

PROGETTO DELL'IDENTITÀ VISIVA PER UNA SOCIETÀ SPORTIVA CALCISTICA

LORENZO GUIDOTTI

Studente
Lorenzo Guidotti

Relatore
Nicolò Sardo

Tesi di laurea
Progetto dell'identità visiva per una società sportiva calcistica

Università degli studi di Camerino

Scuola di Ateneo di Architettura e Design Eduardo Vittoria
Ascoli Piceno

Corso di laurea in Disegno Industriale e Ambientale
Anno accademico 2017 - 2018



**PROGETTO DELL'IDENTITÀ VISIVA
PER UNA SOCIETÀ SPORTIVA CALCISTICA**

Lorenzo Guidotti

PROGETTO DELL'IDENTITÀ VISIVA PER UNA SOCIETÀ SPORTIVA CALCISTICA



Università degli studi di Camerino
Scuola di Ateneo di Architettura e Design Eduardo Vittoria - Ascoli Piceno
Corso di laurea in Disegno Industriale e Ambientale
Anno accademico 2017-2018
Studente: Lorenzo Guidotti
Relatore: Nicolò Sardo





INDICE

Il progetto visivo	7
<i>Il Brand</i>	8
<i>Identità visiva squadre</i>	10
<i>Logo</i>	11
<i>Divise</i>	12
<i>Merchandising</i>	13
<i>Store</i>	14
<i>Sito</i>	15
Esempi di Rebranding	17
<i>La ricerca</i>	18
<i>Atletico Madrid</i>	20
<i>Cagliari</i>	24
<i>Empoli</i>	28
<i>Inter</i>	32
<i>Juventus</i>	36
<i>Manchester City</i>	40
<i>Paris Saint Germain</i>	44
<i>Real Madrid</i>	48
<i>Roma</i>	52
<i>West Ham</i>	56
Rebranding Ascoli Calcio	61
<i>Storia del Club</i>	62
<i>I loghi del passato</i>	70
<i>Il logo di domani</i>	74
<i>Elementi progettuali</i>	76
<i>Varianti</i>	77
<i>Prove di leggibilità</i>	78
<i>Elaborati a stampa</i>	79
<i>Divise</i>	83
<i>Pullman</i>	87
<i>Sito Web</i>	88
<i>Store</i>	92
<i>Merchandising</i>	93



IL PROGETTO VISIVO

Il Brand

“IL BRAND È L'INSIEME DI PERCEZIONI NELLA MENTE DEI CONSUMATORI”

L'insieme di caratteristiche uniche e originali con cui un'azienda o un'organizzazione vorrebbe essere riconosciuta.

L'identità di un brand è come l'azienda vorrebbe essere percepita all'esterno, nel mercato.

L'identità visiva è l'insieme degli elementi grafici che identificano un'attività o un marchio e che può essere utilizzato in tanti ambiti diversi.

In altre parole, l'identità visiva o visual identity è quella parte dell'immagine dell'azienda che viene veicolata da supporti visivi.

Permette di distinguersi dai concorrenti tramite pochi elementi inconfondibili come il logo, i colori, i caratteri e le forme delle scritte.

È una parte fondamentale perché traduce in immagine i valori e la personalità dell'azienda.

Ogni attività ha la necessità di distinguersi dalle concorrenti e usare colori e simboli casuali è quasi peggio di essere completamente anonimi.

Nel commercio come nelle interazioni umane scegliamo ciò che ci ha colpito, e la reputazione dell'azienda passa anzitutto dall'immagine.



Identità visiva squadre

Una delle soluzioni di marketing maggiormente utilizzate oggi dalle società sportive è il REBRANDING.

Con il termine rebranding identifichiamo l'insieme di azioni con cui i managers di un'azienda apportano delle significative modifiche al brand al fine di riposizionare il prodotto sul mercato differenziandolo da quello dei competitors e rendendolo maggiormente attraente.

Nel caso del settore calcistico, le politiche di rebranding riguardano in particolare le modifiche che possono essere apportate alla denominazione societaria, al logo del club, al suo motto storico o ai colori della divisa da gioco.

In questo modo i vertici societari effettuano un restyling del look, più o meno accentuato, cercando di intervenire sulla percezione che i tifosi e soprattutto i semplici appassionati di sport sparsi per il mondo ne possano avere.

Recentemente diverse squadre professionistiche di calcio hanno modificato la loro identità visiva.

Per ragioni di marketing o solamente per ringiovanire l'aspetto del club, sono stati rivisti i loghi rendendoli più semplici, identificabili e personalizzati. Non sempre però, il risultato di miglioramento è così evidente ed efficace.



Logo del Torino degli anni '80



Logo del Torino ridisegnato negli anni 2000.

Logo

Un logo è la figura, che solitamente rappresenta un prodotto, un servizio, un'azienda, un'organizzazione, un gruppo musicale o altro ancora.

Tipicamente è costituito da un simbolo o da una rappresentazione grafica di un nome o di un acronimo che prevede l'uso di un lettering ben preciso.

Nel caso delle squadre di calcio, essendo rappresentative in tutta la nazione e talvolta anche in Europa, della città di provenienza; sono stati adottati loghi con caratteristiche uguali a quelli che sono gli stemmi del passato rappresentanti il comune di nascita.

Naturalmente tutte le squadre con l'e-

voluzione e con i cambiamenti di necessità hanno dovuto modificare le vecchie insegne.

In quasi la totalità dei casi che analizzeremo, però, bisogna evidenziare come i designer abbiano fatto riferimento agli stemmi originali per rimanere legati alla storia e all'identità del luogo di fondazione.

Non sempre il ringiovanimento può sembrare così stravolgente, le piccole modifiche talvolta però possono essere più efficaci di un logo totalmente nuovo.



Il giglio è il simbolo della città di Firenze



Stemma della Fiorentina calcio che contiene il simbolo del giglio.

Divise

Oltre ai loghi, la caratteristica più ricordata di una squadra di calcio è senz'altro il colore delle sue magliette.

In Italia ogni città, paese e borgo ha come tradizione simboli e colori del tutto caratteristici che permettono la riconoscibilità di ogniuno.

Questo ha permesso ad ogni squadra di adottare il proprio colore/i con ogni tipo di abbinamento possibile.

Anche i colori e soprattutto le fantasie utilizzate sono variate a causa di restyling e vicissitudini.

La prima maglia, utilizzata nelle partite in casa, utilizza sempre i colori del logo e della società mentre, la seconda deve per

regolamento essere un colore totalmente differente per avere la certezza che le squadre siano sempre ben riconoscibili in campo.



Prima maglia del Barcellona per l'anno 2018.



Seconda maglia del Barcellona per l'anno 2018.

Merchandising

Con il termine merchandising ci si riferisce anche al rapporto economico e giuridico con il quale il titolare di un marchio concede a terzi il diritto di sfruttare il marchio stesso in ambiti merceologici diversi da quelli in cui il titolare stesso lo ha originariamente utilizzato.

Tutti i club odierni devono far fronte a molte spese, la gestione della società richiede flussi di guadagno costanti per permettere alla società di andare avanti.

Oltre alle classiche fonti di guadagno, una che permette alla società lucro e allo stesso momento di espandere il proprio nome è quello del merchandising.

Non solo le magliette e le tute, le squa-

dre inseriscono il loro logo in qualsiasi supporto che può essere acquistato dal tifoso, la lista è infinita e si può trovare veramente qualsiasi oggetto personalizzato dalla società.



Bottiglia di vino personalizzata del Napoli.



Coperte personalizzate con il brand AC Milan.

Store

Il merchandising delle società viene venduto nei negozi che gli stessi hanno aperto non solo nella città di appartenenza ma anche talvolta in tutto il mondo.

I negozi sono altamente personalizzati e rendono la visita agli stessi una vera e propria immersione nel club, nella sua storia, nel suo modo di fare gruppo e fanno sentire il tifoso parte integrante del club.



Borussia Dortmund store davanti lo stadio di proprietà del club.

Sito

Per il tifoso è importante vivere la quotidianità della squadra, le news, le informazioni, avere in tempo reale un contatto diretto con il proprio club.

Oggi c'è la possibilità di essere sempre in contatto con internet, semplicemente esplorando il sito web della società.

Un sito web o sito Internet è un insieme di pagine web correlate, ovvero una struttura ipertestuale di documenti che risiede tramite hosting su un server web, raggiungibile dall'utente finale attraverso un comune motore di ricerca e/o un indirizzo web tramite web browser.

Ogni club possiede il proprio sito che è fondamentale per essere rintracciabile e avere visibilità a livello mondiale.



Esempio dell'home page del sito web della SS Lazio.



ESEMPI DI REBRANDING

La ricerca

Per affrontare un progetto di design, prima di tutto, bisogna sondare il mercato e studiare attentamente i progetti più significativi che oggi sono applicati.

Avendo la necessità di essere identificabile a livello internazionale, abbiamo preso come esempi i principali club Italiani ed Europei che recentemente hanno ristrutturato la loro immagine.

Gli elementi dell'identità visiva di queste squadre che sono stati oggetto di esame sono i più significativi, quegli elementi che giornalmente possiamo vedere.

E' emerso che il punto chiave che lo stemma deve avere è la semplicità, la stilizzazione, la riconoscibilità.

Mantenere il legame con il passato però è altrettanto importante in quanto il logo deve essere sempre riconducibile alla società e alla città di appartenenza.



Atletico Madrid

Il Club Atletico Madrid è un gruppo sportivo spagnolo con sede a Madrid fondata il 26 aprile 1903 da alcuni studenti baschi residenti a Madrid.

Il soprannome più comune dei giocatori è quello di colchoneros, alla lettera "materassai", in quanto il colore e la foggia delle uniformi della squadra erano analoghi a quelle delle tele che all'epoca rivestivano i materassi.

