



Automobile Club d'Italia
SPORT

IL MARCHIO
Manuale di identità visiva

L'idea di costruire una nuova immagine dello sport in ACI, più coerente e vicina alla realtà per come si presenta oggi, è strettamente connessa ai cambiamenti normativi e di contesto più recenti, che hanno interessato tutte le federazioni sportive e, quindi, anche quella automobilistica; una federazione che oggi ACI, su delega della FIA, gestisce direttamente e non più avvalendosi della sua storica Commissione Sportiva, suo Organo permanente, nota come CSAI.

È proprio su queste premesse che si è avvertita l'esigenza di avviare un percorso finalizzato alla ricerca di un nuovo marchio; una ricerca che, com'è noto, non può essere legata soltanto alla capacità tecnica o alla creatività del grafico, ma deve anche tener conto delle necessarie valutazioni che attengono alla sua compatibilità con lo scenario circostante e con le tipologie di soggetti che si vogliono raggiungere e attrarre. Si è prescelto, quindi, un progetto grafico che, da un lato, non poteva ignorare la storia e la tradizione automobilistica sportiva italiana e, d'altro lato, doveva rivolgere lo sguardo proprio sulla forza del brand ACI, già largamente

conosciuto e apprezzato, per il ruolo che ACI, da oltre cento anni, svolge a tutela degli interessi degli automobilisti, dei suoi soci e di tutti i cittadini che gravitano a vario titolo nel settore della mobilità.

In questo percorso, ACI ha voluto affermare, anche dal punto di vista grafico, la sua presenza fondamentale nel mutato contesto attuale, per ribadire la sua tradizionale centralità nel motorismo sportivo italiano e quale federazione sportiva automobilistica nazionale.

Il presente manuale vuole essere la sintesi di queste brevi considerazioni.

Resta l'auspicio di aver realizzato questo fine e la speranza che il nuovo logo possa rappresentare, anche in futuro, un valido supporto per far tagliare il traguardo alle passioni, non solo dei piloti, ma anche di quelli che, come noi, amano lo Sport e l'ACI.

Il nuovo marchio ACI SPORT è composto dal marchio ACI nella sua veste istituzionale e dal logo SPORT con un lettering dedicato, modificando la lettera O in un accenno ad una pista al cui interno vengono esaltate le bandiere italiana e Formula 1, elementi fondamentali nella tradizione del mondo sportivo dell'automobilismo.

La sua utilizzazione e le sue applicazioni seguiranno regole ben precise per rendere il messaggio ad esso legato forte ed incisivo.

Scopo del manuale è quello di indicare a tutti il modo corretto di utilizzazione del nuovo marchio nelle sue applicazioni e nelle varie situazioni.



Automobile Club d'Italia SPORT

Il marchio ACI SPORT è composto dal marchio ACI (A) nella sua veste istituzionale e dal logo SPORT (B) nel nuovo lettering dedicato, la lettera O di SPORT è caratterizzata da un elemento a tre fasce di colore, con al centro la bandiera italiana e la bandiera a scacchi in bianco e nero richiamo alla bandiera della Formula1.

IL MARCHIO

Blocco A

Costituito dal marchio originario nelle sue proporzioni di base



A

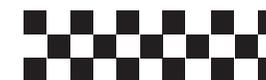
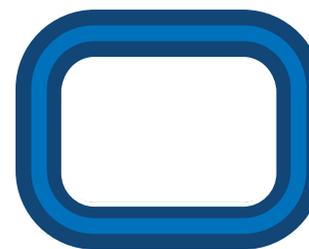
Automobile Club d'Italia

SPORT

B

Blocco B

Costituito dal logo "SPORT" con il lettering dedicato



La costruzione del marchio è inserita in una griglia di base quadrata AxA. I punti di tangenza del marchio ACI individuano la base e l'altezza del logo SPORT.



Il colore consente una rapida identificazione del marchio, è stato conservato il tradizionale Blu 281C nel Blocco A e nel Blocco B.

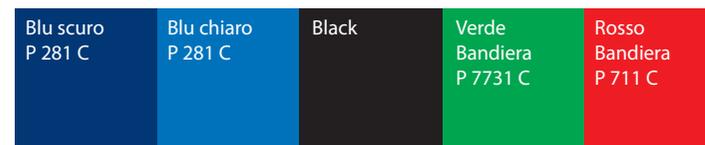
Blocco A
marchio ACI



Automobile Club d'Italia

SPORT

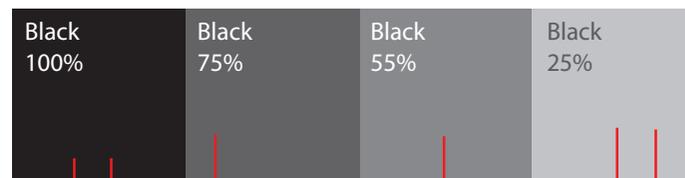
Blocco B
logo SPORT



IL MARCHIO

Stampa bianco nero
Tonalità di grigio

La versione B/N deve essere adottata nei casi in cui il Marchio sarà riprodotto su stampa bianco e nero, o in tonalità di grigio.



La versione a tinte piatte deve essere adottata quando il Marchio deve essere riprodotto a dimensioni minime e in tutti i casi in cui la tecnica di stampa e/o il supporto di stampa non garantisca la massima resa visiva.



Automobile Club d'Italia
SPORT

Blu scuro P 281 C	Black 56%	Black 27%
----------------------	--------------	--------------

Il colore di fondo per il nuovo marchio è il Bianco.

Su fondi simili alla cromia del nuovo marchio è previsto su base 5 cm. un bagliore bianco con: opacità 100, estensione 37%, dimensione 7%.



È prevista anche una soluzione in negativo bianco per fondi fotografici scuri.



LETTERING

La font primaria per il marchio ACI SPORT è Aci Type.

La font per tutti i tipi di stampati istituzionali: carta da lettera, buste intestate, biglietti da visita, ecc. ecc. è Abadi.

La font per campagne, headlines, copy è il Myriad Pro.

Famiglia ACI TYPE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (, ; . : & %)

Famiglia ABADI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (, ; . : & %)

Famiglia Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (, ; . : & %)

Sono previste due varianti nell'impaginazione del marchio, da utilizzare a seconda delle necessità.

Soluzione a sviluppo verticale e soluzione a sviluppo orizzontale.

Nella soluzione a sviluppo verticale tutti gli elementi saranno centrati rispetto alla bisettrice del rombo in senso verticale.



IL MARCHIO Impaginazione

Nella soluzione a sviluppo orizzontale i due elementi ACI e SPORT saranno allineati ed avranno la stessa altezza e la stessa centratura rispetto al rombo, la loro distanza sarà $2Y$ sia in orizzontale che verticale.

