



Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it

Regolamento Logo FMI

Manuale di utilizzo

Art. 1 - Il Logo della Federazione Motociclistica Italiana

1. Il segno distintivo della Federazione Motociclistica Italiana è chiamato a rappresentare visivamente e simbolicamente gli interessi generali dell'intero movimento FMI e per questo riassume in sé e comunica i valori che animano questo mondo.
2. Il simbolo vuole esprimere la dimensione concettuale del senso di appartenenza e lo fa richiamandosi alla tradizione e direttamente alla moto, quale entità principe dello stesso concetto.
3. Il marchio della Federazione Motociclistica Italiana è costituito da un pittogramma rappresentante un'aquila dorata con scudo italiano in petto con ali distese sopra un cilindro stilizzato, dal logotipo FMI, senza punteggiature, su tre righe ed in carattere maiuscolo e minuscolo, accompagnato dall'estensione "Federazione Motociclistica Italiana". Nella parte sottostante **può essere prevista l'indicazione dell'indirizzo internet del sito istituzionale**.
4. La forma richiama la storia della FMI, già Moto Club Italia. Il racconto per immagini, che viene fatto, dunque, è riassumibile in un messaggio chiaro, immediato e fortemente emotivo: i singoli appartenenti a questo mondo sono sotto la protezione alare della Federazione, uniti nei valori che essa stessa rappresenta. L'immagine dell'aquila, del cilindro, della candela, dell'alloro e dello scudetto rivisitati in chiave moderna, con un richiamo forte al tricolore, sono caratterizzati dai colori istituzionali.
5. Il logo della FMI viene di seguito rappresentato:



Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it



Federazione
Motociclistica
Italiana

6. Il logo, di proprietà della FMI, è tutelato dalla normativa nazionale e comunitaria vigente in materia, registrato presso la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Roma - CCIAA, nonchè presso l'EU IPO (Ufficio dell'Unione Europea per la proprietà intellettuale).

Art. 2 - Linee guida per l'applicazione del presente Regolamento

1. Lo scopo del presente Regolamento è quello di presentare gli elementi del sistema di identità federale della FMI.
2. Tale documento è prodotto per guidare i suoi utilizzatori nel riprodurre correttamente il logo FMI, 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, contribuendo a rappresentare le esigenze di chiarezza, trasparenza e semplificazione oltrechè naturalmente di omogeneità.
3. Tale Regolamento mira a garantire la propria efficacia attraverso una diffusa consapevolezza e responsabilizzazione della comunicazione visiva ed un controllo sul corretto uso dell'immagine per la piena rispondenza dei valori del movimento federale.
4. Gli Uffici della Segreteria Generale sono il riferimento al quale dirigere qualsiasi dubbio interpretativo alle disposizioni del presente Regolamento.
5. L'adozione del presente Regolamento di identità visiva si fonda essenzialmente su alcuni principi di base:
 - a) 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 territoriale
 - b) 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
 - c) i rapporti esistenti tra la Federazione ed i suoi partner commerciali ed istituzionali sono regolamentati e si riflettono sul corretto abbinamento del partner ai segni distintivi della Federazione e viceversa.
6. Tali regole minime devono essere rispettate da tutti coloro che, a qualsiasi titolo utilizzino il logo, sia nella sua versione cartacea che digitale.

7. Il logo FMI caratterizza tutta la comunicazione istituzionale federale, nonché le specifiche iniziative di tipo commerciale dalla stessa intrapresa. Tutta la comunicazione deve essere uniforme e fare uso degli elementi di base e di uniformità del marchio, come riportato nel presente Regolamento.

Art. 3 - La normativa sull'utilizzo del marchio CONI

1. In occasione dei 100 anni dalla sua fondazione il Comitato Olimpico Nazionale Italiano - CONI - ha adottato un nuovo logo che caratterizza maggiormente la propria identità attraverso un simbolo evocativo della tradizione e delle radici storiche, nonché delle sfide e dei traguardi che lo hanno contraddistinto negli anni. Dal 2005 il Comitato Olimpico Nazionale Italiano - CONI - ha stabilito severe limitazioni in relazione all'utilizzo del proprio marchio.
2. L'utilizzo del simbolo è autorizzato espressamente ed unicamente ai soggetti di seguito indicati:
 - Federazioni Sportive Nazionali;
 - Discipline Sportive Associate
 - Enti di Promozione Sportiva
 - Associazioni Benemerite
 - Soggetti con cui il CONI abbia concluso accordi istituzionali o commerciali.
3. In nessun caso è cedibile a terzi.
4. Le Federazioni Sportive Nazionali hanno pertanto diritto a caratterizzarsi apponendo il simbolo con la dicitura: "Federazione Sportiva Nazionale riconosciuta dal CONI". Quello riportato di seguito è il marchio dedicato alle FSN ed utilizzato nella comunicazione federale.



