STATO MAGGIORE DELL'ESERCITO

Circolare 1007
IDENTITÀ VISIVA
DELL'ESERCITO ITALIANO

2016

PAGINA INTENZIONALMENTE BIANCA

AVVERTENZE

La presente pubblicazione è stata approntata secondo quanto previsto dalla Circ. 1001 "Modalità per l'approntamento delle pubblicazioni dell'Esercito Italiano" ed. 2016 e successive modificazioni e integrazioni.

Fatte salve le esigenze di servizio, ufficio o istituto, nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta in qualsiasi forma a stampa, fotocopia, microfilm, scansione digitalizzata o altri sistemi, senza l'autorizzazione scritta dell'originatore.

1^ Serie A.V., inviata con lettera prot. n. 0250971, in data 22 dicembre 2016, di SME – V RAG (Annesso I). Modificate le pag. n. 19, 29, 36, 39, 48, 55, 63, 65, 77, 78, 79, 80.

PAGINA INTENZIONALMENTE BIANCA

ATTO DI APPROVAZIONE



Approvo la presente Circolare 1007 sull'Identità Visiva dell'Esercito Italiano.

Il documento disciplina gli elementi grafici essenziali della Forza Armata, organizzati in un sistema comunicativo volto a rappresentarne l'identità. Le disposizioni in esso contenute si applicano a tutto il personale della Forza Armata.

Roma, 22 DIC. 2016

Il Sottocapo di Stato Maggiore dell'Esercito

Generale di Corpo d'Armata Claudio MORA

PAGINA INTENZIONALMENTE BIANCA

INDICE

1. PREMESSA 1
2. ELEMENTI VISIVI DI BASE 3
2.1 STEMMA ARALDICO 3
2.1.1 Stemma in 3D e descrizione 3
2.1.2 Versione a cromie omogenee 4
2.1.3 Varianti cromatiche 5
2.1.4 Varianti morfologiche 5
2.1.5 Dimensioni minime 6
2.1.6 Area di rispetto 6
2.1.7 Allineamento 6
2.1.8 Posizionamento nelle combinazioni con altri emblemi 7
2.1.9 Errori da evitare 9
2.2 MARCHIO "ESERCITO" 15
2.2.1 Marchio standard in 3D e descrizione 16
2.2.2 Versione 2D 16
2.2.3 Varianti cromatiche 17
2.2.4 Varianti morfologiche 19
2.2.5 Varianti con URL e *payoff* 19
2.2.6 Dimensioni minime 20
2.2.7 Area di rispetto 20
2.2.8 Allineamento 21
2.2.9 Posizionamento nelle combinazioni con altri emblemi 21
2.2.10 Errori da evitare 23
2.3 *FONT* ISTITUZIONALI 29
2.3.1 *Times New Roman* 29
2.3.2 *TAHOMA* 29
2.3.3 *Palace Script MT* 30
2.3.4 Esempi ed errori da evitare 31
2.4 COLORI ISTITUZIONALI 33

2.4.1 Primari 33
2.4.2 Complementari 34
3. REALIZZAZIONI GRAFICHE 35
3.1 SET PROFESSIONALI 36
3.1.1 Carta intestata A4 36
3.1.2 Busta da lettera DL mm110 x mm220 37
3.1.3 Biglietto augurale / di ringraziamento mm115 x mm185 37
3.1.4 Busta per biglietto mm120 x mm195 38
3.1.5 Invito istituzionale 1 (cartoncino) 39
3.1.6 Invito istituzionale 2 (pieghevole A5) 39
3.1.7 Busta per invito 41
3.1.8 Biglietto da visita 42
3.1.9 Presentazione in Power Point 44
3.1.10 Gruppo firma *e-mail* istituzionale 46
3.1.11 Cartellina istituzionale mm240 x mm320 (*format* 1) 46
3.1.12 Cartellina istituzionale mm240 x mm320 (*format* 2) 48
3.1.13 Diploma / Attestato 51
3.1.14 Copertina CD / DVD 52
3.1.15 Segnaposto (*format* 1) 54
3.1.16 Segnaposto (*format* 2) 55
3.1.17 Segnaporta 56
3.1.18 *Backwall* per videoconferenze / conferenze 57
3.2 SET PROMOZIONALI 58
3.2.1 *Banner* / Striscioni 58
3.2.2 Bandiere a vela / *banner flag* 58
3.2.3 Gazebo 59
3.2.4 *Totem* / *Roll-up* cm80/100 x cm200 59
3.2.5 *Back-drop* cm200 x cm200 60
3.2.6 *Desk* promozionale 60
3.2.7 Annullo postale 61
3.2.8 *Poster* mm500 x mm700 61
3.2.9 Tabelle per Musei Storici dell'Esercito 63

3.2.10 Comunicato stampa 64
3.3 SET VEICOLI 65
3.3.1 Veicoli commerciali 65
3.3.2 Veicoli tattici 69
3.3.3 Veicoli commerciali - tattici impiegati in operazioni nazionali 70
3.4 SET SPORTIVI 72
3.4.1 Tuta ginnica 72
3.4.2 Maglietta a maniche corte 73
3.4.3 Pantaloncino 74
3.4.4 Tuta per le A.S.D. 74
3.4.5 Maglietta a maniche corte per le A.S.D. 75
3.4.6 Pantaloncino per le A.S.D. 76
4. NORMA PER LA CONCESSIONE DEGLI EMBLEMI DELL'E.I. 77
4.1 ELEMENTI GIURIDICI 77
4.2 UTILIZZO DEGLI EMBLEMI DELL'ESERCITO DA PARTE DI EDRC 78
4.3 UTILIZZO DEGLI EMBLEMI DELL'ESERCITO IN ATTIVITÁ CHE PREVEDONO IL COINVOLGIMENTO DI SOCIETÁ TERZE 79
4.3.1 Finalità commerciali e procedimento 79
4.3.2 Finalità morali e procedimento 80
4.3.3 Divieti 81
5. PRODUZIONE E VENDITA DI PRODOTTI A MARCHIO ESERCITO 82
5.1 PRODUZIONE / ACQUISIZIONE PRODOTTI A FINI ISTITUZIONALI 82
5.2 PRODUZIONE A FINI COMMERCIALI 83

ALLEGATI:

A. GLOSSARIO

ANNESSI:

I. LETTERA DI DIRAMAZIONE

PAGINA INTENZIONALMENTE BIANCA

1. PREMESSA

La presente Circolare è indirizzata a tutti gli Enti / Distaccamenti / Reparti / Comandi dell'Esercito (EDRC), con particolare riferimento agli operatori dell'area comunicativa e ha lo scopo di garantire l'implementazione, a tutti i livelli e in tutte le attività, di una comunicazione istituzionale integrata ed efficace, dove l'immagine dell'Esercito sia sempre univoca, centrale e preminente rispetto alle numerose altre declinazioni di carattere locale o parziale. Ciò, al fine di rafforzare l'identificazione tra personale e Istituzione, facilitare la riconoscibilità all'esterno di quest'ultima e, conseguentemente, minimizzare la distanza tra l'essenza dell'organizzazione (identità) e la sua percezione esterna (immagine).

A tal riguardo, quindi, è necessario che vi sia una adesione capillare e intimamente convinta a questo progetto, affinché tutti possano contribuire alla costruzione di un'identità visiva dell'Esercito moderna e pienamente coerente con la policy generale della Forza Armata.

Con la realizzazione di un progetto visivo standardizzato, la cui declinazione abbraccia i più disparati settori della comunicazione istituzionale (dagli emblemi, all'impostazione grafica della carta intestata, dalle buste da lettera, ai biglietti da visita, dalle presentazioni in power point, al layout dei completi sportivi, dagli inviti istituzionali alla colorazione dei veicoli commerciali), si vuole pertanto fornire una rappresentazione regolata, compatta e coesa dell'Esercito, che si presenta così all'esterno (ma anche all'interno) con una veste grafica ben definita e scaturente da un processo di analisi improntato ai principali e più moderni requisiti comunicativi.

Ne deriva un oculato impiego degli emblemi, del marchio, dei colori e dei caratteri, volto ad ottenere un'immediata riconoscibilità di tutti i prodotti di comunicazione e a creare una gerarchia di riferimento, tale per cui l'immagine dell'Esercito risulterà sempre preminente su quelle delle molteplici articolazioni, Armi, Specialità e Corpi che, pur conservando elementi di peculiarità, dovranno necessariamente concorrere alla costruzione di un'identità visiva univoca, coerente e scevra da declinazioni grafiche non in linea con quelle descritte nel presente documento.

Il progetto propone, in sintesi, soluzioni grafiche declinabili secondo molteplici utilizzi e capaci di accogliere le differenti peculiarità dei soggetti promotori, definendo gli standard grafici istituzionali e le modalità di applicazione/tecniche per una corretta

personalizzazione dei più comuni supporti visivi. In particolare, nel documento sono disciplinati:

- gli elementi visivi base (stemma araldico, marchio, font e colori istituzionali) che, in quanto tali, dovranno caratterizzare anche i supporti visivi i quali, per disomogeneità dei relativi format (ad es. siti intranet/internet, pagine/account dei social media, realizzazioni video, gadget istituzionali, oggettistica di rappresentanza, etc.), non possono essere compiutamente compresi nelle realizzazioni grafiche standard di cui al para. 3);
- le realizzazioni grafiche standard (set professionali, set promozionali, set veicoli e set sportivi) di più comune uso;
- le norme per la concessione e l'uso degli emblemi dell'Esercito Italiano (procedure e prescrizioni di natura grafica);
- la produzione, l'acquisizione e la vendita di prodotti a marchio Esercito (informazioni di carattere generale).

Per proporre motivate varianti alle prescrizioni contenute ovvero presentare per l'approvazione nuovi layout e supporti comunicativi, si potrà inviare comunicazione allo:

STATO MAGGIORE DELL'ESERCITO
V Reparto Affari Generali
Ufficio Marketing e Regolamenti

2. ELEMENTI VISIVI DI BASE

2.1 STEMMA ARALDICO

Lo stemma araldico dell'Esercito Italiano è stato concesso con Decreto del Presidente della Repubblica del 22 luglio 1991 e, nel 2014, è stato modificato nella sua attuale forma.

Lo stemma in argomento è da utilizzarsi esclusivamente in occasioni di pubblicazioni / attività / eventi di alto profilo istituzionale ovvero di rilievo nazionale (**Araldico – regola 1**).

Non può essere utilizzato in abbinamento con altri emblemi di EDRC della Forza Armata (**Araldico – regola 2**).

2.1.1 Stemma in 3D e descrizione



Immagine 1 (disponibile per il *download*)

Descrizione Stemma Araldico: di rosso, alla lorica d'oro, cimata dall'asta di legno al naturale, sostenente l'elmo, posto di fronte, d'oro, piumato d'argento; essa lorica attraversante due cannoni, decussati, di bronzo al naturale; lorica e cannoni attraversanti: due fucili, decussati, d'argento, con le baionette dello stesso e le casse di nero, le baionette adiacenti l'elmo; due lance, decussate, di nero, banderuolate di azzurro, con le punte di argento e i puntali dello stesso, poste esternamente ai fucili; due asce d'argento, con le lame all'ingiù, manicate di nero, uscenti in banda e in sbarra abbassate dall'incrociatura dei cannoni; due saette d'argento, uscenti in

sbarra e banda abbassate dall'incrociatura dei cannoni, sotto le scuri. Lo scudo è sormontato dalla corona turrita degli Enti Militari, d'oro, murata di nero, formata dal cerchio, rosso all'interno, con due cordonate a muro sui margini e sostenente cinque torri visibili, riunite da quattro cortine di muro visibili, le torri di foggia quadrangolare, merlate di dodici alla guelfa, quattro merli per lato, chiuse e finestrate di uno di nero, le cortine di muro finestrate ognuna di uno e merlate di tre. Sotto lo scudo su lista bifida e svolazzante d'oro, il motto in lettere maiuscole di nero: *SALVS REI PVBLICAE SVPREMA LEX ESTO*. Essa lista caricata tra le parole *REI PVBLICAE* e *SVPREMA* dalla granata di nero, infiammata di rosso.

2.1.2 Versione a *cromie* omogenee

Tale versione è da utilizzarsi per le realizzazioni di manufatti (crest, drappi, etc) ovvero in abbinamento a emblemi con caratteristiche grafiche analoghe.



Immagine 2 (disponibile per il *download*)



Immagine 3 (Stemma araldico con indicazione cromie)

2.1.3 Varianti cromatiche

Lo stemma araldico non è disponibile in alcuna variante cromatica (**Araldico – regola 3**). Esclusivamente per le realizzazioni tessili a "bassa visibilità" da utilizzare sulle uniformi da servizio e combattimento, è consentita la conversione del citato emblema in scala di grigi.



Immagine 4

2.1.4 Varianti morfologiche

Lo stemma non è disponibile in alcuna variante morfologica (**Araldico – regola 4**). Tuttavia, al fine di agevolare la riconoscibilità dell'emblema da parte del pubblico, ogni realizzazione grafica riportante il citato emblema dovrà essere abbinata alla dicitura "ESERCITO ITALIANO" (font: *Lubalin Graph Medium BT*) apposto al di sotto dello stemma, con le caratteristiche riportate in figura (**Araldico – regola 5**).



