



# BrandBook

Linee guida di utilizzo del Brand

REVISIONE 2023

## **MANUALE DI IDENTITÀ VISIVA**

Linee guida per l'utilizzo del logo del Centro Sportivo Italiano

© Centro Sportivo Italiano - 2023

Via della Conciliazione, 1 - 00193 Roma

[www.centrosportivoitaliano.it](http://www.centrosportivoitaliano.it)

[comunicazione@csi-net.it](mailto:comunicazione@csi-net.it)

# 00. **Indice**

**3** Perché un BrandBook

**5** Nome e Acronimo

**6** Logotipo

**7** I nostri colori istituzionali

**9** Il Logo

**9** Linee guida

**11** I Comitati

**12** Dimensioni minime

**13** Gli utilizzi errati

**15** Social

**15** L'utilizzo

**17** Tone of Voice

**18** Come postare e come no

**19** Il layout dei post

**21** Comitati: Carta intestata

**22** Denominazione APS

**23** Norme generali

**25** Tutela dei Marchi

01.

## Perché un **BrandBook?**

Un'immagine coordinata solida **rafforza** non solo **l'identità**, ma anche **il senso di appartenenza interno**, tutelando sia il brand che la propria reputazione.

Il riferimento ad un'immagine chiaramente definita **incentiva l'identificazione** con il Centro Sportivo Italiano **da parte dei suoi membri e ne facilita la riconoscibilità all'esterno**. Le alterazioni delle linee guida e la mancata applicazione delle regole, al contrario, portano ad un indebolimento della forza della sua immagine.

L'analisi degli strumenti e delle modalità utilizzati dagli organi e dalle strutture associative, quali i Comitati regionali e provinciali per comunicare tra di loro e con gli interlocutori esterni (tesserati, imprese istituzioni pubbliche, associazioni, scuole), evidenzia una situazione variegata ed in contrasto con le esigenze di chiarezza, semplificazione e trasparenza. Per questo motivo, **il CSI ha deciso** di adottare un documento di corporate identity con l'intento **di regolare tutti i casi di utilizzo del logo** sia all'interno sia all'esterno del Centro Sportivo Italiano.

Il logo CSI è stato depositato all'Ufficio Brevetti e Marchi presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

Il progetto si propone di **valorizzare l'attività comunicativa** delle diverse strutture e di legarla nel miglior modo possibile all'identità della Presidenza Nazionale **attraverso il corretto impiego del brand, del logotipo, di colori e caratteri, al fine d'ottenere un'immediata riconoscibilità** (brand awareness) di tutti i prodotti di comunicazione e un'immagine univoca.

Le diverse strutture devono riflettere l'identità e lo stile di una organizzazione e **ciò è possibile solo se presentano un'applicazione coerente e coordinata dell'identità visiva.**

**Questo manuale** di identità visiva e di utilizzo del logo CSI **vuole essere un'agile guida** perché ciascuno di noi acquisisca le necessarie informazioni per l'utilizzo dei principali elementi visivi della nostra comunicazione istituzionale.

Vittorio Bosio  
**Presidente Nazionale CSI**

# L'importanza di avere un **BrandBook**

L'identità visiva è **uno degli elementi di base** per ogni organizzazione che si ponga l'obiettivo di attuare una strategia di **comunicazione che sia efficace.**

02.

## Nome e Acronimo

L'uso dell'acronimo **csi**, **minuscolo**, è consentito solamente all'interno dei nostri canali social ed esclusivamente sotto forma di hashtag.

(Esempio: #csi).

### ACRONIMO: CSI

Può essere **utilizzato laddove** la definizione estesa sia stata usata almeno una volta precedentemente nella stessa pagina e **per le comunicazioni generiche** dell'Associazione.

### NOME ESTESO: Centro Sportivo Italiano

Il nome **Centro Sportivo Italiano**, dove possibile, dovrà essere **utilizzato per esteso** e **con le iniziali maiuscole**, per rappresentare l'Associazione nelle comunicazioni interne ed esterne più formali.