Rimanendo fedele a quello originale, il nuovo stemma dell'Atletico risulta semplificato innanzitutto nei colori: tolti tutti quelli che non fanno parte della storia del club, come il verde e marrone dell'albero, il bordo giallo e il nero dell'orso.

Rimangono il bianco e il rosso delle maglie insieme al blu dei pantaloncini.

Il nuovo design, poi, prevede che albero e orso siano più stilizzati, ma cambia anche la forma del nuovo stemma che, abbandonata quella pentagonale, appare ora più arrotondata, in ricordo del logo originario, di quando il club si chiamava Athletic de Madrid.

Il logo viene utilizzato sempre negli stessi colori anche se, la superficie su cui viene applicato cambia tonalità. Avendo una forma semplice e all'interno contenendo pochi elementi, anche se scalato risulta sempre leggibile e chiaro.

Non avendo una parte testuale è difficilmente riconducibile alla squadra spagnola. Disegnato da Bruno Sellès proprietario dello studio grafico Vasava con sede a Barcellona.



Vecchio logo dell'Atletico Madrid usato dal 1970.



Nuovo logo dell'Atletico Madrid utilizzato dal 2017.



1917



1950



1970



2016



2017



Prima maglia dell'Atletico Madrid per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia dell'Atletico Madrid per la stagione 2018/2019.



Cappello personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Tazza personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale dell'Atletico Madrid.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Cagliari

Il Cagliari Calcio è una società calcistica italiana con sede nella città di Cagliari, in Sardegna.

Fu fondato nel 1920 ed è la più importante squadra dell'isola, l'unica ad aver militato in Serie A, di cui tuttora fa parte.

Anche restando fedele al passato con il mantenimento delle quattro teste di moro, simbolo del Regno di Sardegna, nel 2015 il Cagliari ha eseguito un restyling della sua identità visiva.

Il logo è stato soggetto a profondi cambiamenti con la figura dei quattro mori, simbolo di appartenenza e radicalizzazione al territorio sardo, portati al centro del nuovo scudetto.

La scritta Cagliari è stata ingrandita e colorata di bianco per essere sempre ben visibile.

E' stata abbandonata la forma circolare per riabbracciare la storica triangolare.

Il logo è ben visibile essendo pulito e ordinato.

Lo sfondo con colori scuri mette in risalto il nome del club e la figura dei mori.

Anche se scalato o variato nelle dimensioni è estremamente riconoscibile e identificabile.



Vecchio logo del Cagliari usato dal 1996.



Nuovo logo del Cagliari in uso dal 2015.



1920



1970



1992



1996



2015



Prima maglia del Cagliari per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia del Cagliari per la stagione 2018/2019.



Tazza personalizzata con il nuovo logo della squadra.

Zaino personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale del Cagliari calcio.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Empoli

L'Empoli Football Club, noto come Empoli, è una società calcistica italiana con sede nella città di Empoli.

Fondato nel 1920, fa parte del ristretto gruppo di club non facenti capo a capoluogo di provincia.

Nel 2013, l'Empoli stravolge il suo logo dando nuova visibilità alla squadra.

Viene abbandonata la collegiata di Sant'Andrea, cattedrale della città in provincia di Firenze, per lasciare spazio alle lettere FCE sovrapposte.

La parte superiore è rimasta invariata ad eccezione dell'utilizzo di un font di scrittura più moderno.

Il logo è ben visibile essendo pulito e ordinato e, anche se reso molto piccolo non si fa difficoltà a riconoscerlo.

La scritta fina e posta in alto però, si perde leggermente a causa delle grosse lettere EFC poste nella parte sottostante.

La realizzazione grafica, voluta dalla società per riappropriarsi di una storia importante, è stata curata dall'Ufficio Marketing con Rebecca Corsi, figlia del Presidente Fabrizio, da diversi anni ormai nell'organigramma societario, ha curato lo sviluppo del nuovo logo, accompagnata da Massimiliano Ciabattini, fotografo e grafico societario.



Vecchio logo dell'Empoli usato dal 2010.



Nuovo logo dell'Empoli in uso dal 2013/2014.



1920

1940



1945

1950



1960

1970



1980

1990



2000

2010



Prima maglia dell'Empoli per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia dell'Empoli per la stagione 2018/2019.



Tazza personalizzata con il nuovo logo della squadra. Cover personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale dell'Empoli calcio.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Inter

Il Football Club Internazionale Milano, meglio conosciuto come Inter, è una società calcistica per azioni italiana con sede a Milano.

Fondato nel 1908 da un gruppo di soci dissidenti del Milan, il club ha sempre militato nella massima serie del campionato nazionale dalla propria stagione di debutto.

Indossa una divisa a strisce verticali nerazzurre, a parte una breve parentesi nel 1928 quando adottò una maglia bianca rossocrociata.

Nel 2014 anche l'Inter ha provveduto alla modernizzazione del suo logo.

Il nuovo marchio cerca di semplificare quello esistente unendo le bande esterne nere e blu.

La scritta è stata ingrandita e sistemata

in modo da riempire proporzionalmente lo spazio dedicato.

C'è stato un grande avvicinamento al passato, infatti, i grafici si sono basati sul logo originale del 1908, riempiendolo con i colori sociali.

Il logo non subisce variazioni di colore anche se, la tonalità del supporto cambia.

La scritta bianca con fondo oro non è ben identificabile ma, la disposizione storica lo rende riconoscibile anche ai meno esperti.

Il lavoro di semplificazione è ben riuscito e lo rende più ordinato e proporzionato.

La creazione di questo logo è da attribuire alla Leftloft, studio grafico con studi in Milano e New York.



Vecchio logo dell'Inter usato dal 2007 al 2014.



Nuovo logo dell'Inter in uso dal 2014.



1908



1948



2007



2014



Prima maglia dell'Inter per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia dell'Inter per la stagione 2018/2019.



Cappello personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Portachiavi personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale dell'Inter.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Juventus

Fondata nel 1897 da un gruppo di studenti liceali, la Juve, è il secondo club calcistico per anzianità tra quelli tuttora attivi nel Paese.

È il più titolato e con maggiore tradizione sportiva FIGC, oltretutto uno dei più blasonati al mondo.

Milita nel campionato di Serie A sin dall'esordio nel 1900.

Dopo aver esordito in divisa rosanero, nel 1903 adottò l'odierna tenuta di gioco a strisce verticali bianconere.

Nel 2017 ha voltato pagina, cambiando il logo nella sua totalità.

Viene abbandonata la classica forma ovale presente da moltissimi anni sulle magliette della e inserita una J stilizzata formata da solo due linee che rendono la forma pulita e semplice.

Il nome del club viene come "appoggiato" sulla lettera che diventa da sola rappresentante della società.

Il logo essendo estremamente pulito ed ordinato non necessita di varianti e viene inserito in ogni oggetto che la società mette in vendita.

La dimensione può essere variata senza perdere riconoscibilità e chiarezza.

Lo studio grafico Interbrand è l'autore di questo rinnovamento grafico e del nuovo font personalizzato studiato appositamente per Juventus.



Vecchio logo della Juventus usato dal 2004 al 2017.



Nuovo logo della Juventus in uso dal 2017.



1905

1921



1929

1931



1940

1971



1979

1990



Prima maglia della Juventus per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia della Juventus per la stagione 2018/2019.



Agenda personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Cappello personalizzato con il nuovo logo.



Insegna dello store ufficiale del club.

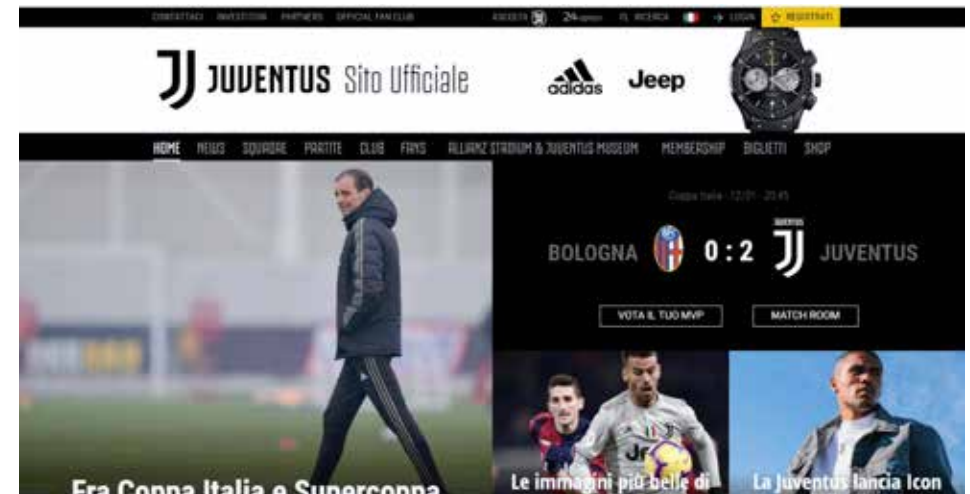


Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.

JUVENTUS FANS

LIGHT	REGULAR	BOLD	INLINE	STRETCHED
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789!*@# abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789!*@# abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789!*@# abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789!*@# abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789!*@#
AaNn GgFf*	AaNn GgFf*	AaNn GgFf*	AaNn GgFf*	ANGF
25	25	25	25	25
Standard weights			Display weights	

Font personalizzato disegnato appositamente per la Juventus.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Manchester City

Il Manchester City Football Club, è una società calcistica inglese con sede nella città di Manchester, militante in Premier League (prima divisione inglese) dal 2002. Nel 1880 fu fondato il West Gorton Saint Marks, si spostò a Hyde Road nel 1894, dove si rifondò con il nome di Manchester City Football Club.

I colori sociali del Manchester City sono il bianco ed il celeste, da cui deriva il soprannome Sky Blues.