FEDERAZIONE
SPORTIVA NAZIONALE
RICONOSCIUTA
DAL **CONI**

5. 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.
6. È inoltre **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.



7. Pertanto, in virtù di quanto sopra riportato, è fatto divieto assoluto ai soggetti a qualsiasi titolo affiliati o convenzionati con gli associati di cui sopra al comma 2 di fregiarsi o utilizzare il logo del CONI. A titolo meramente esemplificativo, e non esaustivo:
 - Comitati Regionali
 - Moto Club affiliati
 - Team e Scuderie,
 - Organizzatori e Promotori
 - Aziende
 - Organizzazioni e Istituzioni
8. Pertanto, dall'entrata in vigore del presente Regolamento, chiunque utilizzi in maniera impropria il logo del CONI nei propri documenti e siti web, è tenuto a rimuoverlo con la massima sollecitudine.

9. Ogni ulteriore utilizzo non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dal Segretario Generale del CONI o suo delegato, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento ed inoltrato, per opportuna conoscenza alla Segreteria Generale della FMI.
10. L'utilizzo non autorizzato è severamente vietato e viene perseguito a termini di legge, secondo le procedure di tutela dei marchi registrati.
Si invitano pertanto tutti gli interessati, al fine di non incorrere in conseguenze di natura legale ed economica, a volersi adeguare alla normativa indicata, applicandola immediatamente in tutti gli aspetti che riguardano la propria attività.

Art. 4 - L'identità visiva del logo FMI

1. L'identità visiva del logo FMI permette di veicolare l'immagine istituzionale della Federazione, trasferendo in maniera immediata agli interlocutori i valori ad essa associati, la propria storia e gli obiettivi che persegue.
2. Questi gli elementi base dell'identità visiva sviluppata per impostare una corretta e più ampia veicolazione della comunicazione federale:
 - a) logo federale
 - b) carattere tipografico (*lettering*)
 - c) colori federali
3. A partire dai suoi elementi base, il *naming* (o denominazione) ed il *logotipo*, l'identità visiva assume il ruolo di sistema capace di assicurare eccellenti risultati in termini di riconoscibilità e di immagine.
4. Il *Naming* ufficiale federale è: Federazione Motociclistica Italiana
Il suo acronimo: FMI e/o F.M.I.
5. Il *Logotipo* della FMI è raffigurato secondo quanto indicato all' Art. 1 comma 5.
6. *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.

La famiglia di caratteri utilizzata è **Arial**, nelle sue versioni:

Arial normale (obbligatoria per il logo)

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

Arial grassetto o *Arial corsivo* (laddove siano necessari per la stesura dei testi)

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

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

7. **Colori:** per la stampa del logo FMI e per la sua riproduzione sui diversi supporti in uso come carta, plastica, abbigliamento, merchandising, etc... è consigliato utilizzare il sistema PMS - Pantone Matching System.








Nei casi in cui non sia possibile usare i codici Pantone, i colori di riferimento possono essere riprodotti in **quadricromia** secondo le percentuali indicati nella tabella di seguito riportata.

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

- i codici RAL - sono utilizzabili per la stampa a mezzo vernici
- i codici RGB Hex - sono di riferimento per il web
- i codici RGB - indicano i riferimenti cromatici per le visualizzazioni video.

È possibile inoltre riprodurre il logo in **monocromia**.

Tali sistemi permettono di riprodurre fedelmente il logo riproducendo sempre le corrette gradazioni di colore.

| Colore  Federazione Motociclistica Italiana <small>www.federmoto.it</small> | PANTONE | Quadricromia | RAL | RGB HEX | RGB |
|--|---------------|--------------|------|----------|-------------|
|  | 485 C | 0.100.100.0 | 3020 | FF 00 00 | 255.0.0 |
|  | 362 C | 80.0.100.0 | 6018 | 33 A0 2C | 51.160.44 |
|  | 364 C | 80.0.100.30 | 6002 | 24 70 1F | 36.112.31 |
|  | 109 C | 0.10.100.0 | 1018 | FF E6 00 | 255.230.0 |
|  | Process Black | 0.0.0.100 | 9005 | 00 00 00 | 0.0.0 |
| Monocromia  Federazione Motociclistica Italiana <small>www.federmoto.it</small> | Process Black | 0.0.0.100 | 9005 | 00 00 00 | 0.0.0 |
| | 000 C | 0.0.0.0 | 9010 | FF FF FF | 255.255.255 |