#### **Nota bene:**

Sebbene in passato sia stata utilizzata la dicitura "C.S.I." (*corretta dal punto di vista tecnico*), d'ora in avanti la scritta "CSI" sarà semplificata mediante la rimozione dei tre punti (Art. 4.4 dello Statuto CSI).

03.

## Logotipo

Marchio registrato e depositato all'Ufficio Brevetti e Marchi presso il Ministero dello Sviluppo Economico.



PANTONE® 072 CVC

PANTONE® 1505 C

È costituito dall'**acronimo CSI**, le cui lettere, collegate fra loro, sono scritte con tre fasce parallele di colore blu. L'ultima lettera viene sovrastata da una sfera di colore arancio.

**Posta sotto l'acronimo** e delimitata da due fasce parallele di colore arancio, vi è la locuzione **“CENTRO SPORTIVO ITALIANO”**.

### Art. 4.4 dello Statuto CSI

Il responsabile di ogni autorizzazione all'uso è la Presidenza Nazionale.

04.

## I nostri colori **istituzionali**

Il logo dell'Associazione e la comunicazione ad essa legata utilizzano i colori Pantone in pagina e le loro declinazioni.

<b>C</b>	100%
<b>M</b>	79%
<b>Y</b>	00%
<b>K</b>	00%

<b>R</b>	19%
<b>G</b>	67%
<b>B</b>	149%



**PANTONE** © 072 CVC

**RGB Hex** #134395

C	00%
M	70%
Y	100%
K	00%

R	236%
G	102%
B	08%

**PANTONE** © 1505 C

**RGB Hex** #EC6608

# I colori del Brand **Linee Guida**

Ove non fosse possibile  
l'utilizzo del Pantone, esso  
**va convertito**, nel profilo  
colore corretto, **seguito**  
le indicazioni riportate.

05.1

## Il Logo Linee Guida

Il marchio CSI è posto sopra al nome “**CENTRO SPORTIVO ITALIANO**”, scritto per esteso, sulla stessa base del marchio, ma distribuito su 3 righe.

Il font utilizzato è **Barmeno Bold** ([scarica qui](#)). Esso è da considerare anche per la composizione dei nomi dei Comitati regionali e territoriali.

## Versione Positiva



**Preferibilmente si utilizza su sfondo bianco** o molto chiaro, anche se, grazie al bordo che circonda il logo, è perfettamente applicabile anche su sfondi colorati.

L'uso della **versione orizzontale** è consentito ove, per ragioni di spazio o di altro tipo, non sia possibile l'applicazione della versione verticale e **solo previa autorizzazione della Presidenza Nazionale**.

# Versione Negativa



La **versione negativa** (e senza bordo) del marchio (blu o arancio) **va utilizzata soltanto nei casi in cui quella positiva non sia adottabile** e a patto che non venga minata la leggibilità.

La **versione negativa** (in nero), invece, deve essere utilizzata **solo nei casi di processi di stampa in bianco e nero** e purché la visibilità non venga compromessa.

# Monogramma



Quando il logo viene utilizzato su **spazi limitati** o richiede un **aspetto minimalista**, è consentito l'utilizzo del monogramma (es. merchandising), che, a seconda dei casi, può essere blu, arancio o bianco, con la sfera rigorosamente vuota o, se bicolore, monogramma blu con la sfera arancio.

05<sub>2</sub>

## Il Logo I Comitati

Ogni comitato dispone della **propria declinazione territoriale** del logo.



La versione del logo di ogni singolo comitato **non varia nei colori, nel font o nella disposizione degli elementi**, per i quali bisogna attenersi alle precedenti indicazioni.

L'unico fattore differenziante è **la dicitura "Comitato di (in questo caso) Roma"**, anch'essa in Barmeno Bold ([scarica qui](#)), **posta al di sotto del logo e compresa all'interno del bordo** che contorna il logo.

