione grafica ed il corretto utilizzo del marchio.

Ogni utilizzo non autorizzato da parte di soggetti terzi del marchio FIBa sarà perseguito a norma di legge.

Inoltre, i loghi che compongono il Set loghi federali sono di proprietà esclusiva della FIBa ed il loro utilizzo e/o riproduzione dovrà essere preventivamente richiesto alla Federazione che potrà rilasciare la rispettiva autorizzazione per l'utilizzo.

Tutte le richieste per l'utilizzo, sia del Logo marchio FIBa o del Set loghi federale, dovranno pervenire all'indirizzo e-mail: ufficio-stampa@badmintonitalia.it



Il marchio FIBa simboleggia l'attività istituzionale della Federazione e deve accompagnare la sua azione in tutte le sue forme. Anche la semplice comunicazione scritta deve seguire uniformemente gli elementi base dell'identità visiva. I caratteri tipografici devono essere in linea con quelli definiti nel lettering e la versione positiva del logo ha priorità sulle altre versioni in tutte le realizzazioni stampa.

La corrispondenza a livello centrale – La Segreteria federale

La linea grafica a livello centrale segue essenzialmente i seguenti tratti:

- intestazione semplice ed indirizzo generico in calce, destinata a tutta la corrispondenza istituzionale predisposta dai singoli uffici in stile corrente e sottoscritta dal Segretario Generale, salvo delega specifica.

In nessun caso è consentita la personalizzazione della carta intestata da parte dell'ufficio che predispone il testo;

- intestazione personalizzata per il Presidente ed indirizzo della segreteria di presidenza, destinata alla corrispondenza istituzionale dei vertici dell'Ente.

Si suggerisce inoltre di impostare la corrispondenza in linea con gli esemplificativi illustrati nel Manuale.



Altre forme di comunicazione

Le personalizzazioni relative ai piani di comunicazione a supporto di eventi e agli spazi espositivi devono essere realizzate dalle strutture interessate in sinergia con l'area Comunicazione e Marketing FIBa, al fine di preservare un'immagine globale uniforme.

Patrocini

La concessione del patrocinio non oneroso da parte della FIBa, quale adesione morale e riconoscimento etico per una specifica manifestazione o iniziativa di particolare interesse, implica l'autorizzazione all'utilizzo del logo federale sul materiale di comunicazione.

L'utilizzo del logo deve intendersi sempre ed esclusivamente collegato all'iniziativa specifica e solo per il periodo corrispondente indicato nella richiesta e la sua riproduzione sul materiale illustrativo dell'iniziativa (cartaceo, web) deve essere preceduto dalla dicitura "con il patrocinio di:". Nel caso specifico di riproduzione del logo sul web, l'immagine dovrà essere linkabile all'indirizzo del sito web FIBa: <http://www.badmintonitalia.it/>

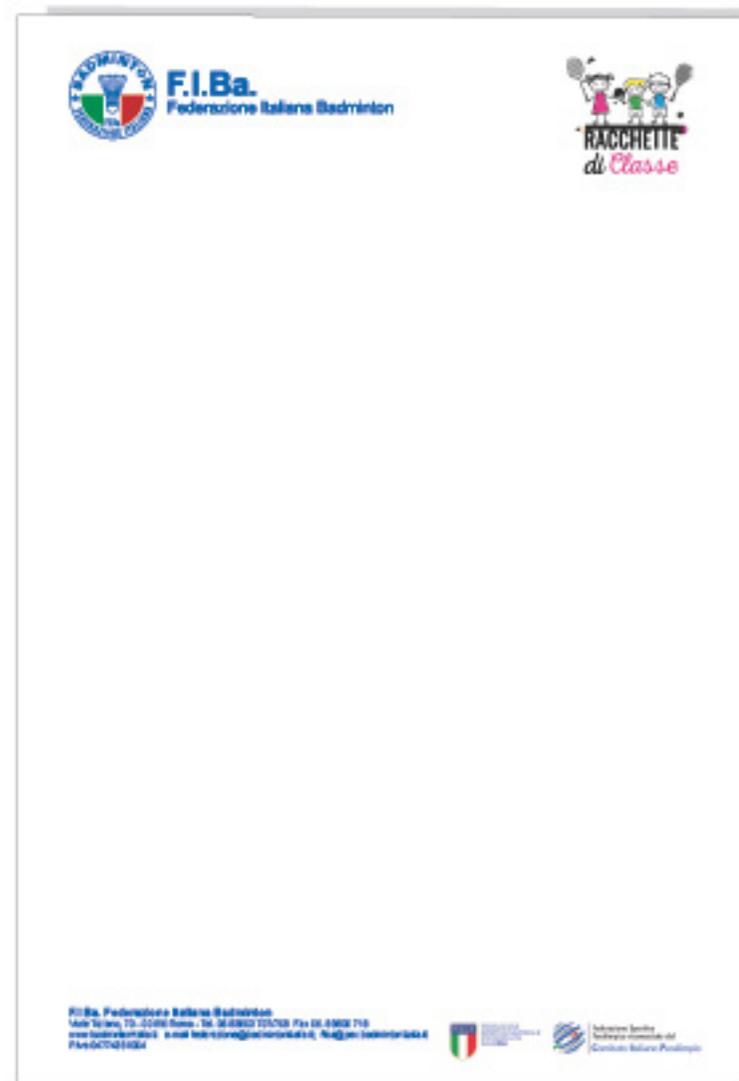
Sponsor

La comunicazione relativa a sponsorizzazioni, ed altri progetti che attestano diversi gradi di coinvolgimento della FIBa, necessitano per la complessità delle implicazioni di essere sempre soggette a specifica approvazione dell'area Comunicazione e Marketing FIBa.