Nel 2016 il Manchester City tornò al passato. Dopo i vent'anni in cui sul simbolo ha dominato l'aquila, torna protagonista lo stemma circolare che racchiude lo scudo con l'imbarcazione simbolo dell'economia marittima fortemente sviluppata. Il nome del club è ben leggibile essendo grande e a contrasto sul fondo bianco.

Il colore del logo non viene variato anche in occasione del cambio di colore delle magliette.

È fortemente riconoscibile, grazie alla scritta Manchester e alla presenza della nave color oro. Anche se variato nelle dimensioni la grande scritta e lo rende leggibile. La figura racchiusa nello scudo rimane ordinata e non lo rende confusorio.

Dietro al nuovo stemma del City ci sono le scelte dei tifosi, infatti, il club ha fatto compilare dai propri tifosi all'ingresso dello stadio, un questionario che ha tacciato le linee guida del logo.

Una scelta rivoluzionaria che sicuramente soddisfa la maggior parte dei tifosi.



Vecchio logo del Manchester City usato dal 1993.



Nuovo logo del Manchester City in uso dal 2016.



1964



1974



1993



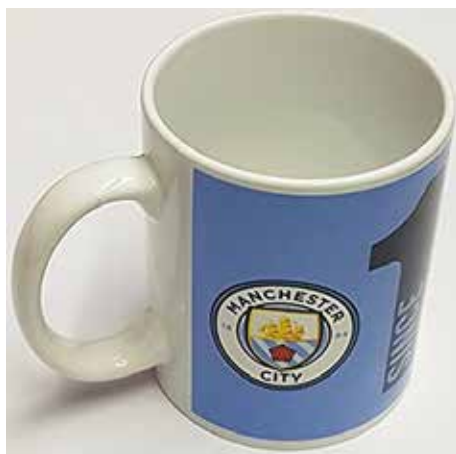
2016



Prima maglia del Manchester City per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia del Manchester City per la stagione 2018/2019.



Tazza personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Zaino personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale del Manchester City.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Paris Saint Germain

Il Paris Saint-Germain, noto più comunemente con la sigla PSG, è una società calcistica francese con sede a Parigi, fondata nel 1970 e militante nella Ligue 1, la divisione di vertice del campionato francese di calcio.

Diversi sono i cambi di look per una squadra relativamente giovane come il Psg che ha solo 30 anni.

Nel 2013 il presidente Nasser Al-Khelaifi rivoluzionando il logo ha voluto legare il nome del club alla città di Parigi e non solo alla periferia di Saint-Germain-en-Laye.

Il nuovo stemma è disegnato con una tonalità di blu più chiara e la parola "Paris" in evidenza, spostando il nome "Saint-Germain" in basso al posto dell'anno di fondazione.

Al centro rimane la Tour Eiffel stilizzata, sotto la quale c'è un giglio dorato, simbolo della città di Saint-Germain e della monarchia francese. Scompare la culla di Luigi XIV, il Re Sole.

Brand Identity totalmente ideato dalla società Dragon Rouge (studio grafico di livello mondiale con sedi nelle 8 più grandi metropoli del mondo – Singapore, San Paolo, New York...).

Il colore del logo non viene variato anche in occasione del cambio di colore delle magliette.

È uno degli stemmi più riconoscibili in assoluto, grazie alla torre rossa e la grande scritta Paris. Anche se variato nelle dimensioni i contrasti dei colori e la sistemazione ordinata degli elementi lo rendono identificabile.



Vecchio logo del Paris Saint Germain usato dal 2002.



Nuovo logo del Paris Saint Germain usato dal 2013.



1970



1972



1982



1992



1996



2002



Prima maglia del Paris Saint Germain per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia del Paris Saint Germain per la stagione 2018/2019.



Tazza personalizzata con il nuovo logo della squadra.

Zaino personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale del Paris Saint Germain.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Real Madrid

Il primo stemma aveva un design semplice composto da un intreccio decorativo delle tre iniziali del club, "MCF" per il Madrid Club de Fútbol, su una medaglia in blu scuro.

Il cambiamento nella configurazione avvenne quando il re Alfonso XIII concesse al club il suo patronato reale, così la sua corona fu aggiunta alla cresta e la squadra si autoproclamò Real Madrid Club de Fútbol.

Con la dissoluzione della monarchia nel 1931, tutti i simboli reali (la corona sulla cresta e il titolo di Real) furono eliminati.

La corona fu sostituita dalla banda di gelsi scuri della Regione di Castiglia.

Due anni dopo la fine della guerra civile, la "Corona reale" fu reintrodotta mentre veniva conservata anche la striscia di gelso di Castiglia.

L'intero stemma è stato reso a colori,

con l'oro, per renderlo più importante e il club è tornato a chiamarsi Real Madrid Club de Fútbol.

La modifica più recente alla cresta si è verificata nel 2001 quando il club ha voluto posizionarsi meglio per il 21 ° secolo e standardizzare ulteriormente il suo stemma.

Una delle modifiche apportate è stata la sostituzione della striscia di gelso con una tonalità più bluastra.

Il nuovo logo è stato progettato e realizzato totalmente dall'ufficio di marketing e comunicazione del club spagnolo.

Il logo subisce cambiamenti cromatici a seconda del supporto a cui viene applicato.

La continuità negli anni lo rende molto riconoscibile e gli permette di risultare sempre molto elegante ed efficace anche se la sua dimensione subisce delle variazioni.



Vecchio logo del Real Madrid usato dal 1997.



Nuovo logo del Real Madrid usato dal 2001.



1905

1907



1909

1920



1931

1941



1997

2001



Prima maglia del Real Madrid per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia del Real Madrid per la stagione 2018/2019.



Cover personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Tazza personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale del Real Madrid.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

Roma

L'Associazione Sportiva Roma, nota anche come AS Roma, è una società calcistica italiana con sede nella città di Roma.

Fondata nel 1927 grazie alla fusione di tre squadre, ha come colori sociali il rosso e il giallo.

Cambio del logo anche per la Roma, avvenuto nel maggio del 2013 in quanto la nuova dirigenza americana scelse di modernizzare lo stemma.

La forma non variò ma, il suo interno fu letteralmente sconvolto.

La tradizionale lupa con Romolo e Remo fu ingrandita e stilizzata rendendola più "fumettistica".

La scritta venne sostituita dalla storica "ASR", utilizzata fin dalla nascita della società, a "Roma" con sotto scritto l'anno di

fondazione della squadra.

Il nuovo stemma raccolse moltissime critiche da parte dei tifosi che preferivano il vecchio simbolo in uso già dagli anni '90.

Il colore del logo non viene variato anche con fondi di colore uguale allo stesso.

Lo stemma della Roma in qualsiasi dimensione venga utilizzato risulta sempre equilibrato e identificabile.

Non si fatica a riconoscerlo neanche estremizzandolo come nel caso dei gadget qui sotto, in quanto la lupa e la scritta a contrasto sono sempre identificabili.

La nuova identità visiva è stata studiata da uno studio Americano con sede a New York che si chiama Lead Dog.



Vecchio logo della Roma usato dal 2000.



Nuovo logo della Roma usato dal 2013.



Prima maglia della Roma per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia della Roma per la stagione 2018/2019.



Gioco personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Vino personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale della Roma.



Pullman ufficiale della squadra con logo e nome del club.



Home page del sito ufficiale della squadra.

West Ham

Il West Ham United Football Club, noto semplicemente come West Ham, è una società calcistica inglese con sede nel distretto londinese di Newham, dove fu fondato nel 1895.

Attualmente milita in Premier League, la massima divisione del campionato inglese di calcio.

I giocatori e i sostenitori del club sono soprannominati Hammers (martelli) per via della presenza di una coppia di tali utensili nel logo della squadra.

I colori sociali del club sono il bordeaux e l'azzurro.

La squadra inglese nella stagione 2016/2017 ha profondamente cambiato il suo logo semplificandolo.

I colori sono quelli tradizionali - cla-

ret&blue - e i due martelli incrociati restano al centro, ma sparisce il Boleyn Castle.

La scritta 'West Ham United' si trasferisce nella parte superiore, mentre, in quella inferiore fa la sua comparsa la parola 'London'.

Scelto dai tifosi dello stesso club tramite un sondaggio, fondamentale riporti all'identità originale della squadra.

Il logo viene utilizzato sempre negli stessi colori, anche se, la superficie su cui viene applicato cambia tonalità.

Avendo una forma semplice e all'interno contenendo pochi elementi, anche se rimpicciolito risulta sempre leggibile e chiaro.



Vecchio logo del West Ham usato dal 1999.



Nuovo logo del West Ham usato dal 2016.



Prima maglia del West Ham per la stagione 2018/2019.



Seconda maglia del West Ham per la stagione 2018/2019.



Cover personalizzata con il nuovo logo della squadra.



Zaino personalizzato con il nuovo logo della squadra.



Store ufficiale del West Ham.



Gigantografia del logo presente allo stadio del West Ham.



Home page del sito ufficiale della squadra.



REBRANDING ASCOLI CALCIO

Storia del club

L'Ascoli Calcio 1898 FC S.p.A. è una società calcistica italiana con sede nella città di Ascoli Piceno. Milita in Serie B, seconda divisione del campionato italiano di calcio.

Fondato nel 1898, l'Ascoli è tra i club più antichi d'Italia. Vanta 16 stagioni in Serie A e 22 in Serie B. Il suo palmarès annovera, a livello nazionale, due campionati di seconda serie e due di terza serie, oltre a un Torneo di Capodanno e a una Supercoppa di Lega Pro; in ambito internazionale la formazione marchigiana vanta una Coppa Mitropa, assieme al raggiungimento di una finale di Coppa Anglo-Italiana.

La formazione picena si colloca al 29° posto nella classifica perpetua della Serie A e al 37° posto nella graduatoria della

tradizione sportiva italiana secondo i criteri della FIGC.