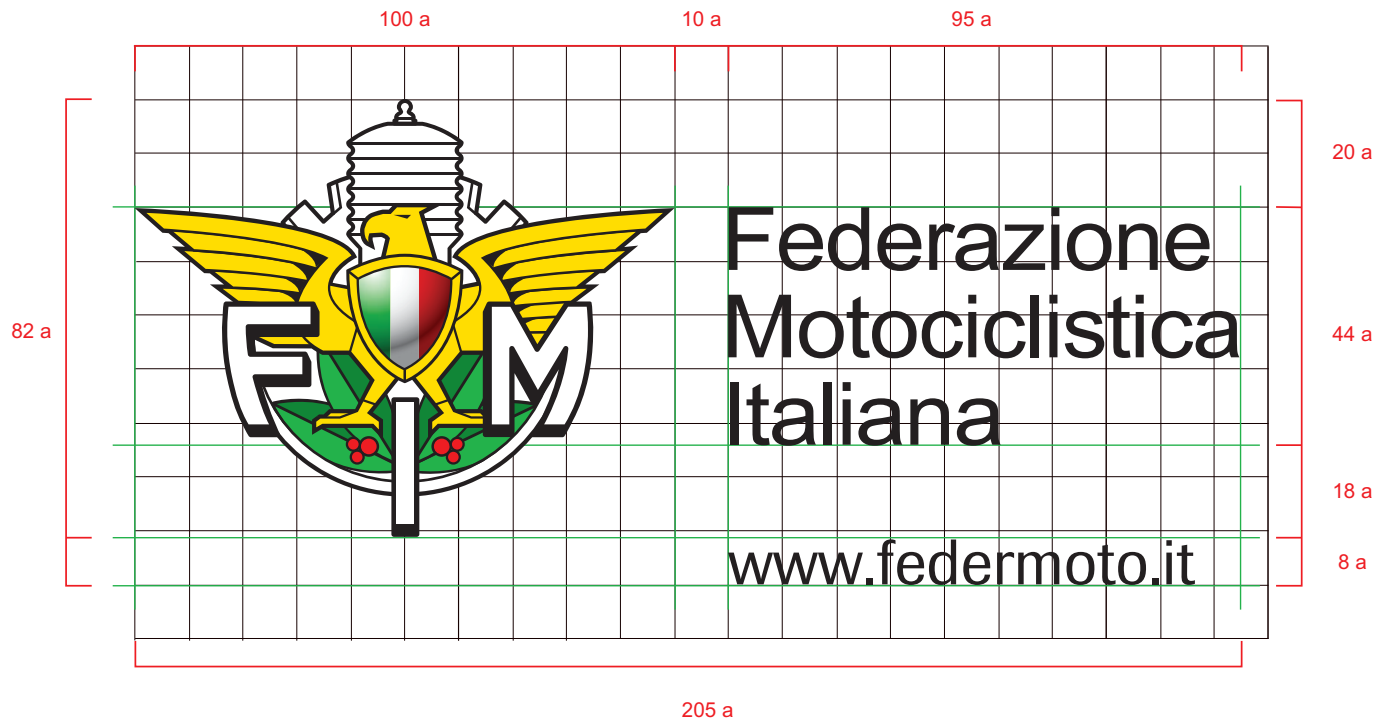
Art. 5 - Costruzione del Logo FMI

1. **Scansione modulare:** attraverso la scansione modulare è possibile collocare con esattezza tutti gli elementi base del logo, definendo così il marchio FMI in maniera corretta.

Il marchio FMI 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.



A partire dalla base del marchio (ampiezza delle ali) che equipariamo a 100 moduli (a), forniamo le relazioni geometriche costruttive del logotipo.

2. **Versione a colori:** la versione a colori del Logo FMI è la sua versione principale e caratterizzante. Può essere utilizzata su tutti i materiali pubblicitari e di comunicazione con fondo omogeneo.