Immagine 5 (disponibile per il *download*)

2.1.5 Dimensioni minime

Lo stemma araldico potrebbe risultare illeggibile qualora le dimensioni siano estremamente ridotte. Per tale ragione non è consentito utilizzare una base del marchio inferiore alle dimensioni indicate (**Araldico – regola 6**).



Immagine 6 (Dimensioni minime dello Stemma Araldico)

2.1.6 Area di rispetto

La visibilità dello stemma è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio. L'area di rispetto è da considerarsi minima, pertanto, quando è possibile, tale superficie dovrà essere aumentata proporzionalmente alle dimensioni dell'emblema (**Araldico – regola 7**).



Immagine 7 (Area di rispetto dello Stemma Araldico)

2.1.7 Allineamento

Nel caso di accostamento di testi ed altri marchi sono previsti due tipi di allineamento orizzontale e verticale, come riportato in figura (**Araldico – regola 8**).



Immagine 8 (Allineamento orizzontale e verticale)

2.1.8 Posizionamento nelle combinazioni con altri emblemi

Lo stemma araldico può essere affiancato ad analoghi emblemi, nel più scrupoloso rispetto delle regole citate e purché sia rispettata la gerarchia scaturente dal rilievo delle istituzioni rappresentate da ciascun segno grafico (**Araldico – regola 9**).

In particolare, la sequenza degli stemmi, in ordine di priorità, dovrà seguire le direttrici di lettura:

- dall'alto al basso nel caso in cui la disposizione grafica abbia uno sviluppo verticale;
- da sinistra a destra nel caso in cui la disposizione grafica abbia uno sviluppo orizzontale.



Immagine 9

La presenza di emblemi di istituzioni gerarchicamente sopraordinate (Stato Maggiore della Difesa, Ministero della Difesa) nella medesima attività / pubblicazione, esclude l'apposizione dello stemma araldico dell'Esercito Italiano (**Araldico – regola 10**).

Lo stemma araldico dovrà essere preferibilmente affiancato ad analoghi emblemi araldici, (salvo quanto previsto dalla regola 12). Differentemente, è preferibile l'utilizzo del marchio dell'Esercito Italiano (**Araldico – regola 11**).

Lo stemma araldico non deve essere utilizzato nelle realizzazioni / eventi a connotazione locale, salvo esplicita determinazione del Vertice della Forza Armata (**Araldico – regola 12**).

La presenza dello stemma araldico dell'Esercito Italiano esclude la compresenza di altri emblemi riconducibili alla Forza Armata. Qualora si rendesse necessario specificare peculiari articolazioni interne, si dovrà ricorrere alla sola denominazione dell'EDRC (font TAHOMA) che dovrà essere abbinata in allineamento verticale ovvero orizzontale, riducendo l'area di rispetto come indicato in figura (**Araldico – regola 13**).



Immagine 10

2.1.9 Errori da evitare.

REGOLA 1 - Lo stemma in argomento è da utilizzarsi esclusivamente in occasioni di pubblicazioni / attività / eventi di alto profilo istituzionale ovvero di rilievo nazionale.





Immagine 11

REGOLA 2 - Non può essere utilizzato in abbinamento con altri emblemi di EDRC della Forza Armata.





Immagine 12

REGOLA 3 - Lo stemma araldico non è disponibile in alcuna variante cromatica.

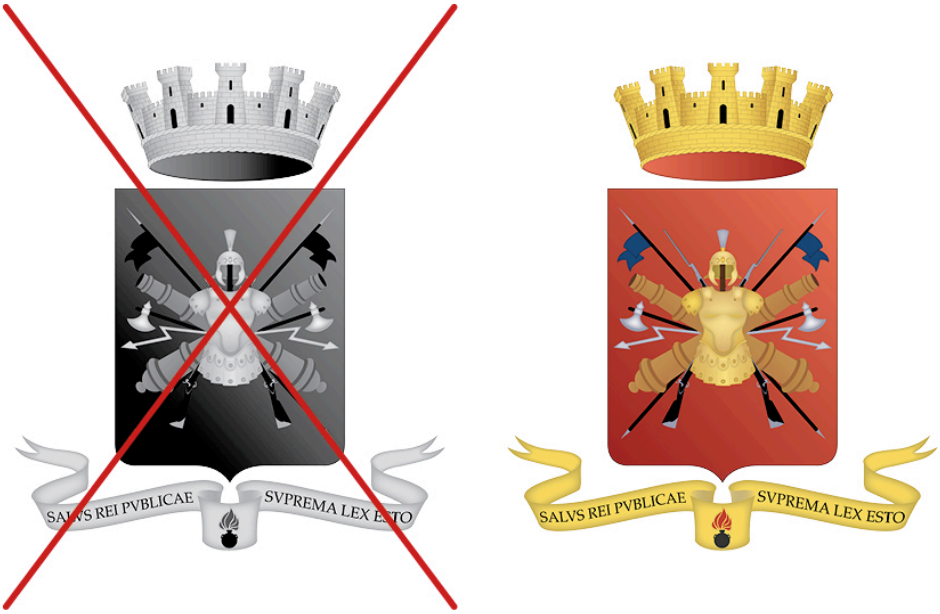


Immagine 13

REGOLA 4 - Lo stemma araldico non è disponibile in alcuna variante morfologica.

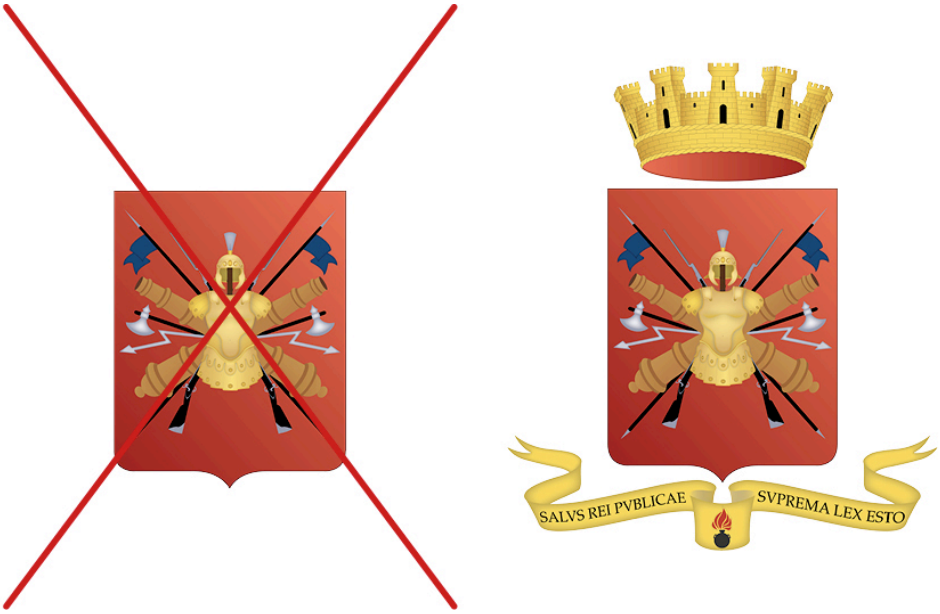


Immagine 14

REGOLA 5 - Al fine di agevolare la riconoscibilità dell'emblema da parte del pubblico, ogni realizzazione grafica riportante il citato emblema dovrà essere abbinata alla dicitura "ESERCITO ITALIANO" (font: *Lubalin Graph Medium BT*) apposto al di sotto dello stemma, con le caratteristiche riportate in figura.



Immagine 15

REGOLA 6 - Lo stemma araldico potrebbe risultare illeggibile qualora le dimensioni siano estremamente ridotte. Per tale ragione non è consentito utilizzare una base del marchio inferiore alle dimensioni indicate.



Immagine 16

REGOLA 7 - La visibilità dello stemma è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.



Immagine 17

REGOLA 8 - Nel caso di accostamento di testi ed altri marchi sono previsti due tipi di allineamento orizzontale e verticale, come riportato in figura.



Immagine 18

REGOLA 9 - Lo stemma araldico può essere affiancato ad analoghi emblemi, nel più scrupoloso rispetto delle regole citate e purché sia rispettata la gerarchia scaturente dal rilievo delle istituzioni rappresentate da ciascun segno grafico.



Immagine 19

REGOLA 10 - La presenza di emblemi di istituzioni gerarchicamente sopraordinate (Stato Maggiore della Difesa, Ministero della Difesa), nella medesima attività / pubblicazione, esclude l'apposizione dello stemma araldico dell'Esercito Italiano.



Immagine 20

REGOLA 11 - Lo stemma araldico dovrà essere preferibilmente affiancato ad analoghi emblemi araldici. Differentemente, è preferibile l'utilizzo del marchio dell'Esercito Italiano.



Immagine 21

REGOLA 12 - Lo stemma araldico non deve essere utilizzato nelle realizzazioni / eventi a connotazione locale, salvo esplicita determinazione del Vertice della Forza Armata.



Immagine 22

REGOLA 13 - La presenza dello stemma araldico dell'Esercito Italiano esclude la compresenza di altri emblemi riconducibili alla Forza Armata. Qualora si rendesse necessario specificare articolazioni interne, si dovrà ricorrere alla denominazione dell'EDRC che dovrà essere abbinata in allineamento verticale ovvero orizzontale.



Immagine 23

2.2 MARCHIO "ESERCITO"

Il marchio "Esercito" è di recente introduzione e ha sostituito il precedente logotipo "EI Esercito". Esso identifica, in ogni attività comunicativa, l'Istituzione.

Il marchio è un elemento base del sistema di identità visiva che non può essere né modificato né utilizzato insieme ad altri elementi, ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

L'emblema in argomento è da utilizzarsi in occasioni di pubblicazioni / attività / eventi che prevedono un ritorno positivo per l'immagine della F.A. (**Marchio – regola 1**).

Può essere abbinato ad altri emblemi di EDRC esclusivamente nel caso in cui sia previsto l'apposizione di più segni grafici della F.A.. Diversamente, il marchio dovrà essere apposto come unico emblema per comunicare visivamente ogni articolazione dell'Esercito Italiano (**Marchio – regola 2**).

2.2.1 Marchio standard in 3D e descrizione

Descrizione marchio "Esercito": stella a 5 punte tridimensionale dorata sovrastante la denominazione ESERCITO.



Immagine 24 (disponibile per il *download*)



Immagine 25

2.2.2 Versione 2D

Questa versione dovrà essere utilizzata nel caso in cui le esigenze grafiche non prevedano l'opportunità ovvero la possibilità di utilizzo del marchio con la stella in formato tridimensionale.



Immagine 26 (disponibile per il *download*)

2.2.3 Varianti cromatiche

La perfetta leggibilità del marchio non può prescindere dalla cromia dello sfondo sul quale è apposto. Per tale ragione è consentito l'impiego del marchio nelle versioni cromatiche a colori, in bianco e in nero, in relazione agli sfondi riepilogati, a titolo esemplificativo, in figura (**Marchio – regola 3**).



Immagine 27



Immagine 28 (disponibile per il *download*)

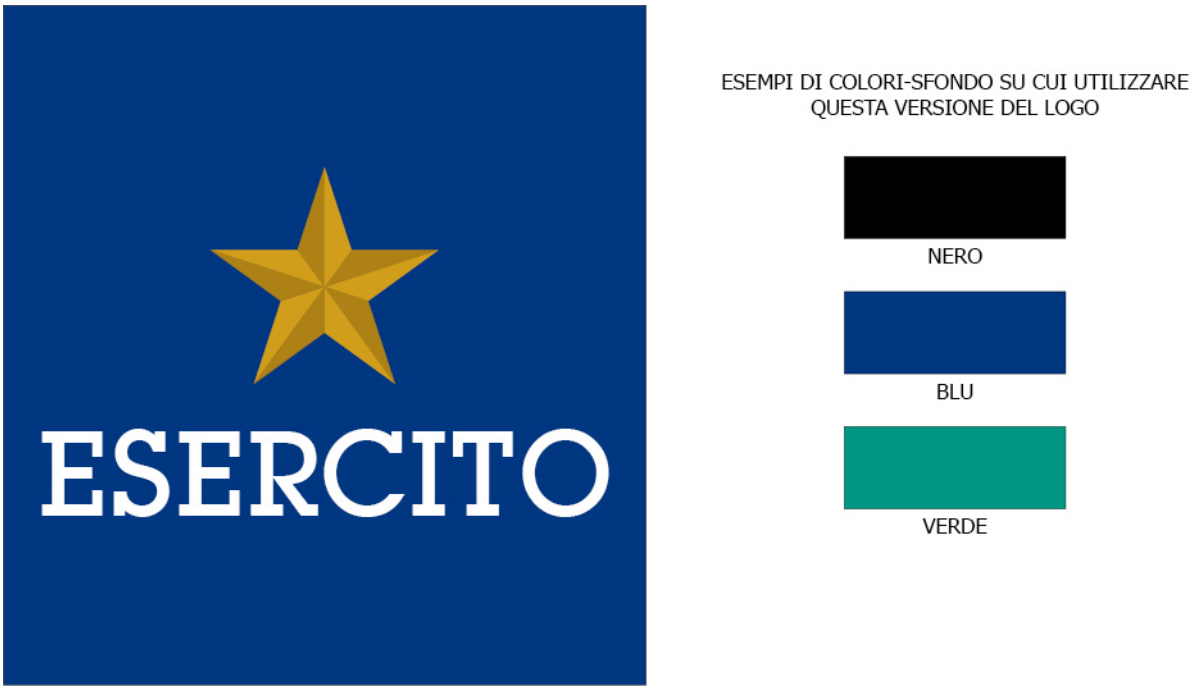


Immagine 29 (disponibile per il *download*)