I colori sociali sono il bianco e il nero. La nascita della società, denominata in principio Candido Augusto Vecchi, avvenne il 1° novembre 1898.

I dodici giovani ascolani che fondarono la compagine in Via delle Canterine la intitolarono alla memoria dell'omonimo colonnello garibaldino, nato a Fermo, ma adottato dalla città di Ascoli Piceno tramite il matrimonio con una donna della nobile famiglia ascolana dei Luciani. Il sodalizio, nei primi tempi, si occupò di varie discipline sportive, tra le quali il calcio e, in prevalenza, il ciclismo.

Nel 1921 si costituì l'Unione Sportiva Ascolana, presieduta dal giornalista Giu-

seppe Secondo Squarcia.

Nel 1925 fu costruito lo stadio comunale dei Giardini (poi intitolato a Ferruccio Corradino Squarcia). Nel 1947-48 la Lega deliberò la riforma dei campionati italiani di serie B e C. Fu disposto il blocco delle promozioni e l'Ascoli, 12° nel girone F della Lega Centro, fu iscritto al nuovo campionato di Promozione, come tutte le squadre classificate dal 3° posto in poi.

Nel 1952 la Lega decise di suddividere il campionato di Promozione in due serie: le migliori classificate avrebbero dato vita al campionato di IV Serie, le altre avrebbero formato il campionato di Promozione regionale. L'Ascoli, 3° nel girone L, conquistò l'accesso al livello superiore. Nella stagione 1954-55 l'Ascoli toccò il punto

più basso della sua storia retrocedendo in Promozione regionale, con la società preda di gravissimi problemi finanziari.

Il presidente Giammiro fece contattare Mario Benvenega, nipote dell'editore Cino Del Duca, per lanciare un SOS ad un uomo che, nato in provincia, a Montedivole, era divenuto uno degli editori più importanti a livello francese.

L'appello fu accolto. La nuova società prese il nome di Del Duca Ascoli. Nella stagione 1958-59 il nuovo club risalì in serie C, pur essendosi classificato al 4° posto nel campionato vinto dalla Maceratese.

La Lega, infatti, cambiò le regole dopo l'inizio del campionato, deliberando un nuovo allargamento della serie C.



Prima foto della Candido Augusto Vecchi scattata nel 1898.



Del Duca Ascoli, squadra che nel 1958-59 si classificò al 4° posto del campionato di Promozione Regionale.

Ma ciò non era ancora sufficiente, e la promozione fu determinata da ripescaggio in extremis in seguito all'esclusione del Viareggio, afflitto da problemi economici e finanziari.

Nel 1962 fu inaugurato il nuovo stadio, che l'amministrazione comunale avrebbe in seguito intitolato ai fratelli Cino e Lillo Del Duca. Durante la sua presidenza, Del Duca acquistò un intero piano del palazzo costruito dai fratelli Santori in corso Vittorio Emanuele, destinandolo a sede della società e a residenza degli atleti. Alcuni giovani imprenditori ascolani, intanto, avevano cominciato ad interessarsi delle sorti dell'Ascoli Calcio.

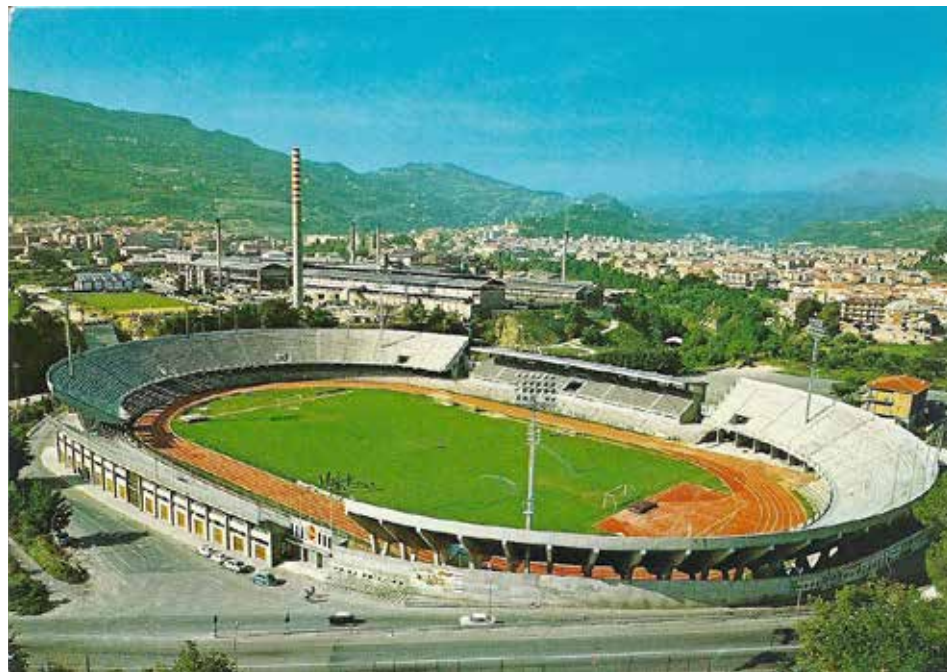
Il loro obiettivo a questo punto era rilevare la società e rilanciarla. Nel corso di un incontro avvenuto presso la sede di

Corso Vittorio Emanuele questi imprenditori riconobbero in Costantino Rozzi, figura emergente nell'economia locale, la persona giusta cui proporre l'incarico data la sua esuberanza, il suo entusiasmo, la grande capacità comunicativa.

Si decise quindi di contattarlo.

Nel 1968 Costantino Rozzi, fino a quel momento digiuno di calcio, divenne il nuovo presidente con l'intento di rimanervi solo sei mesi, giusto il tempo di risanare il bilancio.

La sua comparsa fu, invece, la svolta decisiva poiché il costruttore si appassionò al calcio ed alla sua squadra al punto che non solo non rinunciò all'incarico, ma si spinse a dichiarare che l'avrebbe portata fino alla serie A.



Nel 1962 fu inaugurato il nuovo stadio intitolato al presidente Del Duca, impianto all'avanguardia per quei tempi.

Nella stagione 1971-72 la squadra, affidata all'emergente Carlo Mazzone e trascinata dal marcatore Renato Campanini, vinse il campionato e approdò per la prima volta alla serie cadetta.

Nel 1972 la società, prese il nome di Ascoli Calcio 1898. Nel 1973-74 la vide totalizzare 51 punti e piazzarsi al 1° posto insieme al Varese. Era la prima squadra marchigiana a conquistare la massima serie: per questo motivo, e per le numerose partecipazioni al campionato di serie A, i tifosi rivendicano all'Ascoli il titolo di "Regina delle Marche".

L'estate della promozione lo stesso Rozzi si occupò dei lavori di ampliamento dello stadio, aumentandone in tempi strettissimi la capienza fino a 36.000 po-

sti. Nel campionato del debutto in serie A (stagione 1974-75) i bianconeri di Mazzone conquistarono la salvezza.

La società bianconera si riscattò ampiamente dopo la retrocessione due anni dopo, nella stagione 1977-78, celebre come il Campionato dei record. Battè tutti i record della serie cadetta a 20 squadre con due punti a vittoria. Ottenne 61 punti, con 26 vittorie, 9 pareggi e 3 sconfitte, realizzando 73 gol e subendone 30.

Gli anni 1980 furono per l'Ascoli un vero e proprio periodo d'oro fin dall'inizio. E fu in questo periodo che il Presidente Costantino Rozzi prese con più decisione in mano le redini e la gestione della squadra. Nel 1979-80 i bianconeri raggiunsero il miglior risultato di sempre piazzandosi



Ascoli Calcio 1898, squadra vincitrice del campionato nazionale Serie B 1973-1974.

al 4° posto, che valse ai marchigiani il primato fra tutte le squadre del Centro-Sud, e sfiorando la qualificazione in Coppa UEFA.

Nel 1987 l'Ascoli si aggiudicò anche una coppa europea, la Mitropa, sebbene la competizione fosse ormai decaduta e riservata alle vincitrici dei tornei di seconda divisione.

Il 18 dicembre 1994, poco dopo la vittoria per 3-0 contro il Pescara, muore Costantino Rozzi.

La squadra, già povera di risultati, entrò definitivamente in crisi. La classifica finale condannò l'Ascoli dopo 23 anni alla retrocessione in Serie C1.

I bianconeri conquistarono comunque un secondo posto nel Coppa Anglo-Italiana, battendo 2-1 in semifinale l'Ancona e uscen-

do sconfitti dalla finale di Wembley contro la formazione inglese del Notts County sempre per 2-1.

La stagione 2000-2001 vide una rivoluzione societaria e Roberto Benigni, azionista di minoranza rimasto per sua scelta fino a quel momento in secondo piano, assunse la carica di presidente.

La sua presidenza fu caratterizzata da un'oculata gestione del bilancio che permise di estinguere in pochi anni i debiti che l'Ascoli si trascinava dal 1995.

Il primo anno l'Ascoli di Benigni centrò di nuovo i play-off, ma stavolta si arrese in semifinale al Messina.

L'anno seguente pervenne invece alla promozione diretta. La squadra di Giuseppe Pillon si presentò ai nastri di par-

tenza quasi ignorata dalle testate sportive nazionali, ma fin dalla prima giornata prese il comando della classifica senza più abbandonarla.

Si laureò virtualmente campione nello scontro diretto con il Catania, vinto in casa per 1-0, e conquistò la promozione matematica al Del Duca contro la Lodigiani di fronte a circa 20.000 sostenitori.

Nell'anno dei diabolici, come fu detto, la rosa dell'Ascoli includeva anche il giovanissimo Andrea Barzagli, futuro campione del mondo.

Nelle due stagioni che seguirono l'Ascoli ottenne altrettante salvezze, prima con Giuseppe Pillon e poi con Aldo Ammazalorso subentrato a Loris Dominissini.