Su fondo bianco o di colore chiaro (non superiore al 50%) è corretto utilizzare la versione positiva, con logo a colori e lettering in nero:



Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it



Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it

Su fondo nero o di colore scuro, per non compromettere la leggibilità, è necessario utilizzare la versione negativa con logo a colori e lettering in bianco:



Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it



Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it

Esempi di utilizzo NON consentito:



Federazione
Motociclistica
Italiana

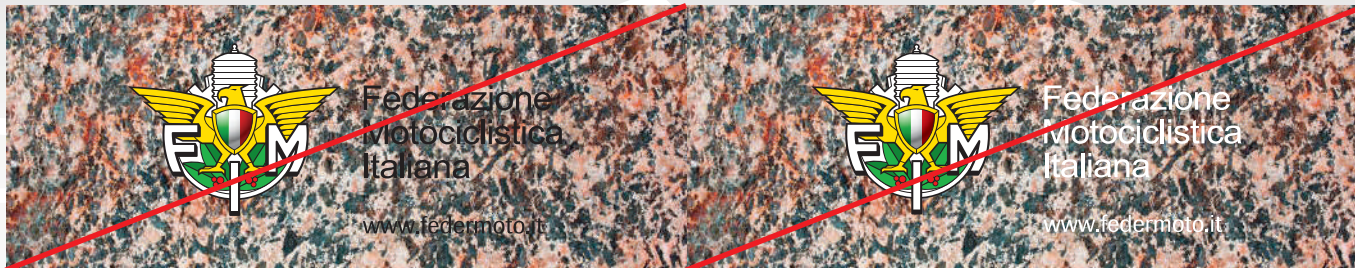
www.federmoto.it



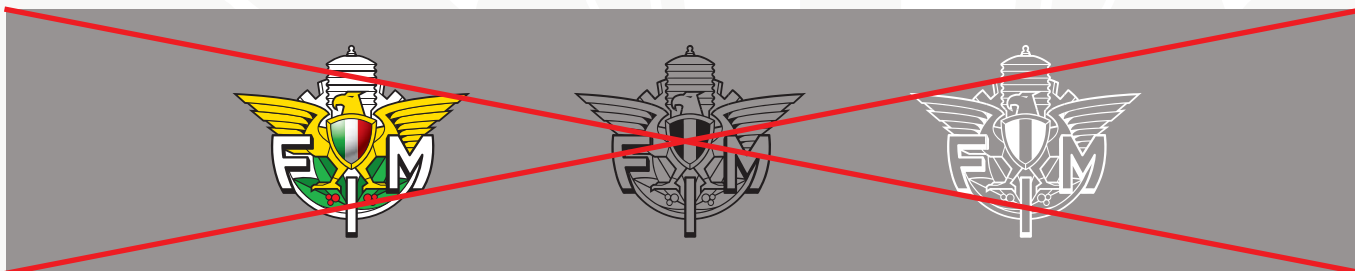
Federazione
Motociclistica
Italiana

www.federmoto.it

In nessun caso è possibile collocare il logo a colori su fondi non uniformi:



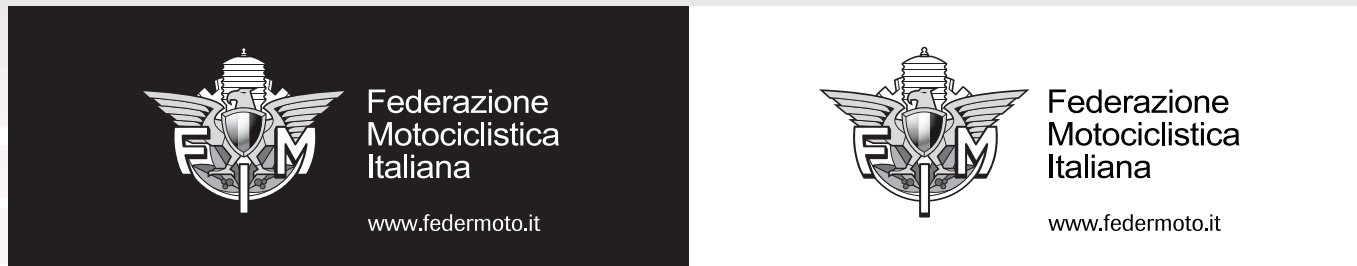
3. **Versione senza estensione:** la versione raffigurante il solo pittogramma FMI senza la scritta è utilizzabile soltanto previa autorizzazione della Segreteria Generale o dell'Ufficio Marketing FMI.