Gli Sponsor ed i Partner della FIBa hanno facoltà di utilizzare il marchio, anche in abbinamento alla qualifica corrispondente alla tipologia di partnership.



Carta intestata posizionamento loghi FIBa, Coni, CIP. Carta intestata progetti federali





Buste, biglietti da visita - posizionamento dei loghi FIBa, Coni e CIP.



Posta elettronica personalizzata

Come per la carta intestata, la firma è obbligatoria e deve essere impostata sulla propria posta federale da tutti gli organi FIBa, centrali e periferici.

Il logo non deve subire deformazioni e deve corrispondere alla versione positiva (a colori) dello stesso.

Il lettering da utilizzare deve essere equivalente a quello già evidenziato nell'apposito paragrafo.



Elia Passaniti
 Ufficio Formazione e Promozione
 Federazione Italiana Badminton
 Viale Tiziano 70 – 00196 Roma
 Tel. +39 0683800 000 Fax +39 0683800 718
 Mobile +39 000 000000
www.badmintonitalia.it



I loghi dei social network sono linkabili ai rispettivi indirizzi:
 Facebook: <https://www.facebook.com/FederazioneItalianaBadminton>
 Twitter: <https://twitter.com/FederBadminton>
 Youtube: <https://www.youtube.com/user/badmintonitaliaitv>



F.I.Ba. Federazione Italiana Badminton
Delegato Provinciale Catania
Via 2000000000 - 95121 Catania - Tel. 095 59150 - Fax 095 59150
catania@federazioneiba.it
www.federazioneiba.it



F.I.Ba. Federazione Italiana Badminton
Comitato Regionale Sicilia
Via 2000000000 - 95010 Palermo - Tel. 091 51001 - Fax 091 51010
sicilia@federazioneiba.it
www.federazioneiba.it





Esempi di posta elettronica personalizzata

Logo FIBa versione positiva (a colori)
Il lettering Arial



Mario Rossi

Delegato Provinciale Roma
Federazione Italiana Badminton
Via XXXXXXXXX – 0000 Roma
Tel. +39 000000 000
Mobile +39 000 000000
www.badmintonitalian.it



Mario Rossi

Presidente
Comitato Regionale Sicilia
Federazione Italiana Badminton
Via XXXXXXXXX – 0000 Roma
Tel. +39 000000 000
Mobile +39 000 000000
www.fiba-sicilia.com



Mario Rossi

Presidente Comitato Regionale Lazio
Federazione Italiana Badminton
Via XXXXXXXXX – 0000 Roma
Tel. +39 000000 000
Mobile +39 000 000000
www.XXXXXXXXXXXXXX



I loghi dei social network sono linkabili ai rispettivi indirizzi o a quelli dei profili della FIBa:

Facebook: <https://www.facebook.com/FederazioneItalianaBadminton>

Twitter: <https://twitter.com/FederBadminton>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/badmintonitaliatv>



Template sito web

Testata:

Logo CR/DR FIBa
BWF, BE FIBa

Loghi socialnetwork

Menù principale:



Collegamento ai rispettivi profili social media. In assenza, il collegamento dovrà essere indirizzato a quelli della FIBa. Collegamento ai rispettivi siti Bwf, BE e FIBa

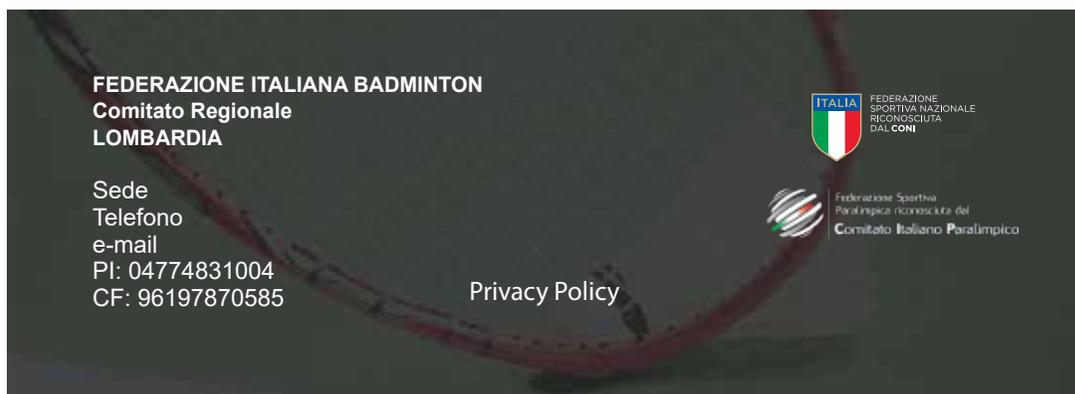
Contenuti

Sponsor istituzionali:



Crediti:

Sede, dati fiscali
Loghi CONI, CIP



Collegamento ai rispettivi siti CONI e CIP

Edizione 2019
a cura dell'Ufficio Stampa

Prima edizione 2009
a cura di Eliana Passaniti
Approvato dal Consiglio Federale il 1 agosto 2009
Entra in vigore dal 30 novembre 2009