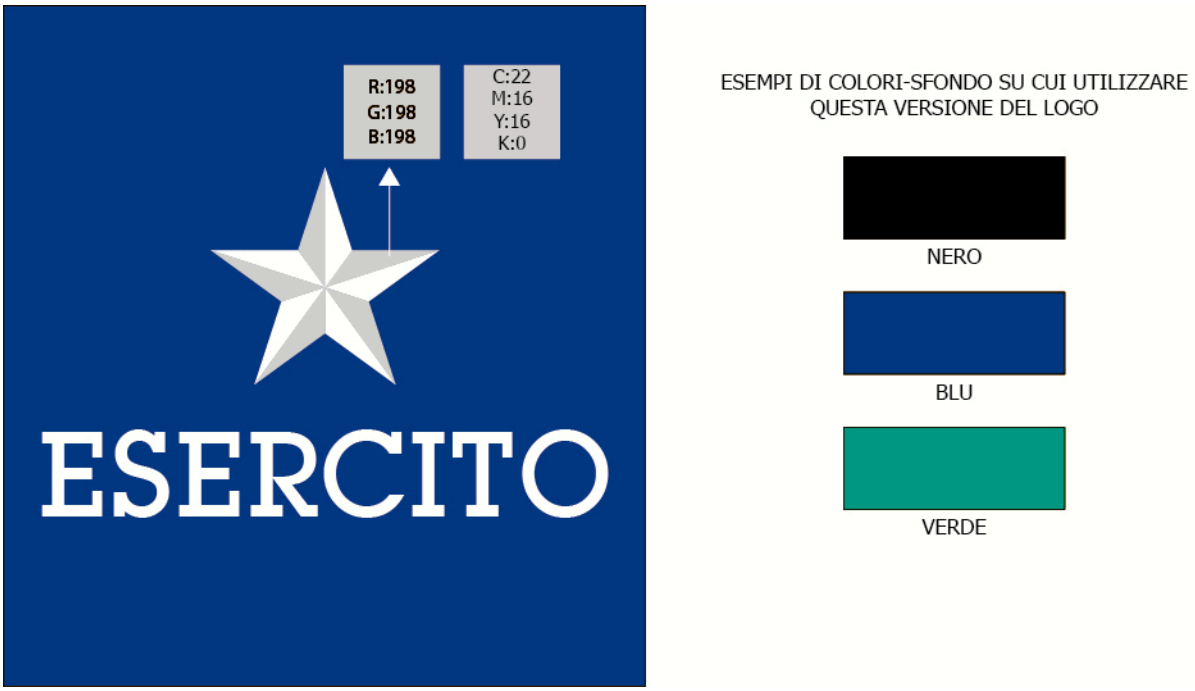


Immagine 30 (disponibile per il *download*)

2.2.4 Varianti morfologiche

Il marchio "Esercito" potrà essere utilizzato nella seguente variante morfologica (e nelle diverse cromie) che meglio consente il bilanciamento e l'adattamento a taluni *format* grafici (**Marchio – regola 4**).



Immagine 31 (disponibile per il *download*)

2.2.5 Varianti con *URL e payoff*

E' consentito, nonché auspicabile, l'uso delle varianti del marchio riportanti l'URL ovvero il *payoff* "noi ci siamo sempre" in particolari contesti comunicativi in cui è preminente l'esigenza di rimandare al sito istituzionale o evidenziare particolari attività a favore della comunità.



Immagine 32 (disponibile per il *download*)

2.2.6 Dimensioni minime

Il marchio potrebbe risultare illeggibile qualora le dimensioni fossero estremamente ridotte. Per tale ragione non è consentito utilizzare una base del marchio inferiore alle dimensioni indicate (**Marchio – regola 5**).



Immagine 33

2.2.7 Area di rispetto

La visibilità del marchio è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio. L'area di rispetto è da considerarsi minima, pertanto, quando è possibile, tale superficie dovrà essere aumentata (**Marchio – regola 6**).

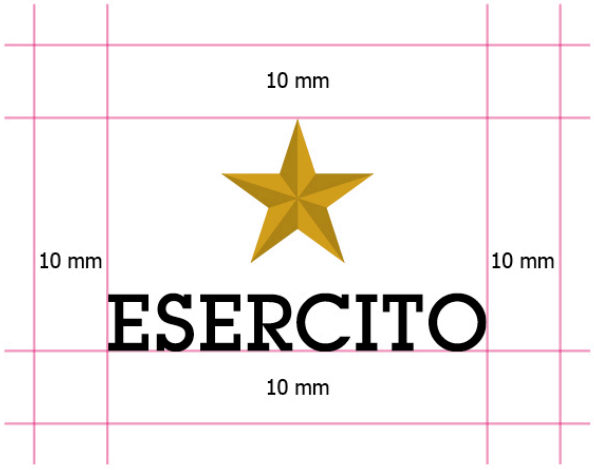


Immagine 34

2.2.8 Allineamento

Nel caso di accostamento a testi e altri marchi sono previsti due tipi di allineamento orizzontale e verticale, come riportato in figura (**Marchio – regola 7**).

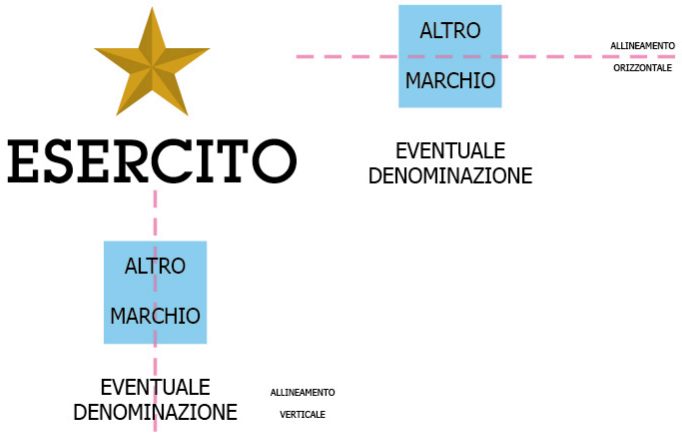


Immagine 35

2.2.9 Posizionamento nelle combinazioni con altri emblemi

Il marchio può essere affiancato ad analoghi emblemi terzi, nel più scrupoloso rispetto delle regole citate e purché sia considerata la gerarchia scaturente dal rilievo delle istituzioni rappresentate da ciascun segno grafico (**Marchio – regola 8**).

In particolare, la sequenza dei marchi, in ordine di priorità, dovrà seguire le direttrici:

- dall'alto al basso nel caso in cui la disposizione grafica abbia uno sviluppo verticale;
- da sinistra a destra nel caso in cui la disposizione grafica abbia uno sviluppo orizzontale.



Immagine 36

Nell'ambito di attività comunicative di particolare rilievo, la presenza del marchio dell'Esercito esclude, di norma, la compresenza di altri emblemi riconducibili alla Forza Armata[1]. Qualora si rendesse necessario specificare peculiari articolazioni interne, si dovrà ricorrere alla sola denominazione dell'EDRC che dovrà essere abbinata in allineamento verticale ovvero orizzontale (font *TAHOMA*), riducendo l'area di rispetto come indicato in figura (**Marchio – regola 9**).



Immagine 37

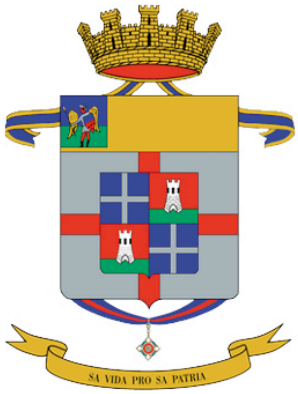
Il marchio "Esercito" non potrà essere apposto in realizzazioni grafiche riportanti emblemi araldici di altri Enti o di altre FF.AA.. In tali contesti è consigliato l'utilizzo dello stemma araldico dell'Esercito Italiano, fatte salve le relative prescrizioni d'uso (**Marchio – regola 10**).

L'utilizzo del marchio è consentito anche nelle attività a connotazione locale, purché sia rilevante il positivo ritorno d'immagine per la F.A. ovvero sia previsto il coinvolgimento di autorità di vertice militari o politiche.

Qualora in tali attività il ritorno d'immagine sia neutro ovvero il rilevo dell'evento sia particolarmente modesto, è preferibile l'utilizzo degli emblemi degli EDRC

[1] Salvo particolari forme di comunicazione video (ad es. presentazioni in *Power Point* o filmati didattici) per i quali è importante evidenziare gli EDRC direttamente interessati all'attività.

direttamente interessati, apponendo in calce la denominazione dell'ente e evidenziando l'appartenenza all'Esercito Italiano (**Marchio – regola 11**).



151° REGGIMENTO FANTERIA
DELL'ESERCITO ITALIANO

Immagine 38

2.2.10 Errori da evitare.

REGOLA 1 – Il marchio è da utilizzarsi in occasioni di pubblicazioni / attività / eventi che prevedono un ritorno positivo per l'immagine della F.A..





Immagine 39

REGOLA 2 - Può essere abbinato ad altri emblemi di EDRC esclusivamente nel caso in cui sia previsto l'impiego di più segni grafici della F.A.. Diversamente, il marchio dovrà essere apposto come unico emblema.



Immagine 40

REGOLA 3 - La perfetta leggibilità del marchio non può prescindere dalla cromia dello sfondo sul quale è apposto. Per tale ragione è consentito l'impiego del marchio nelle versioni cromatiche a colori, in bianco e in nero, in relazione agli sfondi sui quali è apposto.



Immagine 41

REGOLA 4 - Il marchio "Esercito" potrà essere utilizzato nella variante morfologica orizzontale (nelle diverse cromie) che meglio consente il bilanciamento e l'adattamento a taluni *format* grafici.



Immagine 42

REGOLA 5 – Il marchio potrebbe risultare illeggibile qualora le dimensioni fossero estremamente ridotte. Per tale ragione non è consentito utilizzare una base del marchio inferiore alle dimensioni indicate.



Immagine 43

REGOLA 6 - La visibilità del marchio è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio. L'area di rispetto è da considerarsi minima, pertanto, qualora possibile, tale superficie dovrà essere aumentata.



Immagine 44

REGOLA 7 - Nel caso di accostamento a testi e altri marchi sono previsti due tipi di allineamento, orizzontale e verticale, come riportato in figura.



Immagine 45

REGOLA 8 - Il marchio può essere affiancato a analoghi emblemi terzi, nel più scrupoloso rispetto delle regole citate e purché venga considerata la gerarchia scaturente dal rilievo delle istituzioni rappresentate da ciascun segno grafico.



Immagine 46

REGOLA 9 - La presenza del marchio dell'Esercito esclude, di norma, la compresenza di altri emblemi riconducibili alla Forza Armata. Qualora si rendesse necessario specificare peculiari articolazioni interne, si dovrà ricorrere alla sola denominazione dell'EDRC.



Immagine 47

REGOLA 10 - Il marchio "Esercito" non potrà essere apposto in realizzazioni grafiche riportanti emblemi araldici di altri Enti o di altre FF.AA.. In tali contesti è consigliato l'utilizzo dello stemma araldico dell'Esercito Italiano, fatte salve le relative prescrizioni d'uso.



Immagine 48

REGOLA 11 - Qualora in attività a connotazione locale il ritorno d'immagine sia neutro ovvero particolarmente modesto, è preferibile l'utilizzo degli emblemi degli EDRC interessati, apponendo in calce la denominazione dell'ente.



Immagine 49

2.3 FONT ISTITUZIONALI

La comunicazione dell'Esercito Italiano si avvale di n.3 famiglie di caratteri, ciascuna per una serie definita di attività comunicative.

2.3.1 *TIMES NEW ROMAN*

Il carattere *Times New Roman* è da intendersi quale elemento primario del sistema di identità visiva e viene utilizzato prevalentemente per la composizione di comunicazioni istituzionali, interne e di servizio[2], secondo quanto già definito dalle norme e procedure di comunicazione in vigore (**Font – regola 1**).

È previsto l'impiego nelle versioni *Times New Roman*, *Times New Roman Italic* e *Times New Roman Bold*.