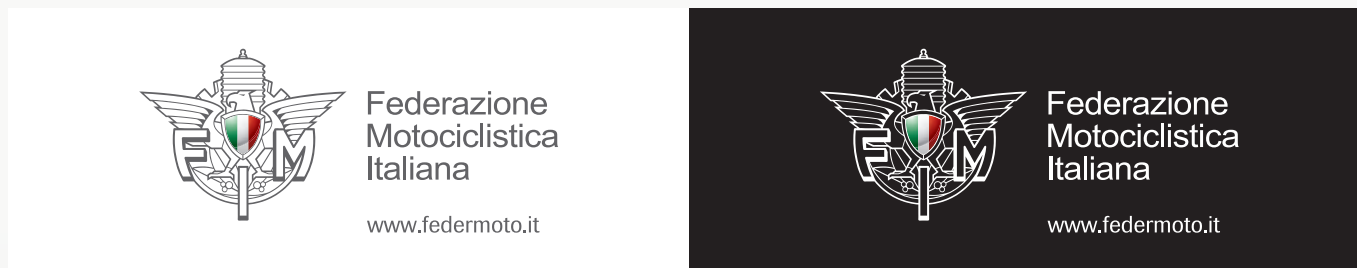
4. **Versione monocromatica:** la versione in nero o bianco è utilizzata in tutti i casi in cui è prevista una stampa monocromatica.



5. **Versione in scala di grigi:** è utilizzata solo nei casi in cui è prevista una stampa in bianco e nero



6. **Versioni outline con tricolore:** la versione outline è utilizzata solo ed esclusivamente negli stampati istituzionali, per eventi federali o attività di **patrocinio** (vedi art.8 comma 2) espressamente autorizzati dalla Presidenza Federale.
Nella versione positiva il nero è in opacità al 75%.



7. **Dimensioni minime del marchio:** al fine di evitare di rendere il marchio illeggibile è opportuno riprodurlo in dimensioni non inferiori a 25 mm, come di seguito illustrato.



8. **Area di rispetto:** per preservare l'integrità visiva e la leggibilità, tra il logo e gli elementi circostanti deve sempre essere considerata un'area minima di rispetto, una zona protetta intorno al marchio, libera da ogni elemento grafico e tipografico. Lo spazio minimo da rispettare tra il marchio FMI ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dal modulo quadrettato riportato nella figura seguente; quando possibile questo spazio deve essere aumentato.

Finto testo lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.



8.1. Accostamento con altri marchi

Quando il logo FMI è in accostamento con altri marchi è 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 cui si affianca.

8.2. Allineamento tipografico

Quando il logo FMI è accostato ad un testo è necessario seguire i criteri base di impaginazione, considerando l'area di rispetto e i criteri di costruzione definiti del marchio stesso precedentemente descritti, mettendoli in relazione con i criteri di costruzione dei testi. Le proporzioni tra marchio e parte tipografica devono rimanere sempre invariate: tutte le variazioni vanno eseguite in scala.

9. Set loghi federali

Compongono il Set loghi federali tutti i loghi che caratterizzano i progetti, le iniziative e gli eventi della FMI, appositamente approvati dai Regolamenti Federali o discendenti da specifiche attività di Marketing della FMI.

Di seguito alcuni esempi:



9.1. I Comitati Regionali in qualità di estensione territoriale della Federazione Motociclistica Italiana, sono autorizzati all'utilizzo del marchio. Il logo dei Comitati Regionali è presente in tutte le comunicazioni, eventi, manifestazioni ed in ogni altra comunicazione o strumento necessario a veicolare un messaggio nelle modalità di seguito indicate.

Carta intestata, comunicazioni ufficiali
verbal, atti e documenti:

Siti internet, materiali web
e abbigliamento:



Federazione Motociclistica Italiana
Comitato Regionale
Lazio



Comitato
Regionale
Lazio

Via Flaminia Nuova, 830 - 00191 Roma - RM
Tel. : 06-3336706
Fax: 06-3336839
Mail: lazio@federmoto.it
Sito: www.fmilazio.it

A tal proposito, ciascun Comitato Regionale, ai fini di una corretta ed integrata immagine federale, riceve dalla Segreteria Generale FMI:

- una parte normativa composta da copia del presente manuale per la gestione integrata dell'immagine FMI, regole di gestione del logotipo personalizzato (costruzione, colori, ecc...)
- una parte applicativa, contenente i modelli di uso corrente - per la gestione facilitata della corrispondenza - sia di carte intestate che di utilizzo delle firme in calce alle mail.