- **Non bisogna utilizzare la dicitura "APS" nel logo.** I singoli loghi sono stati forniti ai Comitati dalla Presidenza Nazionale.



05.3

# Il Logo

## Dimensioni minime

Per garantire la leggibilità della parte testuale, quando si utilizza il logo, bisogna assicurarsi che rispetti delle dimensioni minime.

### VERSIONE VERTICALE

Mantenere **una base minima** di 354 pixel (per il web) e 30mm (per la stampa) con **un'altezza proporzionata alla base**.

### VERSIONE ORIZZONTALE

Mantenere **un'altezza minima** di 177 pixel (per il web) e 15 mm (per la stampa) con **una base proporzionata all'altezza**.

05.4

# Il Logo

## Gli utilizzi errati



**NON DISTORCERE  
O SCHIACCIARE IL LOGO**



**NON CAMBIARE  
I COLORI DEL LOGO**



**NON TAGLIARE  
GLI ELEMENTI DEL LOGO**





Abbiamo chiarito quali sono le linee guida da rispettare per utilizzare il logo; vediamo ora **gli errori più comuni da evitare**.



NON CAMBIARE IL FONT DEL LOGO 



NON AGGIUNGERE ELEMENTI AL LOGO 

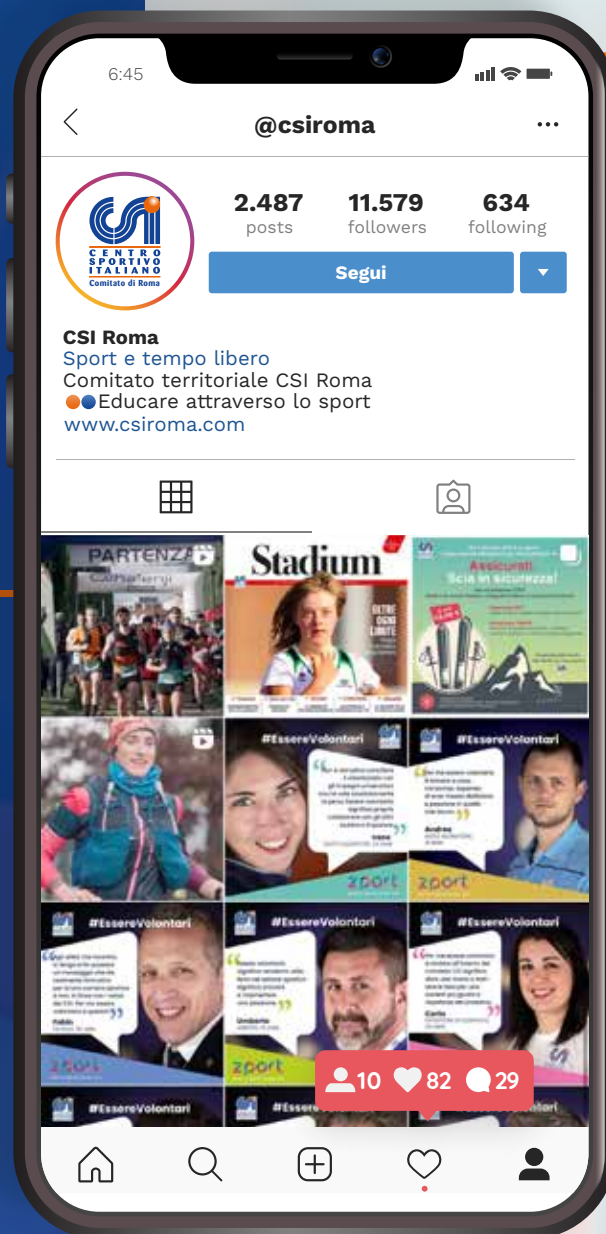


NON CAMBIARE O TOGLIERE IL BORDO 

06.1

# Social L'utilizzo

Al fine di riuscire a **trasmettere coerenza** comunicativa, ciascun comitato è tenuto a **seguire alcune semplici indicazioni** nella gestione dei propri canali social.