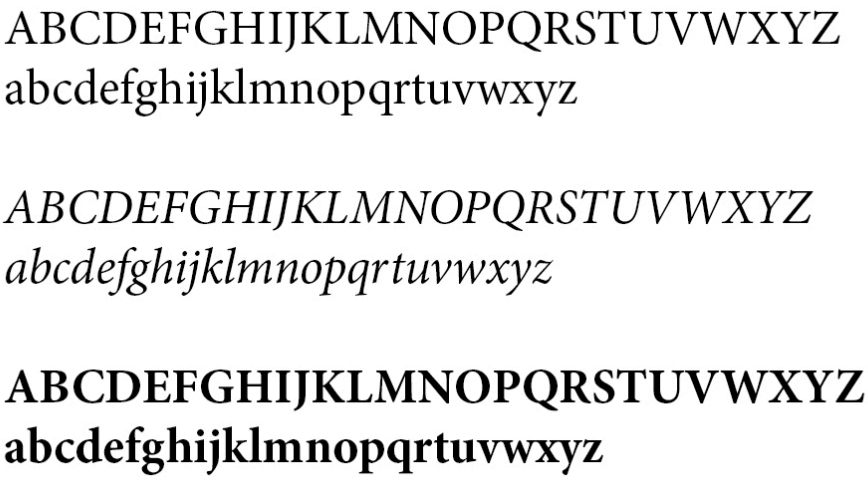


Immagine 50

2.3.2 *TAHOMA*

Il carattere *TAHOMA,* dinamico e moderno, oltre che lineare e pulito nel tratto, è da utilizzarsi per le pubblicazioni militari predisposte in formato digitale[3], per le comunicazioni rivolte all'esterno, a un pubblico eterogeneo, per le presentazioni in *Power Point*, per i comunicati stampa, per i *set* promozionali e pubblicitari (**Font – regola 2**).

---

[2] Salvo quelle predisposte in formato digitale che, per assicurare una migliore leggibilità a videoterminale, dovranno essere predisposti in TAHOMA.

[3] SME, Circ.1001 Modalità per l'approntamento delle pubblicazioni dell'Esercito Italiano, Ed. 2016.

È previsto l'impiego nelle versioni *TAHOMA*, *TAHOMA Italic* e *TAHOMA Bold*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrtuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrtuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrtuvwxyz

Immagine 51

2.3.3 *Palace Script MT*

Il carattere *Palace Script MT* è, diversamente, un carattere calligrafico da utilizzarsi esclusivamente nella corrispondenza ufficiale verso autorità / personalità e, in particolare, nella composizione dell'intestazione riportante l'incarico dello scrivente ovvero nella stesura di inviti per eventi istituzionali. Tali forme di corrispondenza sono di norma attivate da Ufficiali Dirigenti in servizio presso Organi Centrali, Vertici d'Area / Alti Comandi, Comandi Intermedi e Territoriali (**Font – regola 3**)

È previsto l'impiego nelle versioni *Palace Script MT*, *Palace Script MT Bold*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrtuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrtuvwxyz

Immagine 52

2.3.4 Esempi ed errori da evitare

REGOLA 1 - Il carattere *Times New Roman* viene utilizzato prevalentemente per la composizione di comunicazioni istituzionali, interne e di servizio, secondo quanto già definito dalle norme e procedure di comunicazione in vigore.

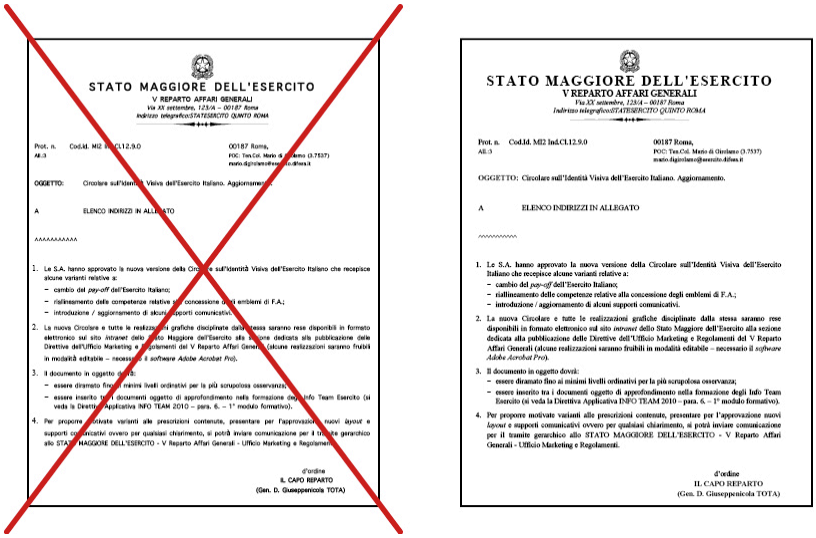


Immagine 53

REGOLA 2 - Il carattere *TAHOMA* è da utilizzarsi nelle comunicazioni rivolte all'esterno, a un pubblico eterogeneo, nelle presentazioni in *Power Point*, nei comunicati stampa e nei *set* promozionali e pubblicitari.



Immagine 54

REGOLA 3 - Il carattere Palace Script MT è un carattere calligrafico da utilizzarsi nella corrispondenza ufficiale verso autorità / personalità, nella composizione dell'intestazione riportante l'incarico dello scrivente ovvero nella stesura di inviti per eventi istituzionali.



Immagine 55

2.4 COLORI ISTITUZIONALI

L'utilizzo dei colori istituzionali, abbinati agli emblemi e ai *font*, completa e agevola l'identificazione dei contenuti comunicativi emessi dall'Esercito da parte del pubblico ricevente. I colori individuati promanano dalle tradizioni comunicative della Forza Armata e sono, anche inconsapevolmente, già utilizzati nella maggior parte delle realizzazioni grafiche.

2.4.1 Primari

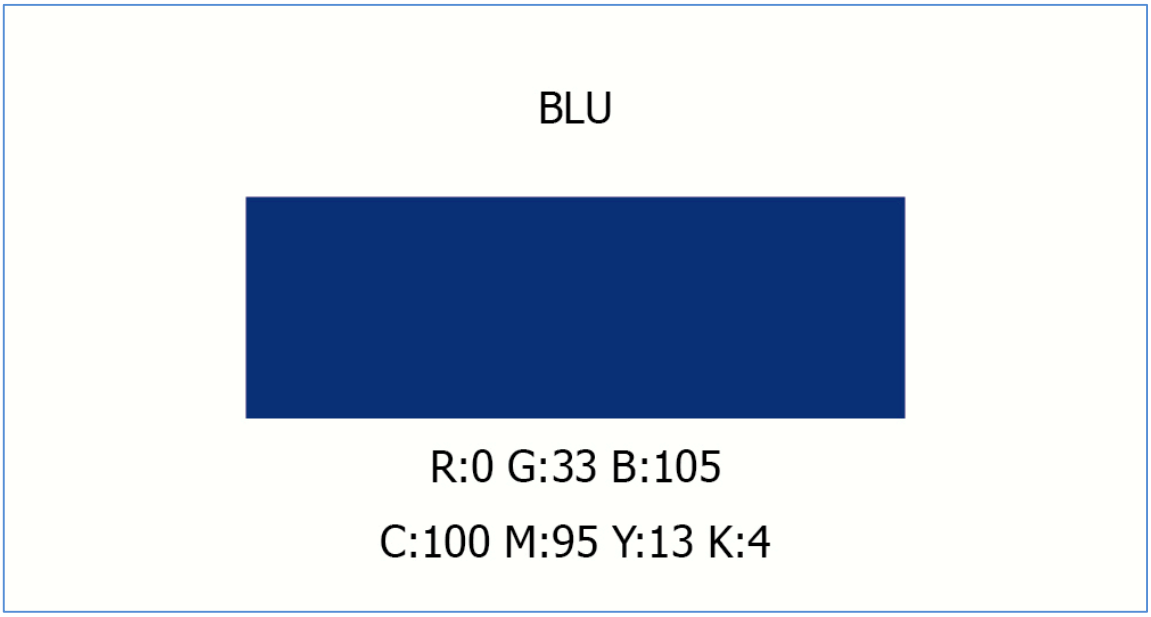


Immagine 56



Immagine 57

2.4.2 Complementari

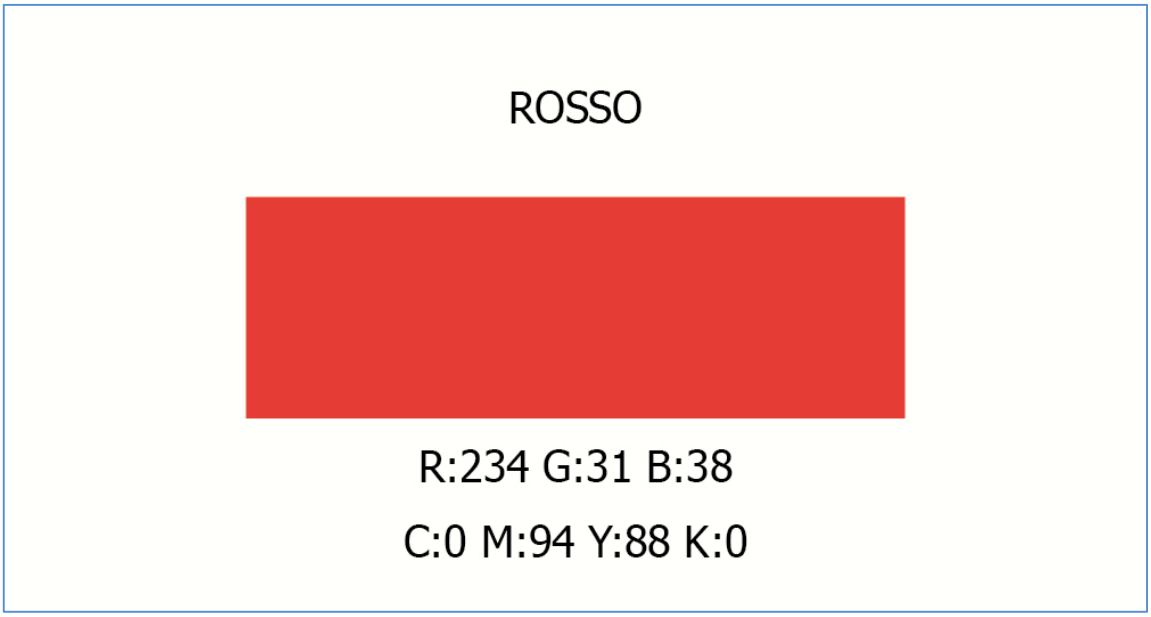


Immagine 58

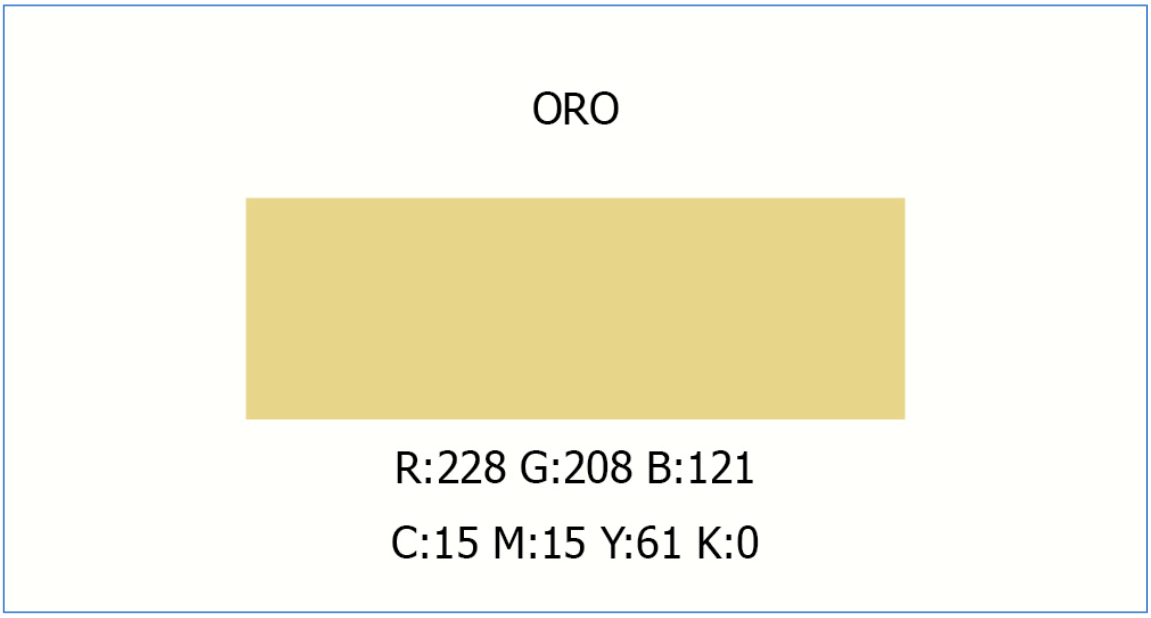


Immagine 59

3. REALIZZAZIONI GRAFICHE

Gli elementi base, di cui al precedente paragrafo, trovano immediata applicazione nei *format* comunicativi che la Forza Armata quotidianamente impiega. L'attuale disomogeneità nell'utilizzo di questi ultimi necessita di un radicale processo di razionalizzazione. Le fattispecie di seguito trattate non esauriscono l'universo delle forme visive di comunicazione che potrebbero essere attivate dalle articolazioni istituzionali: per quanto attiene a casi non contemplati da questo manuale, è d'obbligo l'applicazione coerente delle prescrizioni dettagliate per gli elementi base (para. 2) ovvero la comparazione con supporti comunicativi analoghi.