Art. 6 - Chi può utilizzare il Logo FMI

1. Titolare esclusiva del marchio in questione è la FMI e non è cedibile a terzi.
2. Soggetti cui è concesso l'utilizzo sono gli Associati, intendendo con tale accezione Organizzatori, Promoter, Industrie, Team, Scuderie e Moto Club Affiliati.
3. È fatto pertanto divieto assoluto ai soggetti, a qualsiasi titolo convenzionati con gli associati, di fregiarsi o utilizzare il simbolo del mondo federale.
4. 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.

Art. 6.1 - Chi può utilizzare il Logo FMI - Moto Club

1. I Moto Club, pur rappresentando soggetti giuridici distinti e dotati di propria personalità, possono evidenziare la propria appartenenza alla FMI utilizzando il relativo logo.
2. I Moto Club affiliati possono utilizzare il logo della FMI in abbinamento, ma distinto dal proprio, nel rispetto da quanto stabilito dal presente Regolamento.
3. I Moto Club hanno diritto a caratterizzarsi apponendo il Logo FMI:
 - in calce alla propria carta intestata, all'interno dell'area allo scopo prevista e di dimensioni non superiori a cm 5 di larghezza comprensivi di immagine e lettering, secondo quanto previsto all' Art. 5 commi 7 - 8 - 9;

- sulle targhe delle proprie sedi, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;



Esempi di corretto utilizzo del logo su carta intestata e targa.

- su tutto l'abbigliamento ufficiale e di rappresentanza (posizione lato opposto al lato cuore, con stampa, ricamo, serigrafia o tampografia, dimensione massime consentite cm 12 di larghezza comprensive di simbolo, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;



- sui mezzi di trasporto delle società, Camion, furgoni, ecc, posizionamento sulle pareti laterali in alto a sinistra, dimensioni massime consentite cm 50 di larghezza comprensive di immagine e lettering, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;
- su fondali interviste, (back-drop) posizionamento in alto a sinistra o a destra, dimensioni massime consentite cm 30 di larghezza comprensive di simbolo e dicitura, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;



- all'interno delle aree hospitality o MotorHome, dimensioni massime consentite cm 30 di larghezza comprensive di simbolo e dicitura, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;
- sul materiale cartaceo: locandine, volantini, programmi ufficiali, comunicati stampa, maxi affissioni, pubblicazioni multimediali - secondo le modalità concordate con l'ufficio marketing della Federazione Motociclistica Italiana;

- sui siti web, in home page in alto a destra, nelle dimensioni massime consentite di cm 4 comprensivi di simbolo e dicitura, con collegamento ipertestuale (link) al sito della Federazione Motociclistica Italiana.



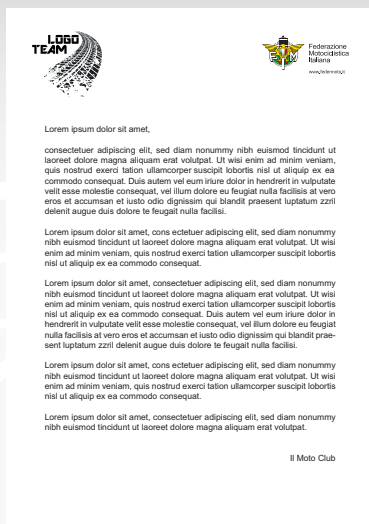
4. La Circolare FMI “Affiliazione - Riaffiliazione - Tesseramento e Licenze” prevede, a partire dalla stagione 2021, che il Moto Club sottoponga la verifica del proprio logo, secondo la seguente procedura. Il M.C. sottopone la proposizione del logo all’Ufficio Marketing che, valutata la congruità dello stesso ai più generali principi del buon costume ed ai valori espressi dalla FMI sulla base dei principi statutari, produrrà la combinazione del logo presentato in abbinamento a quello FMI.
5. Ogni ulteriore utilizzo qui non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dall’ Ufficio Marketing FMI, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento.
6. È vietato:
 - 1) modificare la composizione o le proporzioni interne del logo;
 - 2) deformare o distorcere il logo;
 - 3) modificare i caratteri tipografici o il colore del logo;
 - 4) abbinare il logo con loghi commerciali.