## SU INSTAGRAM

### NOME UTENTE:

@csixxx (o @csi\_XXX se non disp.)

### IMMAGINE PROFILO:

Logo CSI del comitato su sfondo bianco (vedi da pag. 6 a pag. 13)

### CATEGORIA:

Sport e Tempo libero

### BIOGRAFIA:

Comitato territoriale CSI Xxxx  
●● Educare attraverso lo sport

### NOME PROFILO:

CSI Xxxx

### LINK IN BIO:

[www.csiroma.com](http://www.csiroma.com)  
oppure un [linktr.ee](http://linktr.ee)

## SU FACEBOOK

### NOME UTENTE:

@csixxx (o @csi\_XXX se non disp.)

### IMMAGINE PROFILO:

Logo CSI del comitato su sfondo bianco (vedi da pag. 6 a pag. 13)

### CATEGORIA:

Sport e Tempo libero

### INFORMAZIONI:

Comitato territoriale CSI Xxxx  
●● Educare attraverso lo sport

### NOME PROFILO:

CSI Xxxx

### LINK IN INFORMAZIONI:

[www.csiroma.com](http://www.csiroma.com)  
oppure un [linktr.ee](http://linktr.ee)

The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'CSI Roma'. The profile picture is a photograph of soccer players on a field. The cover photo is a blue gradient with the CSI logo. The page includes a 'Segui' button, navigation tabs (Home, About, Photos, Instagram, More), and an 'Informazioni' section with details like 'Comitato territoriale CSI Roma' and '1.230 persone piace'. A post from 30 minutes ago is visible, titled 'Riforma del lavoro sportivo: la base merita rispetto'.

06.2

# Social Tone of Voice

Il ToV è l'insieme di tutti gli **elementi linguistici**, lessicali e semantici **con cui il brand**, modulando il proprio tono di voce, **esprime se stesso verso la propria community**.

Il **Tone of Voice** da tenere  
sui canali social è:

Informale

Scherzoso

Mai fuori dalle righe

**Csi Comitato Di Milano**  
25 novembre alle ore 18:00 · 🌐

👉 Se volete riconciliarvi con la meraviglia dello sport nella sua versione più pura, leggete questa piccola gemma di bellezza dell' [OMCC Concorezzo](#).

😲 Stupirsi del gesto non è un bel segno dei tempi, ma il gesto in sé è importante per rilanciare forte la convinzione dello sport capace di educare e crescere!

🙏 Grazie ragazzi !

[chiamarsibomber.com](#) Non è più Domenica

CSI.MILANO.IT  
**Rifiutano il rigore, dubbio, del possibile pareggio**  
I ragazzi del Concorezzo protagonisti di Fair Play

👍 54      Commenti: 3    Condivisioni: 19

Al fine di avere **una comunicazione** che sia **visivamente pulita e stilisticamente coerente**, vanno rispettate alcune piccole **linee guida per la pubblicazione sui social network**.

**Non postare MAI immagini sgranate** o a bassa definizione



**Non cambiare MAI i colori** istituzionali



**Non pubblicare MAI post con immagini, logo o elementi tagliati**



**Il logo CSI nei post va posizionato negli angoli** dell'immagine



**Il formato dei post deve rispettare quello del social utilizzato** (per Instagram quadrato 1:1 o 4:5)



06.3

## Social

# Come postare e come no

Ci sono **poche semplici costanti** da applicare quando si pubblica un post sui nostri canali social e **altrettanti errori da evitare** assolutamente.

## 06.4 Social

# Il layout dei post

Come anticipato:

- ◆ i post possono essere di due tipi:

Quadrati (es. 1000px x 1000px)

Verticali in 4:5 (es. 800px x 1000px)

- ◆ il logo va posto in uno dei quattro angoli, preferibilmente uno dei due superiori.