Le indicazioni che saranno fornite riguardano alcuni *set*, ciascuno dei quali raggruppa una serie di supporti comunicativi. In particolare saranno approfonditi gli elementi essenziali di:

- *set* professionali: supporti coordinati di frequente uso nelle attività relazionali, istituzionali e d'ufficio. Per tale funzione, i progetti grafici di ciascun elemento tengono in opportuna considerazione la duplice esigenza di rappresentare, prioritariamente, l'appartenenza all'Esercito Italiano e, secondariamente, quella agli EDRC dipendenti;
- *set* promozionali: materiali e supporti in uso in occasione di eventi / attività finalizzate alla promozione dell'immagine istituzionale. In ragione dell'impiego orientato prevalentemente alla comunicazione al pubblico, gli allestimenti presentati riportano esclusivamente il marchio "Esercito" e non contengono personalizzazioni riconducibili ai dipendenti EDRC;
- *set* veicoli: personalizzazioni e specifiche grafiche applicabili al parco veicoli commerciali e tattici dell'Esercito Italiano. Le prescrizioni grafiche di seguito presentate superano l'attuale eterogeneità nella colorazione e nel *layout* dei mezzi in uso, presentando una linea stilistica omogenea;
- *set* sportivi: progetti grafici e elementi essenziali dell'abbigliamento sportivo in uso alla Forza Armata e alle Associazioni Sportive Dilettantistiche.

3.1 SET PROFESSIONALI

3.1.1 Carta intestata A4

Intestazione:

- allineamento a sinistra;
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Piè di pagina con allineamento a destra:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- indirizzo EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore grigio).

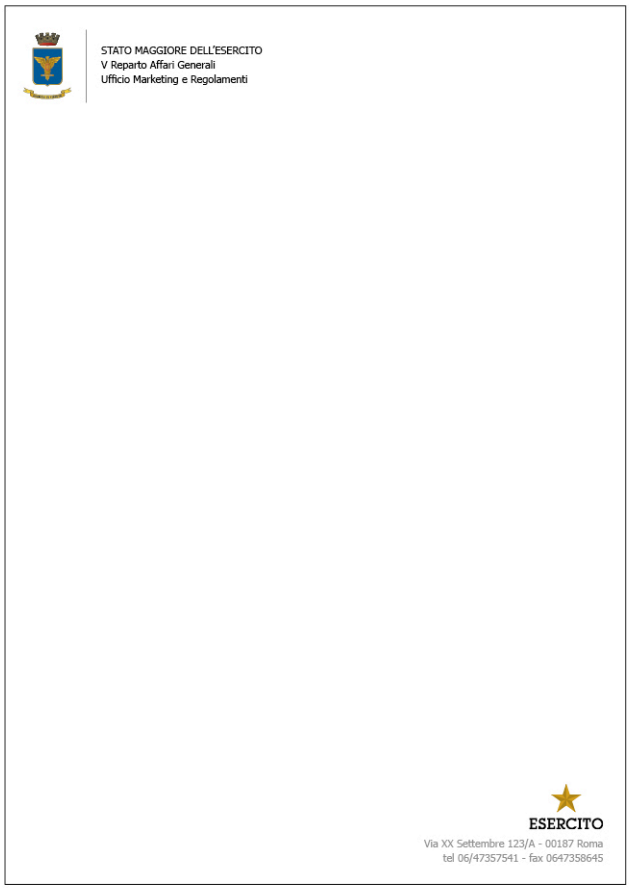


Immagine 60 (disponibile per il *download*)

3.1.2 Busta da lettera DL mm110 x mm220

Retro allineamento a sinistra:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Retro allineamento a destra:

indirizzo EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,15pt – colore grigio).

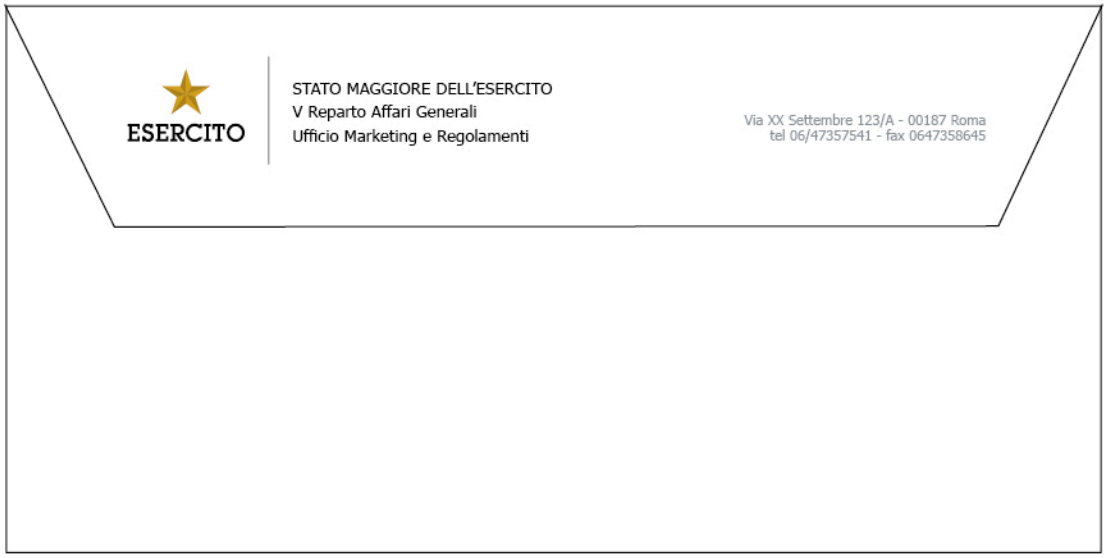


Immagine 61 (disponibile per il *download*)

3.1.3 Biglietto augurale / di ringraziamento mm115 x mm185

Intestazione:

- allineamento a sinistra;
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero – elemento visivo personalizzabile).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).

Piè di pagina con allineamento a destra:

indirizzo EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,15pt – colore grigio).



Immagine 62 (disponibile per il *download*)

3.1.4 Busta per biglietto mm120 x mm195

Retro allineamento al centro:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).



Immagine 63 (disponibile per il *download*)

3.1.5 Invito istituzionale 1 (cartoncino)

Intestazione:

- allineamento al centro;
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione della carica istituzionale (*Palace Script MT* dimensione 40pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo del testo:

testo (*Palace Script MT* dimensione 30pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero)

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

indirizzo e informazioni varie (*Palace Script MT* dimensione 16pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Piè di pagina con allineamento a destra:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- informazioni aggiuntive (Palace Script MT dimensione 16pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).



Immagine 64 (disponibile per il *download*)

3.1.6 Invito istituzionale 2 (pieghevole A5)

1^ di copertina:

- allineamento al centro;

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione evento (*Palace Script MT* dimensione 40pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero);
- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).

2^ di copertina:

- allineamento al centro;
- programma evento;
- dress code / informazioni varie;
- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).

3^ di copertina:

- allineamento al centro;
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- testo (*Palace Script MT* dimensione 30pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero)
- indirizzo e informazioni varie (*Palace Script MT* dimensione 16pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

4^ di copertina:

- allineamento al centro;
- stemma araldico "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).



Immagine 65 (da sx la 4^ e la 1^ di copertina)



Immagine 66 (da sx la 2^ e la 3^ di copertina)

3.1.7 Busta per invito

Retro allineamento al centro:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione della carica istituzionale (*Palace Script MT* dimensione 34pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

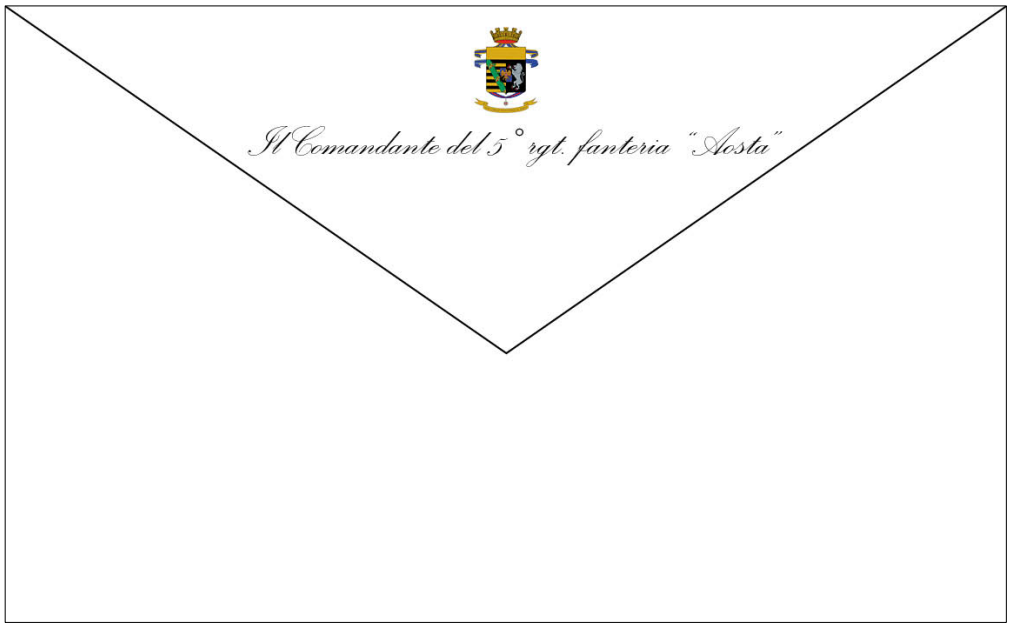


Immagine 67 (disponibile per il *download*)

3.1.8 Biglietto da visita

Il biglietto da visita è stato predisposto nei formati verticale e orizzontale, secondo le indicazioni riepilogate di seguito. Sul retro, a fattor comune, è riportato:

- il marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- il *QR Code* che rimanda all'e-mail istituzionale (ricavabile da un *QR Code generator*).

Formato verticale

Intestazione con allineamento al centro:

- il marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo del testo con allineamento a destra:

- grado e denominazione della carica istituzionale (*TAHOMA* dimensione 12pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore blu);
- incarico carica istituzionale (*TAHOMA* dimensione 9pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore blu).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

indirizzo e informazioni di contatto (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,15pt – colore grigio).



Immagine 68 (disponibile per il *download*)

Formato orizzontale

Intestazione con allineamento a sinistra:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo del testo con allineamento a destra

- grado e denominazione della carica istituzionale (*TAHOMA* dimensione 12pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore blu);
- incarico carica istituzionale (*TAHOMA* dimensione 9pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore blu).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

indirizzo e informazioni di contatto (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,15pt – colore grigio).

Piè di pagina con allineamento a destra:

marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).



Immagine 69 (disponibile per il *download*)

3.1.9 Presentazione in *power point*

Le indicazioni che seguono riguardano la veste grafica delle presentazioni in *Power Point* e non la struttura o la sequenza dei contenuti per i quali si rimanda alla direttiva "Norme e procedure di comunicazione dello Stato Maggiore dell'Esercito".

Diapositiva titolo

Intestazione con allineamento a sinistra:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Intestazione con allineamento a destra:

il marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile)[4];

Corpo diapositiva con allineamento al centro:

- oggetto della presentazione (*TAHOMA* dimensione 36pt – stile normale – colore nero);
- informazioni aggiuntive (luogo, data, relatore, etc) (*TAHOMA* dimensione 18pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero);
- set di n.3 immagini a tema (cm.6 x cm.5 ciascuna) personalizzabili.

Piè di pagina:

striscia composita con colori istituzionali.

Diapositiva standard

Intestazione con allineamento al centro:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- titolo diapositiva (TAHOMA dimensione 18pt – stile normale – colore nero);
- il marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).

Piè di pagina:

striscia composita con colori istituzionali (eventualmente numero pagina e indice di classifica).

[4] Esclusivamente per la presentazione in *power point*, la consueta disposizione degli emblemi posti in ordine di importanza da sinistra a destra è stata intenzionalmente derogata a favore del mantenimento della linea stilistica comune a tutti i *set* professionali.



Immagine 70 (disponibile per il *download*)



Immagine 71 (disponibile per il *download*)

3.1.10 Gruppo firma *e-mail* istituzionale

Allineamento a sinistra:

- grado e denominazione della carica istituzionale (*TAHOMA* dimensione 14pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore blu);
- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- denominazione EDRC e informazioni di contatto (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore grigio).



Immagine 72

3.1.11 Cartellina istituzionale mm240 x mm320 (format 1)

Fronte

Sfondo

Blu istituzionale (R:0; G:33; B:105).

Allineamento al centro:

marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 15pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore bianco).

Piè di pagina con allineamento al centro:

banda color oro istituzionale con altezza mm 15.



Immagine 73 (disponibile per il *download*)

Retro

Sfondo:

Blu istituzionale.

Allineamento al centro:

stemma araldico "Esercito" con denominazione (elemento grafico non personalizzabile).

Piè di pagina con allineamento al centro:

banda color oro con altezza mm 15.



Immagine 74 (disponibile per il *download*)

3.1.12 Cartellina istituzionale mm240 x mm320 (format 2)

Fronte

Sfondo:

Bianco.

Allineamento al centro:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- banda color oro istituzionale con altezza mm 15;

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);

- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 15pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).



Immagine 75 (disponibile per il *download*)

Retro

Sfondo:

Bianco

Allineamento al centro:

- stemma araldico "Esercito" con denominazione (elemento grafico non personalizzabile);

- banda color oro istituzionale con altezza mm 5 unita a una banda color blu istituzionale con altezza mm 15.