Vengono di seguito illustrati alcuni esempi di errato utilizzo del logo:



Art. 6.2 - Chi può utilizzare il logo FMI - Organizzatori, Promotori, Industrie, Team e Scuderie

1. Le Società titolari di Licenze di Organizzatore, Promoter, Industria, Team e Scuderie, pur rappresentando soggetti giuridici distinti e dotati di propria personalità, possono evidenziare la propria appartenenza alla FMI utilizzando relativo logo.
2. In tale contesto generale, le diverse categorie di associati sono autorizzate all'uso del simbolo come indicato nel presente Regolamento.
3. Organizzatori, Promotori, Industrie, Team e Scuderie hanno diritto a caratterizzarsi apponendo il logo FMI:
 - in calce alla propria carta intestata, all'interno dell'area allo scopo prevista e di dimensioni non superiori a cm 5 di larghezza comprensivi di simbolo e dicitura, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;
 - sulle targhe delle proprie sedi, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;



Esempi di corretto utilizzo del logo su carta intestata e targa.

- su tutto l'abbigliamento ufficiale e di rappresentanza (posizione lato opposto al lato cuore, con stampa, ricamo, serigrafia o tampografia, dimensione massime consentite cm 12 di larghezza comprensive di simbolo, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;



- sui mezzi di trasporto delle società, Camion, furgoni, etc, posizionamento sulle pareti laterali in alto a sinistra, dimensioni massime consentite cm 50 di larghezza comprensive di simbolo e dicitura, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;
- su fondali interviste, (back-drop) posizionamento in alto a sinistra o a destra, dimensioni massime consentite cm 30 di larghezza comprensive di simbolo e dicitura, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;



- all'interno delle aree hospitality o MotorHome, dimensioni massime consentite cm 30 di larghezza comprensive di simbolo e dicitura, secondo quanto previsto all' art. 5 commi 7 - 8 - 9;
- sul materiale cartaceo - locandine, volantini, programmi ufficiali, comunicati stampa, maxi affissioni, pubblicazioni multimediali - secondo le modalità concordate con l'ufficio marketing della Federazione Motociclistica Italiana;

- sui siti web, in home page in alto a destra, nelle dimensioni massime consentite di cm 4 comprensivi di simbolo e dicitura, con collegamento ipertestuale (link) al sito della Federazione Motociclistica Italiana. Esempio



- titolazione dei Campionati: secondo le modalità concordate con l'ufficio marketing della Federazione Motociclistica Italiana;
- 4. Ogni ulteriore utilizzo qui non espressamente previsto deve essere preventivamente autorizzato dall' Ufficio Marketing FMI, dietro presentazione dettagliata del progetto di riferimento.

Art. 7 - Il Logo FMI nel web

1. Il logo FMI può essere pubblicato su siti web solo da soggetti espressamente autorizzati.
2. Il logo riprodotto dovrà essere caratterizzato da un link alla homepage del sito federmoto.it.
3. La riproduzione del logo sui siti delle Strutture Territoriali FMI dovrà prevedere l'estensione territoriale di riferimento.
4. Il logo FMI 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.

Art. 8 - Firme da apporre in calce alle mail e sulle singole carte intestate della Struttura Nazionale e Territoriale FMI

1. Nell'ottica di fornire un'immagine coordinata, uniforme e certa nelle informazioni che vengono divulgate dalla Federazione (sede centrale, organi centrali, struttura nazionale, struttura e sedi territoriali) è stato avviato un progetto di revisione delle firme da apporre in calce alle mail e delle singole carte intestate attraverso cui divulgare tutte le comunicazioni.
2. Tutta la corrispondenza, sia operativa che dirigenziale, nonché la documentazione interna, la documentazione on-line, l'abbigliamento federale ed ogni altra forma di comunicazione dovranno avere e/o riportare il marchio FMI.
3. Sarà compito della Segreteria Generale personalizzare singolarmente ed inviare le indicazioni per le specifiche impostazioni delle firme da apporre in calce alla mail e delle singole carte intestate che raffigurano il rispetto dell'organico federale rispetto delle decisioni assunte dal Consiglio Federale con l'attribuzione di ruoli specifici per i dipendenti della sede centrale/territoriale ed i componenti della Struttura Nazionale Federale/Territoriale.
Non sono consentite personalizzazioni.
Non è possibile apportare modifiche individuali né alle carte intestate né alle firme in calce alle mail.
5. Come per la carta intestata, la firma è obbligatoria e deve essere impostata sulla propria posta federale da tutti gli organi FMI.
6. Al fine di trasmettere all'esterno un'immagine univoca della Federazione ed a garantire la legittimità dell'uso del logo e dell'immagine della FMI nei confronti di terzi, è necessario controllare, ciascuno per la rispettiva sfera di competenza, che i rispettivi interlocutori/collaboratori siano autorizzati all'uso della carta intestata e delle firme in calce alle mail, in ragione degli incarichi conferiti dal Consiglio Federale o da altro organo che ne abbia i poteri delegati segnalando alla Segreteria Generale eventuali distonie e difformità.