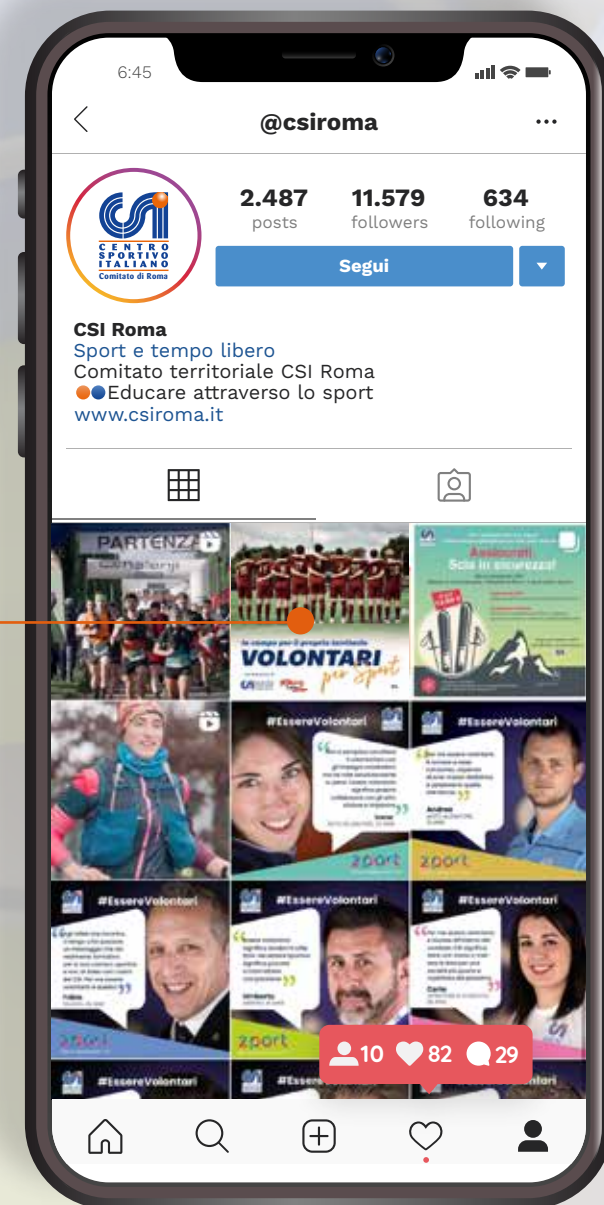


Tenere presente che **quando si utilizza la versione 4:5, due porzioni, una superiore ed una inferiore, sono visualizzate dall'utente solamente quando si trova all'interno del post, ma sono tagliate nell'anteprima del profilo.** Pertanto i post vanno costruiti in modo che gli elementi principali stiano all'interno dell'area 1:1 (come da figura accanto).