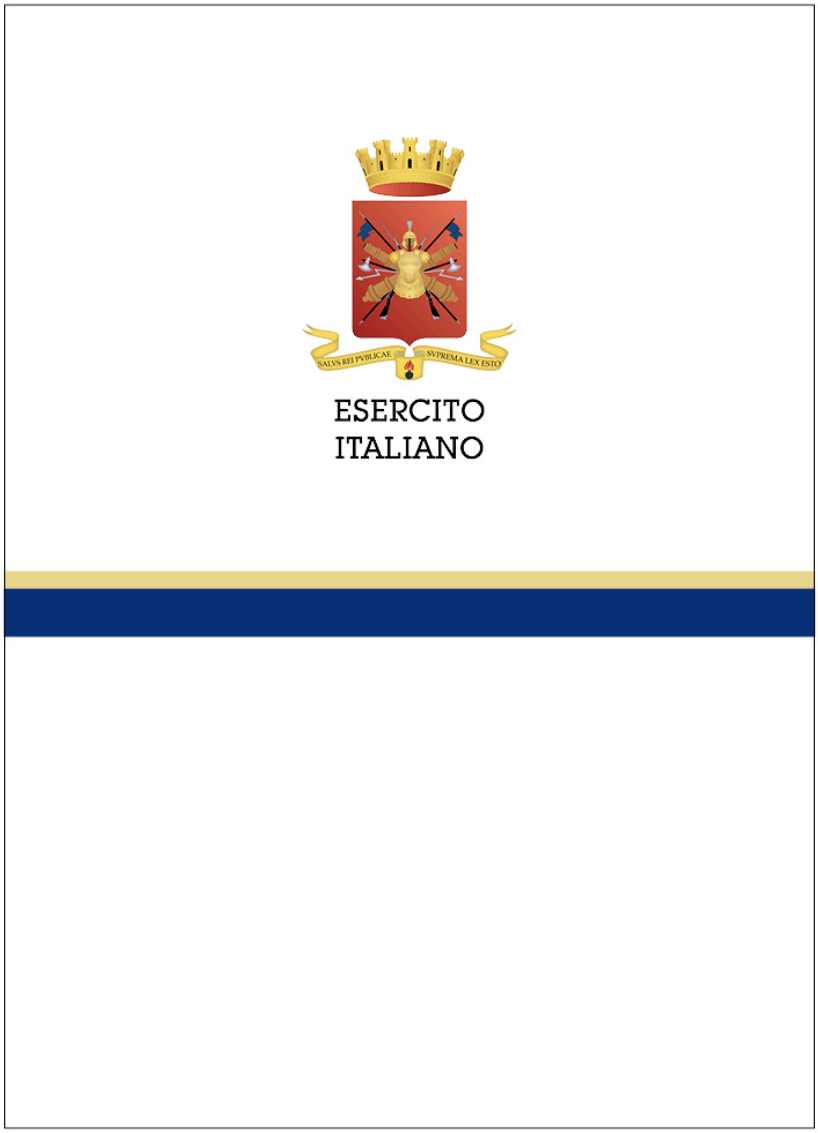


Immagine 76 (disponibile per il *download*)

3.1.13 Diploma / Attestato

Sfondo:

stemma araldico dell'Esercito in *background* con effetto "contorno".

Bordo:

bordo pagina tridimensionale a doppia linea 3pt colore blu.

Intestazione con allineamento al centro:

stemma araldico dell'Esercito (elemento grafico non modificabile) nella versione con denominazione. Non è prevista, in tale documento, l'ulteriore presenza del marchio "Esercito";

Corpo diploma con allineamento al centro:

- titolo (*Times New Roman* dimensione 30pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero)
- premessa (*Palace Script MT* dimensione 34pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore nero);
- grado e denominazione del frequentatore (*Times New Roman* dimensione 22pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero);
- testo personalizzabile con le specifiche relative alla tipologia di corso, all'EDRC organizzatore, alla qualifica acquisita ovvero alla votazione conseguita (*Palace Script MT* dimensione 34pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo diploma con allineamento a sinistra:

luogo e data (*Palace Script MT* dimensione 34pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo diploma con allineamento a destra:

gruppo firma (*Times New Roman* dimensione 15pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

- cornice tricolore;
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*Times New Roman* dimensione 8pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).



Immagine 77 (disponibile per il *download*)

3.1.14 Copertina CD / DVD

CD

Sfondo

Blu istituzionale.

Allineamento al centro:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);

- titolo (*TAHOMA* dimensione 15pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore bianco).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 18pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore bianco).

Piè di pagina con allineamento al centro:

banda color oro istituzionale con altezza mm 10.



Immagine 78 (disponibile per il *download*)

DVD

Sfondo

Blu istituzionale.

Allineamento al centro:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile);
- titolo (*TAHOMA* dimensione 15pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore bianco).

Piè di pagina con allineamento a sinistra:

- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);

- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 18pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore bianco).

Piè di pagina con allineamento al centro:

banda color oro istituzionale con altezza mm 10.



Immagine 79 (disponibile per il *download*)

3.1.15 Segnaposto (format 1)

Sfondo

Blu istituzionale

Allineamento a destra:

emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile).

Allineamento al centro:

- grado e denominazione del relatore (*Times New Roman* dimensione 30pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore bianco);
- ruolo/incarico del relatore (*Times New Roman* dimensione 16pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore bianco);

- banda color oro istituzionale con altezza mm 5.

Allineamento a sinistra:

marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).



Immagine 80 (disponibile per il *download*)

3.1.16 Segnaposto (format 2)

Sfondo

Bianco

Allineamento a destra:

emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile).

Allineamento al centro:

- grado e denominazione del relatore (*Times New Roman* dimensione 30pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero);
- ruolo/incarico del relatore (*Times New Roman* dimensione 16pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero);
- banda color oro istituzionale con altezza mm 5 su una banda color blu istituzionale con altezza mm 15.

Allineamento a sinistra:

marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).



Immagine 81 (disponibile per il *download*)

3.1.17 Segnaporta

Intestazione con allineamento al centro:

- sfondo blu istituzionale;
- numero stanza (*Times New Roman* dimensione 16pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore bianco);

Corpo con allineamento al centro:

- sfondo bianco;
- emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile);
- denominazione EDRC (*Times New Roman* dimensione 14pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero);
- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile).

Piè di pagina con allineamento al centro:

- sfondo blu istituzionale;
- dettagli ufficio (*Times New Roman* dimensione 14pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore bianco);
- ruolo/incarico (*Times New Roman* dimensione 12pt – stile corsivo – interlinea 1,5pt – colore bianco);
- grado e denominazione (*Times New Roman* dimensione 20pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore bianco);



Immagine 82 (disponibile per il *download*)

3.1.18 *Backwall* per videoconferenze/conferenze

Nel corso di videoconferenze (VTC)/conferenze è opportuno identificare l'EDRC con una composizione grafica lineare che riporti univocamente alla denominazione, allo stemma e all'identità di ciascun ente.

Il *backwall* da utilizzarsi per tali esigenza potrà essere proiettato sotto forma di presentazione in *power point*, ovvero essere stampato su un supporto grafico (pannello, striscione, *banner*, etc.) avente lo stesso *layout* ovvero le stesse proporzioni. Le caratteristiche specificate di seguito fanno riferimento al foglio di lavoro in *power point* (diapositiva con orientamento orizzontale).

Intestazione con allineamento a sinistra:

Marchio dell'Esercito con larghezza cm3.

Corpo con allineamento al centro:

- denominazione EDRC (*Times New Roman* dimensione 28pt – stile normale - colore nero);
- striscia con motto dell'EDRC (*Times New Roman* dimensione 14pt – stile normale - colore nero/bianco). Il colore della striscia è quello tradizionale dell'EDRC;
- riferimento storico istituzione EDRC eventuale (*Times New Roman* dimensione 14pt – stile normale - colore nero);
- emblema dell'EDRC con larghezza cm3 (elemento grafico personalizzabile).



Immagine 83 (disponibile per il *download*)

3.2 *SET* PROMOZIONALI

3.2.1 *Banner*/striscioni

Gli impianti grafici dovranno riportare esclusivamente il marchio dell'Esercito Italiano completo di *URL*.



Immagine 84

3.2.2 Bandiere a vela / *banner flag*

Gli impianti grafici dovranno riportare esclusivamente il marchio dell'Esercito Italiano completo di *URL*.



Immagine 85

3.2.3 Gazebo

Le strutture dovranno riportare esclusivamente il marchio dell'Esercito Italiano completo di *URL* sulle pareti esterne e sulla frangia della copertura.



Immagine 86

3.2.4 *Totem* / *roll-up* cm80/100 x cm200

Gli impianti grafici, oltre a presentare gli elementi essenziali individuati in figura, dovranno riportare esclusivamente il marchio dell'Esercito Italiano.



Immagine 87

3.2.5 *Back-drop* cm200 x cm200

Il supporto visivo, da utilizzarsi in occasione di interviste, presentazione di eventi o videoconferenze, dovrà riportare esclusivamente il marchio "Esercito" e la denominazione / pittogramma / logotipo dell'evento.



Immagine 88

3.2.6 Desk promozionale

Gli impianti grafici dovranno riportare esclusivamente il marchio dell'Esercito Italiano completo di *URL*.



Immagine 89

3.2.7 Annullo postale

In occasione di particolari ricorrenze / eventi è facoltà degli EDRC, previa autorizzazione del Vertice d'Area, realizzare annulli postali riportanti emblemi, date e denominazioni di interesse. Gli impianti grafici, oltre a presentare i citati elementi, dovranno riportare tassativamente il marchio dell'Esercito Italiano.



Immagine 90

3.2.8 Poster mm500 x mm700

Presenta i seguenti elementi:

- una cornice (mm50) di colore blu istituzionale con banda oro istituzionale di mm5 sul lato inferiore;
- una cornice (mm30) di colore blu istituzionale sul lato destro;
- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto in cornice in basso a sinistra;
- denominazione EDRC (*TAHOMA* dimensione 18pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore bianco) e emblema dell'EDRC (elemento grafico personalizzabile) posti in cornice in basso a destra;
- URL (*TAHOMA* dimensione 22pt – stile normale – colore bianco) posto in cornice in alto a destra.
- immagine.



Immagine 91 (disponibile per il *download*)



Immagine 92

3.2.9 Tabelle per Musei Storici dell'Esercito

In occasione delle attività connesse con la commemorazione della grande guerra, è stato elaborata un'immagine standard per l'identificazione dei Musei Storici della Forza Armata.



Immagine 93

Tale immagine potrà essere personalizzata per identificare le singole strutture, apponendo la denominazione delle stesse al di sotto del segno grafico.



Immagine 94 (disponibile per il download per ciascun museo)

3.2.10 Comunicato stampa

Intestazione con allineamento al centro:

- 1° livello (*TAHOMA* dimensione 20pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero);
- 2° livello (*TAHOMA* dimensione 18pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero);
- 3° livello (*TAHOMA* dimensione 13pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo comunicato con allineamento al centro:

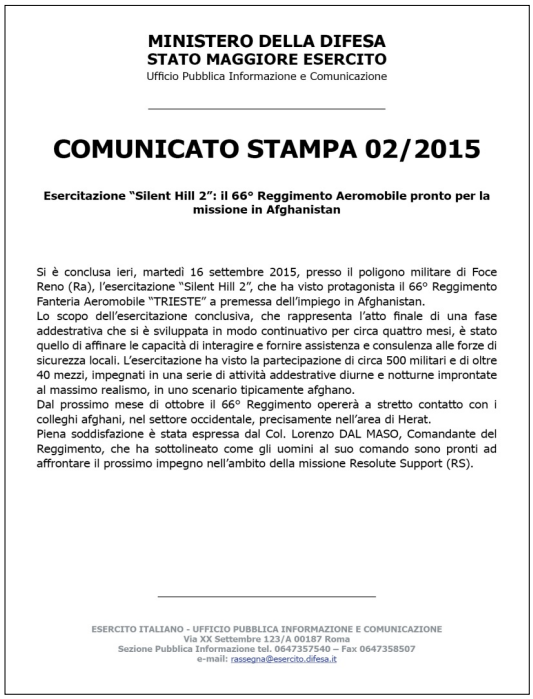
- numero comunicato (*TAHOMA* dimensione 30pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero);
- titolo (*TAHOMA* dimensione 14pt – stile grassetto – interlinea 1,5pt – colore nero).

Corpo comunicato con allineamento giustificato:

comunicato (*TAHOMA* dimensione 14pt – stile normale – interlinea 1,5pt – colore nero).

Piè di pagina con allineamento al centro:

eventuali informazioni di contatto (*TAHOMA* dimensione 10pt – stile grassetto/normale – interlinea 1,15pt – colore grigio).