Nel 2004-2005 Benigni si affidò alla coppia Silva-Giampaolo nella speranza di centrare i play-off della serie B.

Dopo un avvio stentato, il binomio d'attacco Bucchi-Colacone cominciò a rendere e trascinò la squadra a ridosso dell'obiettivo.

L'Ascoli, pur concludendo il campionato con una differenza reti negativa (51 reti all'attivo, 52 al passivo) si guadagnò l'accesso alle eliminatorie nello scontro diretto con il Modena all'ultima giornata.

Ciò nonostante, deboli erano le aspettative di vittoria dei bianconeri, che subirono infatti una doppia sconfitta in semifinale dal Torino.

Ma nell'estate del 2005 una serie di circostanze favorì la società marchigiana: il



Il Presidente Costantino Rozzi con la Mitropa Cup, vinta nel 1987.



Sotto, Roberto Benigni presidente dell'Ascoli Calcio dal 2000 al 2014.

Genoa, primo classificato, fu retrocesso all'ultimo posto, mentre Torino e Perugia fallirono; così, insieme all'Empoli (2°) si ritrovarono in serie A il Treviso (5°) e appunto l'Ascoli (6°).

Nel 2005-06 l'Ascoli disputò un campionato al di sopra delle aspettative, chiudendo il torneo al 10° posto insieme all'Udinese.

Fu però la stagione seguente, nonostante l'ingaggio di rinforzi di prestigio a sancire il ritorno in B.

Nella stagione 2012-2013 con un gol del cittadella a pochi secondi dalla fine condanna l'Ascoli a retrocedere in Lega Pro, dopo 12 anni tra Serie A e Serie B.

Un anno più tardi l'Ascoli fallì.

Nel tardo pomeriggio del 6 Febbraio vie-

ne aperta l'unica busta pervenuta, contenente l'offerta d'acquisto dell'imprenditore italo-canadese Francesco Bellini, che viene accettata, sancendo così la nascita dell'Ascoli Picchio F.C. 1898.

Nella stagione 2014-2015 il club ha militato nel girone B della Lega Pro, classificandosi secondo alla conclusione del campionato e venendo successivamente eliminato al primo turno dei playoff dalla Reggiana.

Alla vigilia della stagione calcistica 2015-2016 l'Ascoli richiede comunque l'ammissione al Campionato di campionato di Serie B, in seguito alla condanna della capolista Teramo alla retrocessione in Lega Pro; di conseguenza l'Ascoli risultò la squadra vincitrice della competizione

con conseguente promozione in serie cadetta dopo due anni d'assenza.

Il 3 Luglio 2018 Francesco Bellini, dopo aver dichiarato la messa in vendita della Società e aver ricevuto diverse offerte comunica l'avvenuta cessione a Massimo Pulcinelli.

Il 18 luglio 2018 la società comunica il cambio di denominazione da Ascoli Picchio FC ad Ascoli Calcio 1898 FC Spa.



Sotto, squadra partecipante al campionato di Serie A 2005-06, classificatasi al 10°.



Sotto, squadra 2018-19 partecipante per la 22° volta nella sua storia al campionato nazionale di Serie B.

I loghi del passato

L'Ascoli Calcio nel corso della sua storia è rimasta sempre legata agli stemmi storici della città.

Certamente sono stati modernizzati e ridisegnati per renderli adatti ai periodi in cui erano in uso ma, la base storica è sempre rimasta inalterata.

Fin dai primi scudetti si nota la presenza del palazzo comunale di Ascoli, di colore giallo su sfondo rosso, colori comunali. Anche le strisce verticali bianconere, colori sociali del club, sono stati una costante negli scudetti.

La forma è mutata nel tempo dall'ovale al circolare e addirittura nelle prime fasi anche quadrate.

Un altro elemento sempre presente è stata la denominazione all'interno del logo che rendesse ben identificabile la squadra ascolana.

La formula è stata variata e modernizzata senza però mai avere un vero e proprio rinnovamento dell'immagine.

Nel 2019 con il nuovo assetto societario anche l'immagine della società ha l'esigenza di rinnovamento, di distinguersi e di rilanciarsi verso il futuro.



A.S. Del Duca Ascoli 1898
1969



A.S. Del Duca Ascoli 1898
1967



A.S. Del Duca Ascoli 1898
1971



A.S. Del Duca Ascoli 1898
1970



Ascoli Calcio 1898
1972



Ascoli Calcio 1898
1973



A.S. Ascoli Calcio 1898
1975



Ascoli Calcio 1898
1983



Ascoli Calcio 1898 S.p.A.
2001



Ascoli Calcio 1898
2004



Ascoli Calcio 1898
anni '80



Ascoli Calcio 1898
1985



Ascoli Calcio 1898
2006



Ascoli Calcio 1898
2010



Ascoli Calcio 1898 S.p.A.
1996



Ascoli Calcio 1898 S.p.A.
1998 (centenario)



Ascoli Picchio F.C. 1898
2014



Ascoli Calcio 1898 S.p.A.
2018

Il logo di domani

Oggetto di rinnovamento grafico del logo è stata la società Ascoli Calcio 1898.

Squadra della città di Ascoli Piceno e con un passato glorioso noto sia in Italia sia a livello Europeo e mondiale, grazie ai suoi tifosi, alle sue vittorie e al suo presidente.

L'Ascoli Calcio nel corso della sua storia è rimasta sempre legata agli stemmi storici della città.

Certamente sono stati modernizzati e ridisegnati per renderli adatti ai periodi in cui erano in uso ma, la base storica è sempre rimasta inalterata.

Oggi con un nuovo assetto societario e con il bisogno di essere una società dinamica, moderna e che possa attirare sempre più persone; è stato studiato un nuovo logo.

Si è partiti dalla lettera A e dalla stilizzazione dello scudo cittadino che certamente però, non caratterizza la società.

Questi due elementi studiati appositamente ed amalgamati insieme danno un risultato sicuramente unico e particolare che rilancia con semplicità e modernità la società verso il futuro.

La A è contornata da una A più grande che la raddoppia e la rende più importante dandole la forma di una punta, una freccia, una strada che proietta direttamente al futuro.

La lettera nasce da una griglia che la rende geometrica e fondamentale, permette il raddoppio della lettera più grande rimanendo ben visibile e leggibile.

Nella parte superiore, è stata appoggia-

ta la ragione sociale che da spessore al simbolo e identifica la società anche a chi non la conosce.

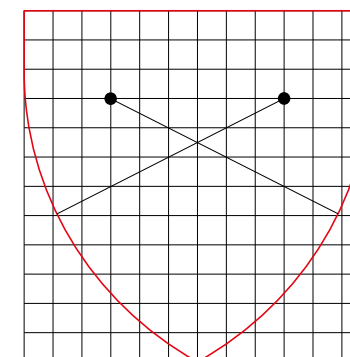
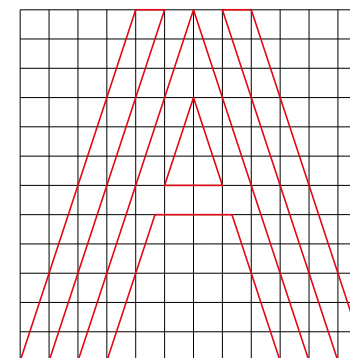
La scritta superiore completa il logo riempendo la parte sovrastante altrimenti vuota.

Lo stemma risulta estremamente semplice, riconoscibile ed elegante.

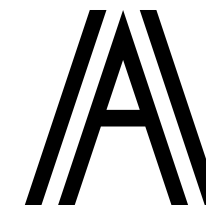
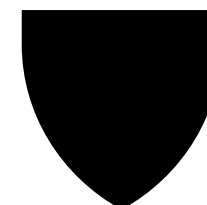
L'applicazione è possibile su qualsiasi fondo chiaro e non richiede contorni per essere meglio identificabile.

La variante negativa mantiene la stessa identificabilità e leggibilità e rende il logo applicabile alle superfici scure.

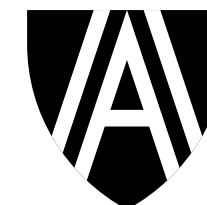
In qualsiasi formato di applicazione il logo rimane distinguibile: dalle dimensioni più piccole alle più grandi senza perdere identificabilità.



ASCOLI CALCIO 1898



ASCOLI CALCIO 1898



Elementi Progettuali

Il font utilizzato per la scritta Ascoli Calcio 1898 è Futura Medium.

Futura Medium
corpo 8,9 maiuscolo
positivo su fondi bianchi e chiari

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz minuscolo
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ maiuscolo
1234567890

Futura Medium
corpo 8,9 maiuscolo
negativo su fondi neri e scuri

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz minuscolo
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ maiuscolo
1234567890

Varianti

Naturalmente i colori utilizzati sono quelli della squadra: il biaco e il nero.

Positivo



Negativo



BLACK



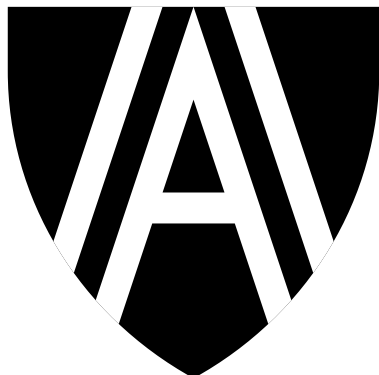
WHITE

C: 0 R: 35
M: 0 G: 31
Y: 0 B: 32
K: 100

C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0

Prova di leggibilità

ASCOLI CALCIO 1898



49,4 x 56 mm = 100%

ASCOLI CALCIO 1898



37 x 42 mm = 75%

ASCOLI CALCIO 1898



24,7 x 28 mm = 50%

ASCOLI CALCIO 1898



12,3 x 14 mm = 25%

Elaborati a stampa

Per l'immagine più formale della società è stata studiata tutta la linea del coordinato di presentazione.