Art. 9 - Altre forme di comunicazione

1. 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 Marketing, al fine di preservare un'immagine globale uniforme.
2. **Patrocinio** - La concessione del patrocinio non oneroso da parte della FMI, quale adesione morale e riconoscimento etico per una specifica manifestazioni o iniziativa di particolare interesse, implica l'autorizzazione all'utilizzo del logo federale sul materiale di comunicazione e viene concessa solo ed esclusivamente dall'Ufficio di Presidenza della FMI.
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 FMI: www.federmoto.it.
3. **Sponsor** - La comunicazione relativa a sponsorizzazioni, ed altri progetti che attestano diversi gradi di coinvolgimento della FMI, necessitano per la complessità delle implicazioni di essere sempre soggette a specifica approvazione dell'Area Marketing.
Gli Sponsor ed i Partner della FMI hanno facoltà di utilizzare il marchio, anche in abbinamento alla qualifica corrispondente alla tipologia di partnership

Art. 10 - Controllo e tutela del Marchio FMI

1. Tutti i soggetti appartenenti alla FMI devono garantire il rispetto del marchio distintivo della FMI e rendersi parte attiva nel segnalare alla Segreteria Generale della FMI ogni violazione. Specifiche procedure di controllo saranno attivate a tutela della proprietà intellettuale ed a garanzia della protezione del marchio FMI, nel rispetto delle norme dello Statuto e delle Carte Federali: non sarà consentito un difforme utilizzo dato il necessario rispetto del marchio distintivo della FMI, che si renderà parte attiva per la tutela legale del medesimo.

2. La Federazione Motociclistica Italiana, con la registrazione del proprio marchio, ha inteso tutelare direttamente il proprio simbolo e tutto ciò che rappresenta, evidenziandone il valore in tutte le sue applicazioni.
3. I caratteri e gli elementi contenuti nel marchio FMI, costituiscono oggetto di diritto e proprietà intellettuale della Federazione e sono oggetto di tutela sia a livello nazionale che internazionale.
4. Al fine di garantire la tutela del marchio FMI lo stesso è stato registrato presso la CCIAA di Roma e presso l'EUIPO in varie categorie merceologiche.
5. La Federazione si riserva di effettuare attività di monitoraggio, controlli volontari o su apposita segnalazione, allo scopo di individuare e reprimere ogni eventuale abuso o utilizzo indebito. In ogni caso, l'utilizzo del marchio da parte di terzi (da intendersi inclusi in tale accezione sia le componenti federali che gli sponsor) potrà avvenire soltanto dietro esplicita autorizzazione delle FMI.
6. Tutti i materiali di comunicazione o articoli di merchandising prodotti dalla Federazione e per conto della stessa e/o in co-branding, dovranno essere preventivamente sottoposti alla verifica e all'approvazione dell'Ufficio Marketing che dovrà esplicitamente autorizzare l'impostazione grafica del marchio e del suo utilizzo.
7. Eventuali abusi o utilizzi indebiti da parte di terzi non autorizzati saranno perseguiti nel rispetto della specifica normativa prevista in materia.

Art. 11 - Disposizioni finali

1. Ai sensi di quanto disposto dall'art. 22 comma 7 lettera p) ed u) dello Statuto Federale, la validità del presente Regolamento è subordinata alla approvazione dello stesso da parte del Consiglio Federale ed alla pubblicazione sul sito istituzionale.
2. Per quanto non esplicitamente previsto si rimanda a quanto prescritto dallo Statuto della FMI, dal Codice Etico e da tutta la normativa endofederale approvata dal Consiglio Federale, in modo particolare il Regolamento di Giustizia, il Regolamento Organico Federale, il Regolamento Manifestazioni Motociclistiche, la Circolare Sportiva e la Circolare FMI.

3. E' fatto divieto, a partire dall'entrata in vigore del presente Regolamento, di continuare ad utilizzare i vecchi simboli istituzionali della FMI e di utilizzare il logo FMI in maniera difforme rispetto a quanto previsto dal presente Regolamento.



Approvato dal Consiglio Federale n. 2 del 11.12.2020 con deliberazione n. 66