MINISTERO DELLA DIFESA
STATO MAGGIORE ESERCITO
Ufficio Pubblica Informazione e Comunicazione

COMUNICATO STAMPA 02/2015

Esercitazione "Silent Hill 2": il 66° Reggimento Aeromobile pronto per la missione in Afghanistan

Si è conclusa ieri, martedì 16 settembre 2015, presso il poligono militare di Foce Reno (Ra), l'esercitazione "Silent Hill 2", che ha visto protagonista il 66° Reggimento Fanteria Aeromobile "TRIESTE" a premessa dell'impiego in Afghanistan.
Lo scopo dell'esercitazione conclusiva, che rappresenta l'atto finale di una fase addestrativa che si è sviluppata in modo continuativo per circa quattro mesi, è stato quello di affinare le capacità di interagire e fornire assistenza e consulenza alle forze di sicurezza locali. L'esercitazione ha visto la partecipazione di circa 500 militari e di oltre 40 mezzi, impegnati in una serie di attività addestrative diurne e notturne improntate al massimo realismo, in uno scenario tipicamente afghano.
Dal prossimo mese di ottobre il 66° Reggimento opererà a stretto contatto con i colleghi afghani, nel settore occidentale, precisamente nell'area di Herat.
Piena soddisfazione è stata espressa dal Col. Lorenzo DAL MASO, Comandante del Reggimento, che ha sottolineato come gli uomini al suo comando sono pronti ad affrontare il prossimo impegno nell'ambito della missione Resolute Support (RS).

ESERCITO ITALIANO - UFFICIO PUBBLICA INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE
Via XX Settembre 123/A 00187 Roma
Sezione Pubblica Informazione tel. 0647357540 – Fax 0647358507
e-mail: rassegna@esercito.difesa.it

Immagine 95 (disponibile per il *download*)

3.3 *SET* VEICOLI

L'identità visiva dell'Esercito Italiano passa anche dalla razionalizzazione degli elementi caratterizzanti il parco veicoli. Al riguardo, coerentemente con l'intento di fornire alcune linee guida da ossequiare nell'eterogenea composizione della flotta istituzionale, si dovrà distinguere tra veicoli commerciali e tattici, secondo le indicazioni fornite di seguito. Tali prescrizioni dovranno essere implementate nel processo di approvvigionamento, ovvero, qualora possibile, nel post-produzione.

3.3.1 Veicoli commerciali

In tale categoria saranno ricompresi tutti i veicoli che non trovano diretto impiego tattico / *combat*. Di norma questi sono impiegati per esigenze funzionali / gestionali d'istituto, per esigenze di rappresentanza, per il trasporto collettivo. La livrea che uniformerà i veicoli di futura acquisizione, secondo quanto già disposto dallo Stato Maggiore della Difesa (Direttiva SMD – G – 007), riprende una tonalità di grigio argento metallizzato particolarmente diffusa.

Ad esclusione dei veicoli ad uso rappresentanza (immagine 96), i restanti veicoli di servizio assegnati ad Enti / Organismi / Comandi dell'Area Tecnico – Operativa in uso alla F.A. potranno essere personalizzati con il marchio e l'URL, nella variante cromatica in bianco o nero, nei formati orizzontali o verticali.



Immagine 96



Immagine 97



Immagine 98



Immagine 99



Immagine 100



Immagine 101



Immagine 102

Per i veicoli destinati agli Istituti scolastici (Accademia Militare, Scuola di Applicazione, Scuola Sottufficiali, Scuole Militari) e alla Banda dell'Esercito, è consentita un'ulteriore personalizzazione con l'indicazione della denominazione dell'ente.



Immagine 103

3.3.2 Veicoli tattici

Fatte salve le varianti cromatiche della livrea di veicoli tattici che, necessariamente, rispondono a requisiti di natura prettamente operativa, è opportuno identificare anche questa tipologia di mezzi con il marchio dell'Esercito, nella variante cromatica in nero che, in sostanza, mantiene inalterato il profilo operativo del veicolo. Tale personalizzazione, da effettuarsi con *banner* adesivi ovvero magnetici, potrà essere rimossa qualora i citati mezzi fossero impiegati in teatri operativi, secondo le disposizioni che saranno all'uopo diramate.



Immagine 104



Immagine 105



Immagine 106

3.3.3 Veicoli commerciali – tattici impiegati in operazioni nazionali.

Analogamente a quanto già attuato in passato, è consentita la personalizzazione dei veicoli tattici e commerciali utilizzati nelle operazioni nazionali con la denominazione

dell'attività. Tale personalizzazione, da realizzare all'esigenza con strisce adesive ovvero magnetiche, dovrà riportare la denominazione dell'operazione (ad. Es. "Operazione Strade Sicure") da apporre al di sotto del marchio ovvero in allineamento orizzontale, con le medesime caratteristiche cromatiche già indicate per ciascuna tipologia[5].



Immagine 107



Immagine 108

[5] Marchio nella variante cromatica in bianco o nero per i veicoli commerciali, nella variante in nero per quelli tattici, salvo diversa disposizione delle autorità di Vertice della F.A..

3.4 *SET* SPORTIVI

L'Esercito Italiano promuove, in ogni forma di comunicazione, lo sport quale elemento peculiare della formazione e dell'essere "militare". Per tale esigenza comunicativa è necessario uniformare e rendere facilmente riconoscibile l'immagine dello sportivo militare, sia esso impegnato in competizioni di particolare rilievo (atleti militari), sia esso praticante la quotidiana attività ginnico / addestrativa, sia esso impegnato in attività svolte nell'ambito delle Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD) affiliate all'Esercito Italiano.

Fatte queste preliminari considerazioni sull'opportunità di realizzare capi d'abbigliamento con un *layout* standard per tutti gli appartenenti all'Istituzione, si precisa che la struttura visiva dei capi di abbigliamento che, per ogni esigenza, potranno essere realizzati, dovranno sempre tenere conto degli elementi base dell'identità visiva, già dettagliati al precedente para. 2.. Particolari esigenze di natura grafica (ad. es. approvvigionamento abbigliamento sportivo per atleti militari riportanti a collaborazioni con aziende *sponsor* ovvero realizzazione di capi tecnici di particolare fattura) dovranno essere rappresentate allo SME – V Reparto Affari Generali per la preventiva visione e approvazione del *layout* grafico.

Di seguito alcune esemplificazioni sulle strutture grafiche *standard* dei più comuni capi di abbigliamento (si ritengano vincolanti i colori preminenti, e gli "elementi distintivi", non la foggia di dettaglio e le connotazioni stilistiche che potranno essere significativamente differenti dai modelli che la Forza Armata potrà approvvigionare).

3.4.1 Tuta ginnica

Colori:

- blu scuro (R:23; G:27; B:36);
- blu chiaro (R:66; G:115; B:208).

Elementi distintivi:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto all'altezza del pettorale destro;
- grado posto all'altezza del pettorale sinistro;
- marchio "Esercito" nella versione orizzontale (elemento grafico non personalizzabile) sul fianco destro del pantalone;

- nessuna personalizzazione sul retro della tuta.



Immagine 109

3.4.2 Maglietta a maniche corte

Colore:

Bianco

Elementi distintivi:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto all'altezza del pettorale destro e sul retro della maglietta;
- grado posto all'altezza del pettorale sinistro.



Immagine 110

3.4.3 Pantaloncino

Colore

Blu scuro (R:23; G:27; B:36).

Elementi distintivi

marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto all'altezza della coscia destra.



Immagine 111

3.4.4 Tuta per le Associazioni Sportive Dilettantistiche (A.S.D.)

Colori:

- blu scuro (R:23; G:27; B:36);
- blu chiaro (R:66; G:115; B:208).

Elementi distintivi:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto all'altezza del pettorale destro;
- denominazione A.S.D. e denominazione/marchio eventuale sponsor;
- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) sul fianco destro del pantalone;
- nessuna personalizzazione sul retro della tuta.



Immagine 112

3.4.5 Maglietta a maniche corte per le A.S.D.

Colore:

Bianco

Elementi distintivi:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto all'altezza del pettorale destro e sul retro della maglietta;
- denominazione A.S.D. posta all'altezza del pettorale sinistro;
- denominazione / marchio eventuale sponsor su uno o entrambi i lati.



Immagine 113

3.4.6 Pantaloncino per le A.S.D.

Colore:

Blu scuro (R:23; G:27; B:36).

Elementi distintivi:

- marchio "Esercito" (elemento grafico non personalizzabile) posto all'altezza della coscia destra;
- denominazione A.S.D. e denominazione/marchio eventuale sponsor posti all'altezza della coscia sinistra.



Immagine 114

4. NORME PER LA CONCESSIONE DEGLI EMBLEMI DELL'ESERCITO ITALIANO

4.1 ELEMENTI GIURIDICI

Le denominazioni, il marchio, gli stemmi e gli emblemi costituiscono dei beni giuridici immateriali, oggetto di diritto di proprietà industriale e rilevano come elementi della personalità del soggetto giuridico al quale si riferiscono.

L'ordinamento giuridico vigente riconosce anche alle Forze Armate, quali soggetti di diritto pubblico, il diritto al proprio nome (secondo il principio generale di cui all'art. 6 del Codice Civile) ed il diritto di proprietà del marchio nonché delle denominazioni e dei segni distintivi: il vigente Codice dell'Ordinamento Militare (D. Lgs n. 66/2010, art. 300 comma 1) riconosce in capo alle FF.AA. il diritto di proprietà ed il correlato diritto all'uso esclusivo delle proprie denominazioni nonché dei propri marchi, stemmi, emblemi, simboli e di ogni altro segno distintivo.

In questo quadro, *"… Il Ministero della difesa, anche avvalendosi della Difesa Servizi s.p.a. di cui all' articolo 535, può consentire l'uso anche temporaneo delle denominazioni, degli stemmi, degli emblemi e dei segni distintivi, in via convenzionale"*. L'Amministrazione della Difesa è pertanto autorizzata dalla citata norma giuridica a conferire apposito mandato alla *società in house* del Ministero della Difesa, denominata "DIFESA SERVIZI" s.p.a.[6], per la negoziazione e la conclusione con soggetti terzi di specifici atti di autonomia privata detti "convenzioni" (negozi giuridici bilaterali a contenuto patrimoniale) finalizzati alla valorizzazione dei segni distintivi delle Forze Armate. L'attività negoziale in questione dovrà essere realizzata nel rispetto dei principi e delle prescrizioni, sia sostanziali che procedurali, statuiti dalla normativa in materia (d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 e D.P.R. 15 novembre 2012 n.236 vigente ai sensi dell'art.216 co.20 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50). I negozi

[6] La concessione stipulata tra E.I. e Difesa Servizi nel 2011 stabilisce, nelle premesse, che *"la Società Difesa Servizi è stata costituita allo scopo di svolgere attività negoziale diretta all'acquisizione di beni mobili, servizi e connesse prestazioni strettamente correlate allo svolgimento dei compiti istituzionali dell'A.D., non direttamente correlate all'attività operativa delle F.A., al fine di valorizzare beni ed attività di pertinenza del M.D. e di ogni sua articolazione"*.

giuridici siffatti produrranno, dal lato del contraente esterno all'A.D., l'effetto traslativo del diritto di utilizzare i segni distintivi oggetto dell'atto convenzionale (concessione d'uso dei marchio/marchi/emblemi/denominazioni) per la categorie merceologiche ed entro i limiti esplicitati nel contenuto dell'atto convenzionale, mentre dal lato del contraente *in house* del M.D. produrranno l'effetto costitutivo del diritto ad ottenere, quale controprestazione obbligatoria, il versamento a favore della F.A. (Esercito) di corrispettivi pecuniari. I fondamenti normativi di detto potere convenzionalmente conferito a DIFESA SERVIZI s.p.a. sono rintracciabili nell'art. 2573 del Codice Civile[7] e nell'art. 23 del D. Lgs. n. 30/2005[8].

Per quanto attiene all'oggetto delle concessioni, in osservanza del Decreto Ministeriale 25 luglio 2012 n. 162 (Regolamento recante individuazione delle denominazioni, degli emblemi e degli altri segni distintivi del Forze Armate), gli emblemi riconducibili alla F.A. sono indicati nel "*Catalogo dei distintivi autorizzati nella Forza Armata,* ed. 2012".

4.2 UTILIZZO DEGLI EMBLEMI DELL'ESERCITO DA PARTE DI EDRC

Di norma l'utilizzo di emblemi da parte degli EDRC dell'Esercito ha finalità istituzionali di natura promozionale (eventi, comunicati stampa) ovvero didattica e informativa (conferenze, presentazioni, corsi). In questi casi, salvo quanto già prescritto sul posizionamento dello stemma araldico e del marchio dell'Esercito (paragrafo 2.) e sulle realizzazioni grafiche (paragrafo 3.), ciascun Vertice d'Area/Alto Comando[9] potrà autorizzare l'utilizzo degli emblemi della F.A. esclusivamente per le attività

---

[7] C.C., art. 2573. Trasferimento del marchio: " *Il marchio può essere trasferito o concesso in licenza per la totalità o per una parte dei prodotti o servizi per i quali è stato registrato, purché in ogni caso dal trasferimento o dalla licenza non derivi inganno in quei caratteri dei prodotti o servizi che sono essenziali nell'apprezzamento del pubblico. Quando il marchio è costituito da un segno figurativo, da una denominazione di fantasia o da una ditta derivata, si presume che il diritto all'uso esclusivo di esso sia trasferito insieme con l'azienda."*

[8] D. Lgs n. 30/2005, art. 23. Trasferimento del marchio. "1. Il marchio può essere trasferito per la totalità o per una parte dei prodotti o servizi per i quali è stato registrato.