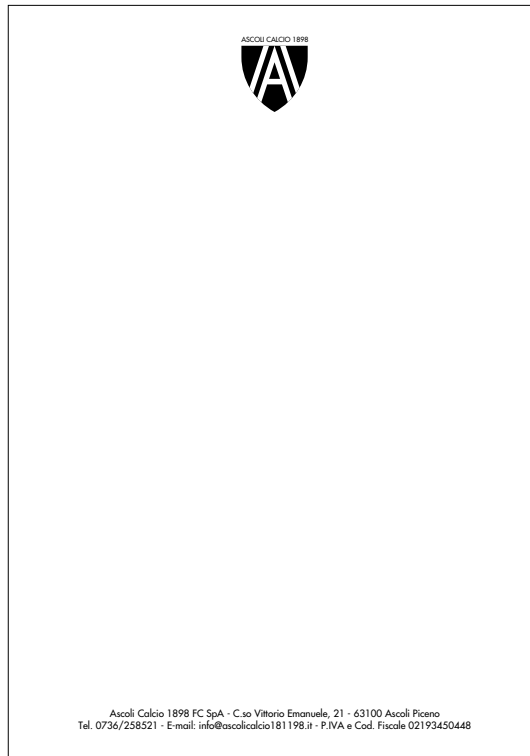
Il biglietto da visita presenta il semplice logo nella parte frontale e i dati generali nel retro.

La carta intestata e la busta da lettera seguono la linea della semplicità con il logo in bella vista e i dati della società nella parte inferiore.

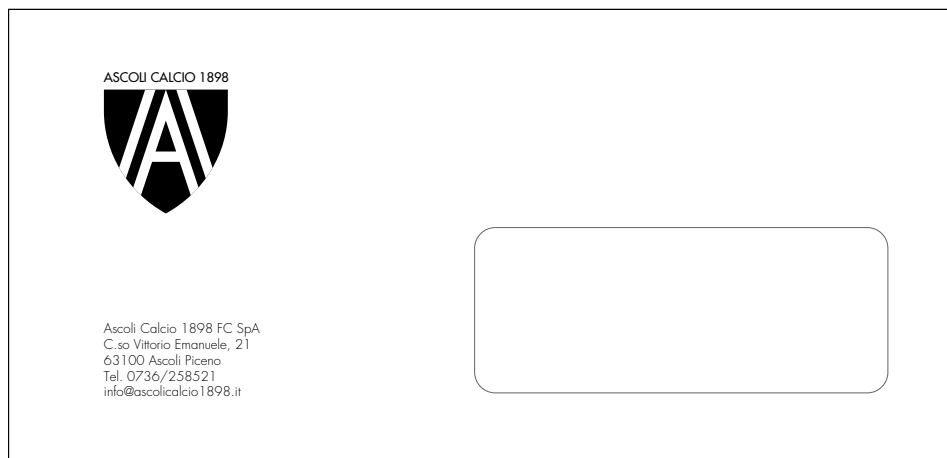
Per completare la parte degli elaborati cartacei sono stati studiati inoltre quattro manifesti per la presentazione della società e per l'inaugurazione del nuovo store.



BIGLIETTO FRONTE: Margine superiore: 14 mm; Dimensione logo: 30 x 34 mm; Allineamento logo: centrato al foglio. BIGLIETTO RETRO: Margine superiore: 6 mm; Margine inferiore: 6 mm; Margine sinistro: 8,4 mm; Font nominativo: Futura Medium 10 pt; Font dati nominativo: Futura Light; Oblique 8,86 pt; Interlinea font: 11 pt; Allineamento verticale: centrato al f.to finito. Font Dati società: Futura Medium 8 pt; Interlinea font: 12 pt.



Margine superiore: 12 mm; Margine inferiore: 12 mm; Dimensione logo: 26,4 x 30 mm; Font: Futura Medium 11 pt; Interlinea font: 13,2 pt; Allineamento orizzontale del logo: centrato al foglio; Allineamento orizzontale dei dati: centrato al foglio.



Margine superiore: 14,5 mm; Margine sinistro: 23 mm; Margine inferiore: 17,2 mm; Dimensione logo: 30 x 34 mm Font: Futura Medium 9 pt; Interlinea font: 10,8 pt.



Dimensione: 700 x 1000 mm; Margini: 40 mm; Dimensione logo: 141 x 299 mm; Font: Futura Bold 173 pt; Interlinea: 207 pt; Font: Futura Medium 144 pt; Interlinea: 173 pt; Font: Futura Bold 50 pt; Interlinea: 60 pt; Allineamento: centrato orizzontalmente al foglio.



Dimensione: 700 x 1000 mm; Margini: 40 mm; Font: Futura Medium 447 pt; Interlinea: 430 pt; Font: Futura Medium 100 pt; Interlinea: 120 pt; Font: Futura Bold 50 pt; Interlinea: 60 pt; Allineamento: a sinistra e destra.

ASCOLI CALCIO 1898

**PRESENTAZIONE
SQUADRA 2019-20**

Piazza del Popolo
Ascoli Piceno

26 Agosto 2019
Ore 19.00

INFO
Tel. 0736/258521
info@ascolicalcio.it
www.ascolicalcio1898.it



Dimensione: 700 x 1000 mm; Margini: 40 mm; Dimensione logo: 86 x 86 mm; Font: Futura Medium 182 pt; Font: Futura Bold 174 pt; Interlinea: 208 pt; Font: Futura Medium 145 pt; Interlinea: 174 pt; Font: Futura Bold 50 pt; Interlinea: 60 pt; Allineamento: a sinistra.

**ASCOLI
CALCIO
1898**

**PRESENTAZIONE
SQUADRA 2019-20**

Piazza del Popolo
Ascoli Piceno

26 Agosto 2019
Ore 19.00

INFO
Tel. 0736/258521
info@ascolicalcio.it
www.ascolicalcio1898.it



Dimensione: 700 x 1000 mm; Margini: 40 mm; Dimensione logo: 86 x 86 mm; Font: Futura Medium 218 pt; Interlinea: 250 pt; Font: Futura Medium 145 pt; Interlinea: 155 pt; Font: Futura Bold 50 pt; Interlinea: 60 pt; Allineamento: a sinistra e destra.

Divise

La prima divisa della società è tradizionalmente bianca e nera a strisce verticali.

Non volendo snaturare l'identità, il format della nuova prima divisa è stato mantenuto.

Nella nuova uniforme le strisce sono state diminuite e allargate, rendendole così più spesse per lasciare posto al logo senza che venisse accavallato.

Le estremità delle maniche, dei pantaloncini e dei calzettoni sono state fornite di una striscia nera per dare continuità alla divisa e impreziosirla.

Il nuovo logo è stato posto sulla maglietta, sui pantaloni e sui calzettoni per rendere al massimo identificabile la società.



□ WHITE

C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0

■ BLACK

C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100

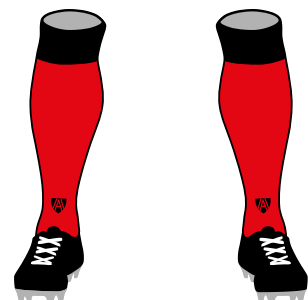
Prima maglia riprogettata per il nuovo logo.

Per quanto riguarda la seconda divisa essendoci la necessità di avere un colore totalmente diverso dalla prima divisa, sono diversi anni che l'Ascoli utilizza il colore rosso.

Anche in questo caso non è stata snaturata l'ormai consuetudine e storicità della società.

Il logo anche nel secondo caso è nero e applicato sulla maglietta, sui pantaloni e sui calzettoni.

Anche grazie ad altri particolari come la banda sulle maniche, sui pantaloni, sui calzettoni e sul colletto la prima e la seconda divisa risultano simili e collegate.



■ RED

C: 0 R: 227
M: 100 G: 6
Y: 100 B: 19
K: 0

■ BLACK

C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100

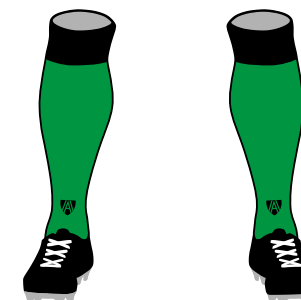
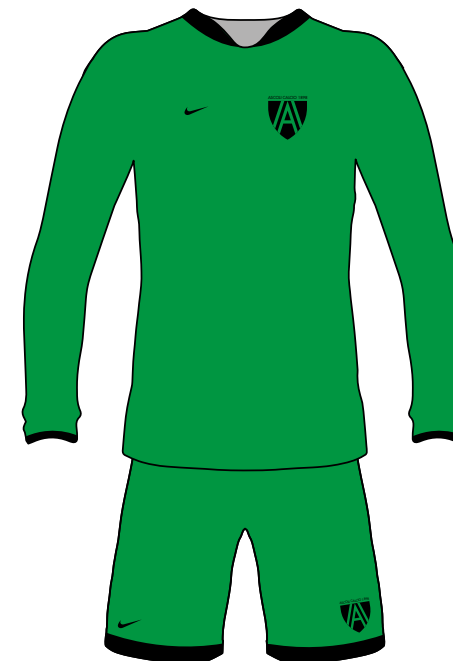
Seconda maglia riprogettata per il nuovo logo.

Anche la divisa del portiere è stata ridisegnata seguendo la prima e la seconda divisa.

E' stata colorata con un colore totalmente diverso per essere distinguibile dagli altri calciatori.

Con le terminazioni nere permette di seguire la stessa linea delle altre ma allo stesso tempo di essere diversa.

Anche in questo caso il logo è facilmente distinguibile e ben visibile e rimane sempre pulito.