# Layout 4:5

## Esempio pratico

AREA VISUALIZZATA  
NELL'ANTEPRIMA DEL  
PROFILO INSTAGRAM



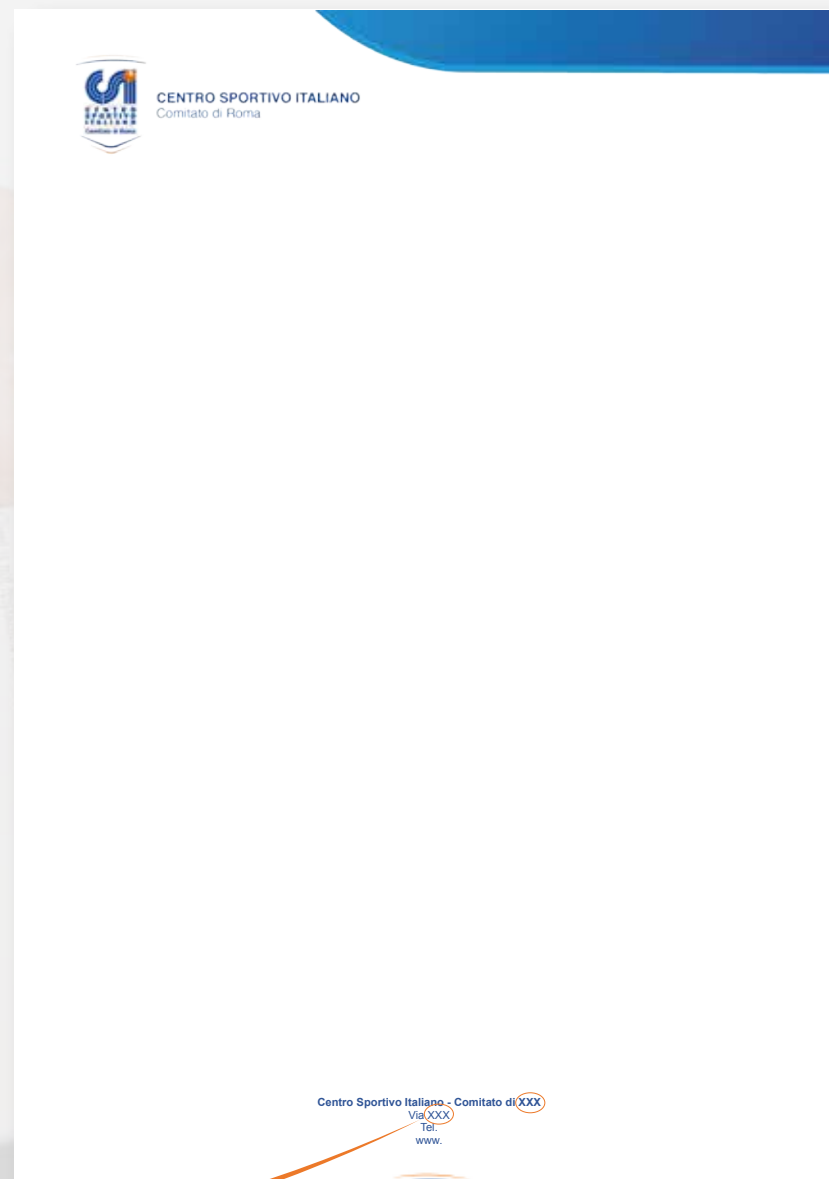
07.

# Comitati

## Carta intestata

La Presidenza Nazionale ha fornito ai **Comitati la carta intestata** scaricabile recandosi su [servizi.csi-net.it](http://servizi.csi-net.it) (dalla tab “Comunicazione” nella barra in alto).

Il **piè di pagina va personalizzato** da ogni comitato con i contatti, lì dove ci sono le **XXX**.



## 08. Denominazione APS

In seguito all'obbligatorietà della **dicitura "APS"**, specifichiamo che questa **riguarda solo la denominazione statutaria e NON il logo** (lo stesso vale per la dicitura "territoriale"). Anche **i grandi marchi, infatti, non specificano nel logo "SpA", "Srl", "LTD"**, nonostante anch'essi abbiano l'obbligo di inserirlo nei documenti ufficiali o sulla carta intestata.

Così come, ad esempio, il club F.C. Internazionale Milano fino a poco tempo fa aveva nel logo solo "INTER", dopo il restyling di marzo 2021 ha completamente eliminato la scritta. I tempi attuali, **da un punto di vista della comunicazione** e dell'immagine, ci chiedono di **essere sempre più "minimal"**.

**Non c'è alcun bisogno, quindi, di modificare ulteriormente il nostro logo, che resta invariato** (vedi pag. 9), come previsto peraltro dallo Statuto al punto 8.4.

09.

# Norme generali

Il CSI indica, tramite le seguenti linee guida, **i soggetti abilitati ad utilizzare il logo associativo.**

**È fatto** pertanto **divieto assoluto ai soggetti non espressamente autorizzati** (pure se convenzionati a qualsiasi titolo con gli associati) di fregiarsi o **utilizzare il marchio associativo.**

## 1. Comitati regionali e territoriali

Rappresentano a livello territoriale l'Associazione e possono utilizzare una versione ad hoc (vedi pag. 11).