[9] Secondo la recente riorganizzazione in vigore dal 1 ottobre 2016, i Vertici di F.A. sono individuati in: COMFOTER/COE, Comando Militare della Capitale, COMFORDOT, COMLOG, COMFOP NORD, COMFOP SUD, COMTA, NRDC-IT, COMFOTER SUPPORTO.

comunicative rivolte a un pubblico esterno che non prevedono alcuna finalità commerciale[10].

Qualora le iniziative che presuppongono l'utilizzo degli emblemi dell'Esercito investano aspetti di natura commerciale, queste dovranno essere valutate dallo Stato Maggiore dell'Esercito - V Reparto Affari Generali che, peraltro, provvederà a acquisire il parere preliminare della Difesa Servizi S.p.A.. Quest'ultima provvederà, eventualmente, ad attivare le procedure volte a regolare gli aspetti commerciali dell'iniziativa proposta.

4.3 UTILIZZO DEGLI EMBLEMI DELL'ESERCITO IN ATTIVITÀ CHE PREVEDONO IL COINVOLGIMENTO DI SOCIETÀ TERZE

Le proposte di collaborazione in argomento dovranno essere preventivamente vagliate da parte del singolo EDRC interessato, sia se si riferiscano a scopi essenzialmente economici sia che attengano a scopi non economicamente valutabili (scopi morali), ma in grado di fornire un significativo risalto positivo dell'immagine della F.A. presso l'opinione pubblica.

Il criterio preliminare di valutazione dell'ammissibilità della proposte di collaborazione in argomento, sia di quelle economicamente apprezzabili sia delle altre, è quello della tutela del nome e dell'immagine istituzionale della F.A. presso l'opinione pubblica. In questo senso, la valutazione di ammissibilità, dal punto di vista comunicativo, dovrà orientarsi in senso positivo quando i contenuti di una proposta di collaborazione con la F.A. appaiano "favorevoli" rispetto all'esigenza imprescindibile di protezione dell'immagine pubblica dell'Esercito.

Viceversa, qualora la proposta di collaborazione abbia un contenuto potenzialmente negativo per l'immagine dell'istituzione militare ovvero suscettibile di ricadute negative sul piano della considerazione pubblica della Forza Armata, non si dovrà dare alcun seguito all'iter autorizzativo per la concessione in uso degli emblemi della Forza Armata.

---

[10] Per le attività comunicative "interne" non è necessaria alcuna autorizzazione da parte del Vertice d'Area / Alto Comando.

4.3.1 Finalità commerciali e procedimento

Nell'ipotesi di proposta di collaborazione con finalità commerciali o economicamente apprezzabili e priva di un prevalente scopo benefico/assistenziale/caritativo o simile, la domanda dovrà essere in primo luogo valutata dall'EDRC interpellato per la fornitura del supporto richiesto, alla stregua dei criteri sopra evidenziati. Successivamente, l'istanza con il correlato parere di detto EDRC dovrà essere sollecitamente inviata al Vertice d'Area/Alto Comando di appartenenza che provvederà ad esaminarli ed formulare un ulteriore parere. Infine, l'intera pratica dovrà pervenire allo Stato Maggiore dell'Esercito - V Reparto Affari Generali, per la valutazione finale della Forza Armata ed il successivo inoltro a DIFESA SERVIZI s.p.a. per il seguito di pertinenza (redazione degli atti negoziali con il soggetto proponente volti a regolare gli aspetti economici della collaborazione)[11]. Nel caso di collaborazioni di esiguo valore ovvero nei casi in cui la società *sponsor* si rende disponibile esclusivamente a fornire beni e servizi e non a versare denaro, questo Stato Maggiore potrà valutare la possibilità di procedere alla stipula di specifici atti negoziali che esulino dalla convenzione con Difesa Servizi S.p.A..

4.3.2 Finalità "morali" e procedimento

Qualora l'istanza di collaborazione attenesse ad uno scopo morale, nel senso sopra precisato, la valutazione di ammissibilità della proposta di collaborazione, da parte dell'EDRC competente, dovrà consistere nella valutazione dell'idoneità della proposta di collaborazione a fornire una positiva ricaduta per il nome e l'immagine istituzionale

---

[11] In aderenza al disposto del art. 300 comma 1 Cod. Ord. Mil., il Ministero della Difesa ha stipulato con DIFESA SERVIZI s.p.a. un "contratto di servizio", volto a regolare i rapporti tra il Dicastero e la Società predetta. Successivamente ed in attuazione di detto "contratto", in data 20.12.2011 l'Esercito italiano ha stipulato con la predetta S.p.A. una convenzione per la promozione e la gestione economica dei propri segni distintivi. L'art. 1 di detta convenzione indica nella concessione lo strumento giuridico per la citata promozione e gestione economica, prevedendo altresì l'autorizzazione alla stipula di contratti di valorizzazione con terzi da parte della predetta Società. Il coinvolgimento della Difesa Servizi S.p.A. è obbligatorio per collaborazioni con un valore stimato di oltre Euro 100.000,00 ovvero nel caso in cui la fattispecie commerciale sia già regolata da una convenzione pattuita tra l'Esercito Italiano e la prefata società *in house* della Difesa. Qualora la collaborazione non sia di interesse per la Difesa Servizi S.pA., la stessa potrà essere inquadrata nell'ambito delle iniziative di permuta di beni e/o servizi.

della Forza Armata. Infatti, nel caso di finalità di primaria rilevanza sociale, la Forza Armata non chiederà alcun corrispettivo per la concessione dell'uso dei propri marchio/stemmi/denominazioni, a condizione che la collaborazione proposta appaia idonea a produrre una positiva ricaduta sul piano dell'immagine pubblica dell'istituzione militare. Viceversa, nel caso di indifferenza della proposta collaborativa sul piano della promozione dell'immagine al pubblico, la proposta di collaborazione non sarà tale da giustificare la concessione di uso gratuito dei segni distintivi oggetto di privativa industriale e caratterizzanti l'identità della Forza Armata.

Successivamente, l'istanza con il correlato parere di detto EDRC dovrà essere inviata al Vertice d'Area/Alto Comando che provvederà ad esaminarli e a:

- decretare o meno l'autorizzazione all'utilizzo degli emblemi nel caso in cui l'attività abbia connotazione locale, verificando preliminarmente i contenuti comunicativi (testi, grafiche, realizzazioni audio/video) associati all'iniziativa;
- formulare un ulteriore parere qualora l'iniziativa abbia rilievo nazionale per lo Stato Maggiore dell'Esercito - V Reparto Affari Generali che, conseguentemente, provvederà a rendere note le decretazioni delle S.A..

4.3.3 Divieti

Sono tassativamente da rigettare le richieste di collaborazione suscettibili di diffondere al pubblico, sia a mezzo della commercializzazione sia a mezzo della reclamizzazione e/o della sponsorizzazione, beni o servizi vietati dalla legge ordinaria ovvero contrari all'ordine pubblico o al buon costume (in applicazione del principio generale civilistico ex art. 1343 Codice civile – *"della causa del contratto"*). In particolare, sono vietate le eventuali forme di collaborazione finalizzate a divulgare pubblicamente messaggi violenti, faziosi o discriminatori sul piano del genere, della razza, delle convinzioni politiche o filosofiche, del credo religioso professato, delle condizioni sociali o fisiche e personali. Sono da proscrivere, inoltre, le eventuali forme collaborative con le quali si tenda ad associare il marchio, le denominazioni, i simboli della Forza Armata con l'industria di sfruttamento della pornografia, ovvero destinate a veicolare al pubblico la diffusione del consumo di superalcoolici, tabacchi, sostanze stupefacenti o psicotrope (ex legge n. 52/1983 e legge n. 223/1990 e rispettive successive integrazioni e modifiche).

5. PRODUZIONE E VENDITA DI PRODOTTI A MARCHIO ESERCITO

Esclusivamente per gli aspetti di natura visiva, è opportuno fornire un quadro sintetico delle prescrizioni / linee guida attinenti alla produzione e alla commercializzazione di prodotti riportanti il marchio o altri emblemi dell'Esercito.

5.1 PRODUZIONE / ACQUISIZIONE PRODOTTI A FINI ISTITUZIONALI

Gli EDRC della Forza Armata hanno la facoltà di ordinare la produzione e/o di acquisire prodotti di qualsiasi categoria merceologica riportanti emblemi di proprietà dell'Esercito per fini istituzionali (no fini di lucro). Fatte salve le prescrizioni di natura grafica contenute nei precedenti paragrafi, le procedure di approvvigionamento dei citati prodotti dovranno avvenire secondo le ordinarie procedure negoziali di scelta del contraente, fatta eccezione per le linee di prodotto che, in virtù della convenzione[12] in essere tra l'Istituzione e la società Difesa Servizi S.p.A., rientrano tra le produzioni delle società licenziatarie / sub-licenziatarie preventivamente "congruite" e approvate dallo Stato Maggiore dell'Esercito secondo principi di qualità ed economicità. I prodotti in argomento potranno essere utilizzati per finalità promozionali (*gadget*) ovvero per esigenze correlate al benessere del personale o alla rappresentanza.



Immagine 115

[12]Art. 3 della convenzione relativa alla "Promozione e gestione economica dei marchi, denominazioni, stemmi, emblemi e segni distintivi dell'Esercito" e successivi atti aggiuntivi.

5.2 PRODUZIONE A FINI COMMERCIALI

La produzione di prodotti riportanti emblemi di proprietà dell'Esercito per fini commerciali è sempre subordinata alla valutazione preventiva e alla successiva stipula di un atto negoziale con la società Difesa Servizi S.p.A..

Esclusivamente per la realizzazione e personalizzazione delle linee di prodotto realizzate per la distribuzione al commercio è autorizzato l'uso del marchio registrato "Esercito 1659". Tale emblema è proscritto per gli usi istituzionali e promozionali.



Immagine 116

GLOSSARIO

Area di rispetto	Superficie libera da prevedere intorno al marchio. Nessun elemento (testo, immagini, illustrazioni, ecc.) potrà essere inserito all'interno di quest'area.
***Banner*/striscione**	E' una forma di pubblicità che consiste in un'immagine a striscia, spesso posta in prossimità di un dispositivo promozionale più ampio.
Comunicazione Organizzativa o Comunicazione Integrata	La comunicazione organizzativa (o comunicazione integrata) è l'insieme di tutte le iniziative comunicative, volontarie e involontarie, che un'organizzazione intraprende in diversi ambiti per inserirsi nel mercato, mantenere la sua posizione e creare un'immagine, coerentemente con i suoi obiettivi, verso l'utente finale. Prevede l'impiego coordinato degli strumenti di comunicazione (pubblicità, posta diretta, eventi, ecc), e dei vari canali di comunicazione, secondo un piano prestabilito, in modo che le varie azioni di comunicazione si supportino a vicenda.
Dimensioni minime	Dimensioni al di sotto delle quali un marchio diventa poco leggibile / riconoscibile.
Font	Insieme di caratteri tipografici caratterizzati e accomunati da un certo stile grafico o intesi per svolgere una data funzione.
Layout	Termine usato per indicare la distribuzione di immagini, testi, colori, secondo schemi o progetti grafici.
Logo/Logotipo	E' la parte leggibile e pronunciabile di un marchio, il segno alfabetico con cui si scrive il nome della marca. In pratica la firma visiva di un *brand*. Il logotipo è un segno verbale che appartiene ai logogrammi e la comunicazione visiva classifica i logogrammi in: "monogrammi" (quando è presente un unico segno), "tipogrammi" (quando i caratteri sono già

	esistenti), "logotipi" (quando i caratteri sono nuovi, ideati *ad hoc*). Ogni logotipo ha un particolare *lettering*, cioè un carattere tipografico *(font*).
Marchio/*Brand*	"Marca" o "marchio di fabbrica" attraverso il quale l'azienda contraddistingue l'organizzazione e/o il proprio prodotto. Di norma si compone di un segno/pittogramma e/o di un logotipo.
Merchandising	Insieme di attività e di azioni aventi lo scopo di promuovere la vendita di una determinata linea di prodotti, o anche di un solo prodotto (accezione ristretta), utilizzando un *brand* o un prodotto noto.
Payoff	L'elaborazione verbale che sintetizza il posizionamento dell'azienda o del prodotto a cui si riferisce. Accompagna, solitamente, il marchio.
Pittogramma	Parte simbolica di un marchio, l'emblema non leggibile e non pronunciabile che rimanda all'impresa. Il pittogramma riproduce graficamente l'oggetto rappresentato.
Stemma araldico	Emblema araldico con figure simboliche che contrassegna famiglie nobili, stati, magistrature, enti e simili.
Totem/Roll-Up/Backdrop	Realizzazioni promozionali rigide (*totem*), avvolgibili (*roll-up e backdrop*) riportanti grafiche e marchi aziendali.
URL	Nella terminologia delle telecomunicazioni e dell'informatica è una sequenza di caratteri che identifica univocamente l'indirizzo di una risorsa *internet*.
Vision	Descrizione di quello che l'organizzazione intende diventare in un tempo ben definito, in base a valori di base, aspirazioni e ideali.