■ GREEN

C: 100 R: 0
M: 0 G: 150
Y: 100 B: 64
K: 0

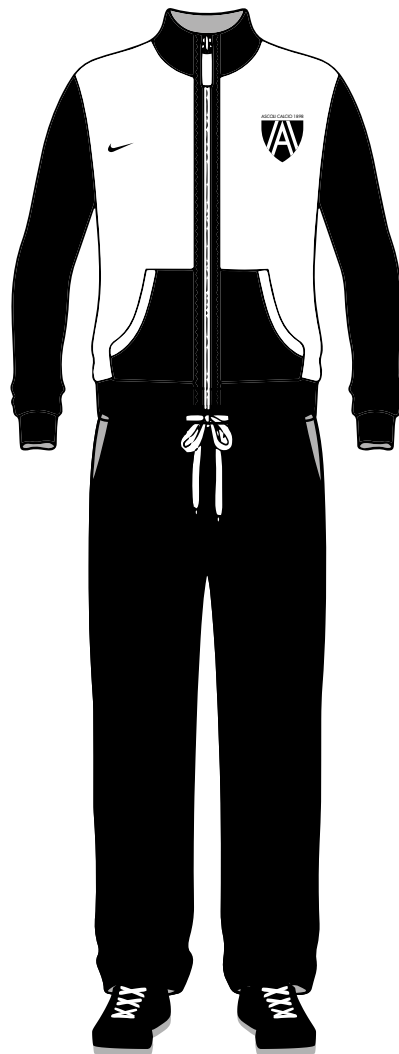
■ BLACK

C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100

Maglia del portiere riprogettata per il nuovo logo.

Per quanto riguarda la tuta di rappresentanza, è stato utilizzato lo stesso format delle divise.

I pantaloni, le maniche e il collo risultano neri mentre la parte del torace è bianca per mettere in evidenza il nuovo logo.



□ WHITE

C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0

■ BLACK

C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100

Tuta riprogettata per il nuovo logo.

Pullman

Il Pullman societario che permette la squadra di affrontare le trasferte deve essere riconoscibile e identificabile.

Questa è una prova importante per il logo in quanto viene applicato in una dimensione estremamente estesa e in molti casi potrebbe perdere la riconoscibilità e la chiarezza.

In questa prova il nuovo scudetto è stato applicato sulla fiancata del mezzo ed è stata studiata anche il nuovo disegno che lo rende unico.



Pullman ridisegnato con il nuovo logo.

Sito Web

Per essere collegata direttamente con i tifosi e con il XXI secolo la società necessita di un sito web personale che rende la società moderna.

La nuova impostazione contiene il nuovo scudetto nella parte superiore, appena sotto il menu di navigazione.

Lo sfondo naturalmente richiama l'anima della società, la forza aggregativa e il centro della stessa: i giocatori.

home page sono presenti inoltre: la gallery dell'ultima partita, la sintesi della stessa e l'appuntamento del prossimo match.

Il riquadrino sulla destra permette un collegamento diretto con le principali pagine social del club.

Le scritte all'interno delle pagine del sito web sono scritte con il font Futura a dimensione variabile. Le pagine web hanno

un formato di 1366x 768.

Nella pagina home del sito web vengono riportate le news, le fotogallerie e i prossimi eventi.

Nella pagina biglietteria, vengono esposte tutte le informazioni e le promozioni riguardanti i biglietti.

La pagina dedicata alla rosa della società è divisa in due parti: prima squadra e settore giovanile.

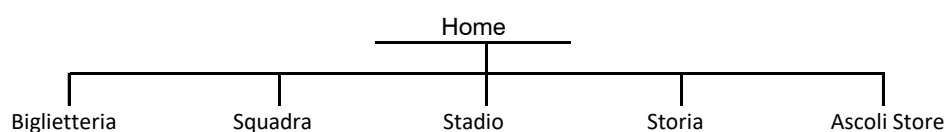
La pagina stadio, racconta la storia della casa dell'Ascoli con l'aiuto di materiale fotografico.

La pagina storia racconta del passato della società fino all'ultima stagione conclusa con l'apporto di immagini.

Lo store raccoglie tutti i prodotti di merchandising dell'Ascoli e li rende acquistabili anche dai tifosi più lontani.



Pagina home.



Schema delle pagine che formano il sito web.



Pagina biglietteria.



Pagina dedicata alla rosa della società.



Pagina storia.



Pagina stadio.



Pagina store.

Store

Con il nuovo logo è stato ristudiato lo store.

Nella facciata capeggia la nuova insegna ben leggibile in nero, cosicché il logo e la denominazione societaria in negativo potessero essere più leggibili.

Lo store non contiene solo abbigliamento infatti il merchandising delle società e dell'Ascoli è ricco di qualsivoglia oggetto.



Esterno dello store dell'Ascoli ridisegnato con il nuovo logo.

Merchandising

Come tutte le società anche l'Ascoli Calcio possiede un proprio merchandising.

La varietà degli oggetti spazia a 360 gradi: dagli articoli per il vestiario come cappelli, giacche e felpe a oggettistica per la casa come tazze e orologi.

Sugli oggetti è stato applicato il nuovo logo che si riesce facilmente a integrare con gli oggetti essendo semplice ed elegante.

Nella parte superiore rimane la scritta della ragione sociale della società che permette un riconoscimento più immediato.



Borsone con applicato il nuovo logo.



Maglia con applicato il nuovo logo.



Cappello con applicato il nuovo logo.



Porta chiavi con applicato il nuovo logo.



Cappello con applicato il nuovo logo.



Orologio con applicato il nuovo logo.



Giacca con applicato il nuovo logo.

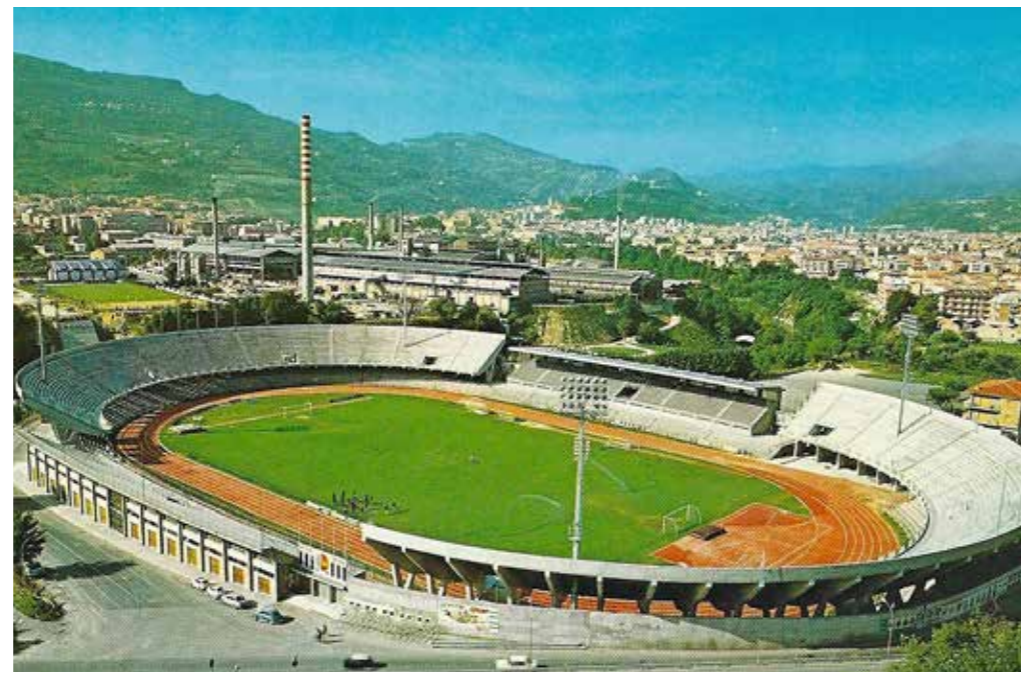
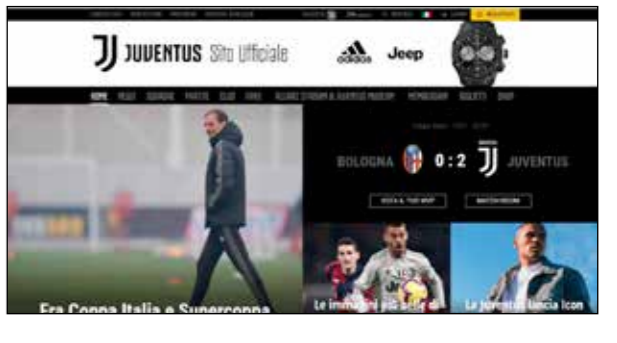
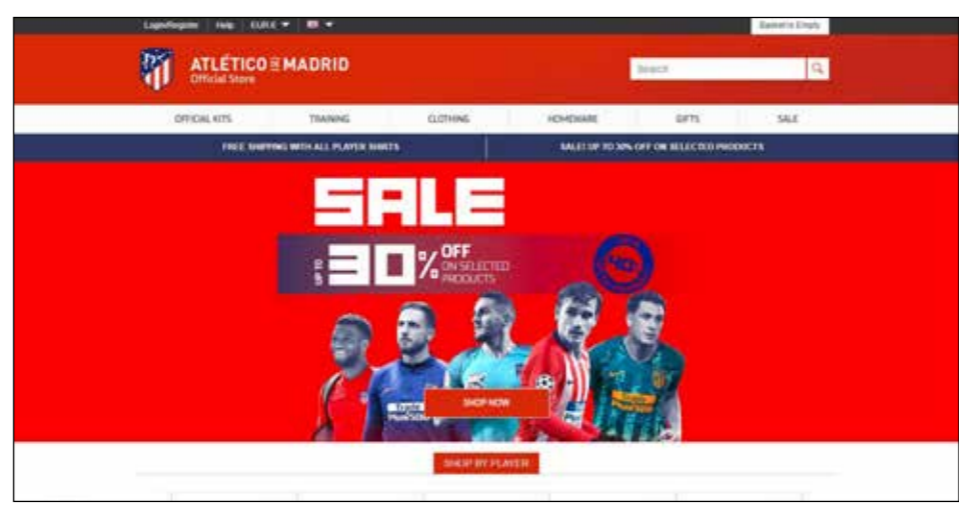
STATO DELL'ARTE

Una delle soluzioni di marketing maggiormente utilizzate oggi dalle società sportive è il REBRANDING. Con il termine rebranding identifichiamo l'insieme di azioni con cui i managers di un'azienda apportano delle significative modifiche al brand al fine di riposizionare il prodotto sul mercato differenziandolo da quello dei competitors e rendendolo maggiormente attraente.