## 2. Società Sportive affiliate

Lo utilizzano esclusivamente per contraddistinguere la propria attività associativa nell'ambito del CSI. Il logo dev'essere accompagnato obbligatoriamente dalla dicitura "Affiliato a" che va aggiunta nella parte superiore del logo.

## 3. Soggetti terzi:

- Nei casi in cui ci siano soggetti che abbiano la necessità di citare la partnership CSI, di norma, devono utilizzare la dicitura "In collaborazione con".
- Nei casi in cui ci siano attività che il CSI patrocina, devono utilizzare la dicitura "Con il patrocinio di".



Affiliato a



In collaborazione con



Con il patrocinio di



# Norme generali

In tutti i casi è necessario, per utilizzare il logo CSI, **chiedere l'autorizzazione ai rispettivi Comitati di riferimento**, che essi siano territoriali o regionali, oppure alla Presidenza Nazionale.

# 10. Tutela dei Marchi



## Il logo CONI

Si ricorda che **il logo del CONI è un marchio di proprietà del Comitato Olimpico Nazionale Italiano e può essere utilizzato esclusivamente dal CONI o, previa autorizzazione, dalle FSN, DSA, EPS per attività istituzionali – d'ufficio, amministrative, tecniche ed agonistiche – purché il logo stesso non sia connesso ad attività commerciali né concesso in uso a sponsor o ad iniziative private a scopo di lucro.**

## Il logo CIO



Il marchio distintivo del CONI racchiude al suo interno il simbolo olimpico (i 5 cerchi olimpici), di esclusiva titolarità del CIO. **Il CONI, quale emanazione territoriale italiana del CIO, è legittimato ad usare i cinque cerchi ed è tenuto a vigilare ed a porre in essere ogni forma di tutela in caso di violazioni sul territorio italiano dei diritti di proprietà intellettuale del CIO, secondo i principi codificati dalla Carta Olimpica.**

# Tutela dei Marchi

**Per le Società ed Associazioni Sportive vale** ovviamente, come già per FSN, DSA ed EPS, **l'inibizione totale dall'uso del logo CONI** (con i cinque cerchi) **ed il divieto di concedere l'uso anche del logo federale o dell'EPS** contenente quello CONI stilizzato per attività commerciali di qualsiasi tipo.

Gli Enti di Promozione Sportiva, i loro Comitati regionali e territoriali e le loro Società Sportive affiliate possono utilizzare esclusivamente la dicitura "Ente di Promozione Sportiva riconosciuto dal CONI". **Tutti i simboli prodotti dal CONI non sono utilizzabili, salvo espressa autorizzazione** da richiedere direttamente all'istituzione medesima. Pertanto **è fatto divieto di utilizzare il logo CONI anche per tutti gli affiliati alle FSN/DSA/EPS.**

In definitiva le Associazioni Sportive Dilettantistiche o Società Sportive Dilettantistiche possono utilizzare il simbolo CONI (materiale associativo), previa autorizzazione dal Segretario Generale del CONI o da suo delegato, dietro presentazione di una dettagliata richiesta.

Si ricorda che **il CONI, in presenza di reiterate violazioni, potrà adottare tutti gli opportuni provvedimenti legali a sua tutela.** Invitiamo tutti gli affiliati a rimuovere immediatamente il logo del CONI dai siti internet ed a cessare l'utilizzo di qualsiasi segno distintivo del CONI o del CIO in qualsiasi altro contesto.

## **MANUALE DI IDENTITÀ VISIVA**

Linee guida per l'utilizzo del logo del Centro Sportivo Italiano

© Centro Sportivo Italiano - 2023

Via della Conciliazione, 1 - 00193 Roma

[www.centrosportivoitaliano.it](http://www.centrosportivoitaliano.it)

[comunicazione@csi-net.it](mailto:comunicazione@csi-net.it)

# BrandBook

Linee guida di utilizzo del Brand

REVISIONE 2023