Nel caso del settore calcistico, le politiche di rebranding riguardano in particolare le modifiche che possono essere apportate alla denominazione societaria, al logo del club, al suo motto storico o ai colori della divisa da gioco.

In questo modo i vertici societari effettuano un restyling del look, più o meno accentuato, cercando di intervenire sulla percezione che i tifosi e soprattutto i semplici appassionati di sport sparsi per il mondo ne possano avere.

Recentemente diverse squadre professionistiche di calcio hanno modificato la loro identità visiva. Per ragioni di marketing o solamente per ringiovanire l'aspetto del club, sono stati rivisti i loghi rendendoli più semplici, identificabili e personalizzati. Non sempre però, il risultato di miglioramento è così evidente ed efficace.



ASCOLI CALCIO

L'Ascoli Calcio nel corso della sua storia è rimasta sempre legata agli stemmi storici della città. Certamente sono stati modernizzati e ridisegnati per renderli adatti ai periodi in cui erano in uso ma, la base storica è sempre rimasta inalterata.

Fin dai primi scudetti si nota la presenza del palazzo comunale di Ascoli, di colore giallo su sfondo rosso, colori comunali. Anche le strisce verticali bianconere, colori sociali del club, sono stati una costante negli scudetti.

La forma è mutata nel tempo dall'ovale al circolare e addirittura nelle prime fasi anche quadrate. Un altro elemento sempre presente è stata la denominazione all'interno del logo che rendesse ben identificabile la squadra ascolana.

La formula è stata variata e modernizzata senza però mai avere un vero e proprio rinnovamento dell'immagine.

Nel 2019 con il nuovo assetto societario anche l'immagine della società ha l'esigenza di rinnovamento, di distinguersi e di rilanciarsi verso il futuro.



A.S. Del Duca Ascoli 1898 1967



A.S. Del Duca Ascoli 1898 1969



A.S. Del Duca Ascoli 1898 1970



A.S. Del Duca Ascoli 1898 1971



Ascoli Calcio 1898 1972



Ascoli Calcio 1898 1973



A.S. Ascoli Calcio 1898 1975



Ascoli Calcio 1898 1983



Ascoli Calcio 1898 anni '80



Ascoli Calcio 1898 1985



Ascoli Calcio 1898 S.p.A. 1996



Ascoli Calcio 1898 S.p.A. 1998 (centenario)



Ascoli Calcio 1898 S.p.A. 2001



Ascoli Calcio 1898 2004



Ascoli Calcio 1898 2006



Ascoli Calcio 1898 2010



Ascoli Picchio F.C. 2014



Ascoli Calcio 1898 S.p.A. 2018

IL LOGO DI DOMANI

Oggetto di rinnovamento grafico del logo è stata la società Ascoli Calcio 1898. Squadra della città di Ascoli Piceno e con un passato glorioso noto sia in Italia sia a livello Europeo e mondiale, grazie ai suoi tifosi, alle sue vittorie e al suo presidente.

L'Ascoli Calcio nel corso della sua storia è rimasta sempre legata agli stemmi storici della città. Certamente sono stati modernizzati e ridisegnati per renderli adatti ai periodi in cui erano in uso ma, la base storica è sempre rimasta inalterata. Oggi con un nuovo assetto societario e con il bisogno di essere una società dinamica, moderna e che possa attirare sempre più persone; è stato studiato un nuovo logo. Si è partiti dalla lettera A e dalla stilizzazione dello scudo cittadino che certamente però, non caratterizza la società.

Questi due elementi studiati appositamente ed amalgamati insieme danno un risultato sicuramente unico e particolare che rilancia con semplicità e modernità la società verso il futuro.

La A è contornata da una A più grande che la raddoppia e la rende più importante dandole la forma di una punta, una freccia, una strada che proietta direttamente al futuro.

La lettera nasce da una griglia che la rende geometrica e fondamentale, permette il raddoppio della lettera più grande rimanendo ben visibile e leggibile.

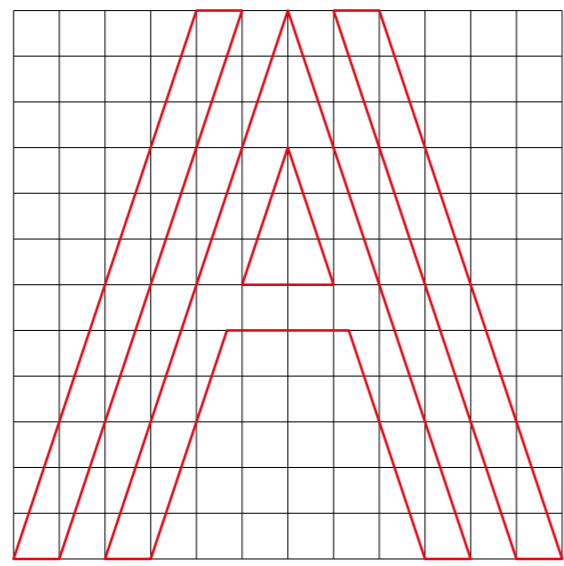
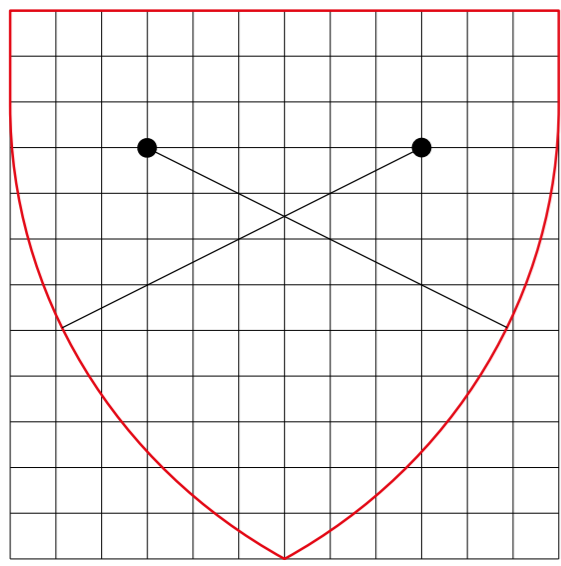
Nella parte superiore, è stata appoggiata la ragione sociale che da spessore al simbolo e identifica la società anche a chi non la conosce.

La scritta superiore completa il logo riempiendo la parte sovrastante altrimenti vuota.

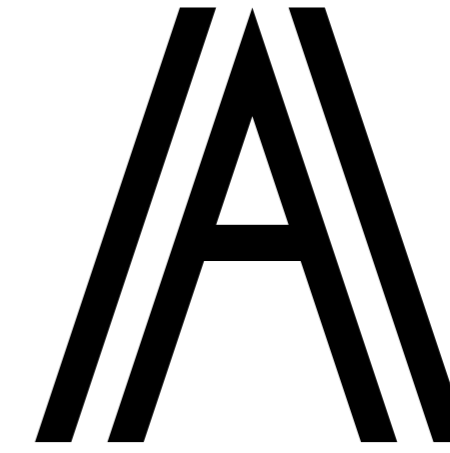
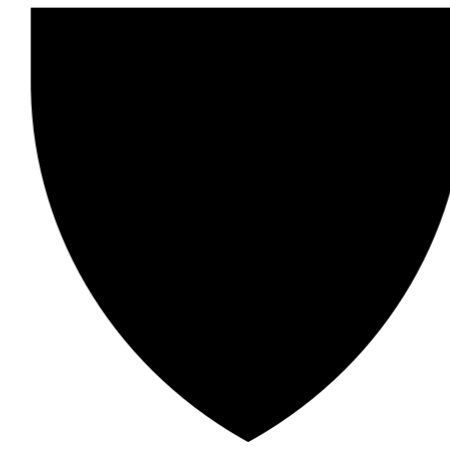
Lo stemma risulta estremamente semplice, riconoscibile ed elegante.

L'applicazione è possibile su qualsiasi fondo chiaro e non richiede contorni per essere meglio identificabile.

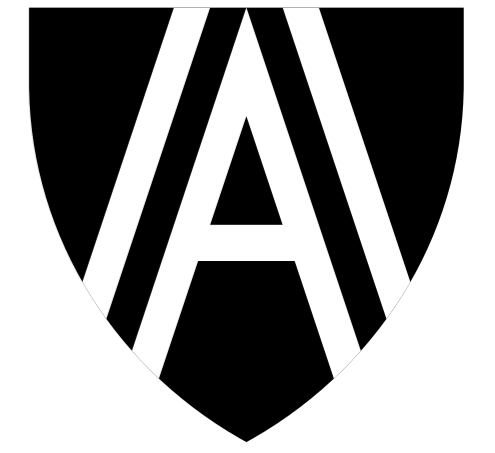
La variante negativa mantiene la stessa identificabilità e leggibilità e rende il logo applicabile alle superfici scure. In qualsiasi formato di applicazione il logo rimane distinguibile: dalle dimensioni più piccole alle più grandi senza perdere identificabilità.



ASCOLI CALCIO 1898



ASCOLI CALCIO 1898



Futura Medium
corpo 8,9 maiuscolo
positivo su fondi bianchi e chiari

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

minuscolo
maiuscolo

Futura Medium
corpo 8,9 maiuscolo
negativo su fondi neri e scuri

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

minuscolo
maiuscolo

Positivo

ASCOLI CALCIO 1898



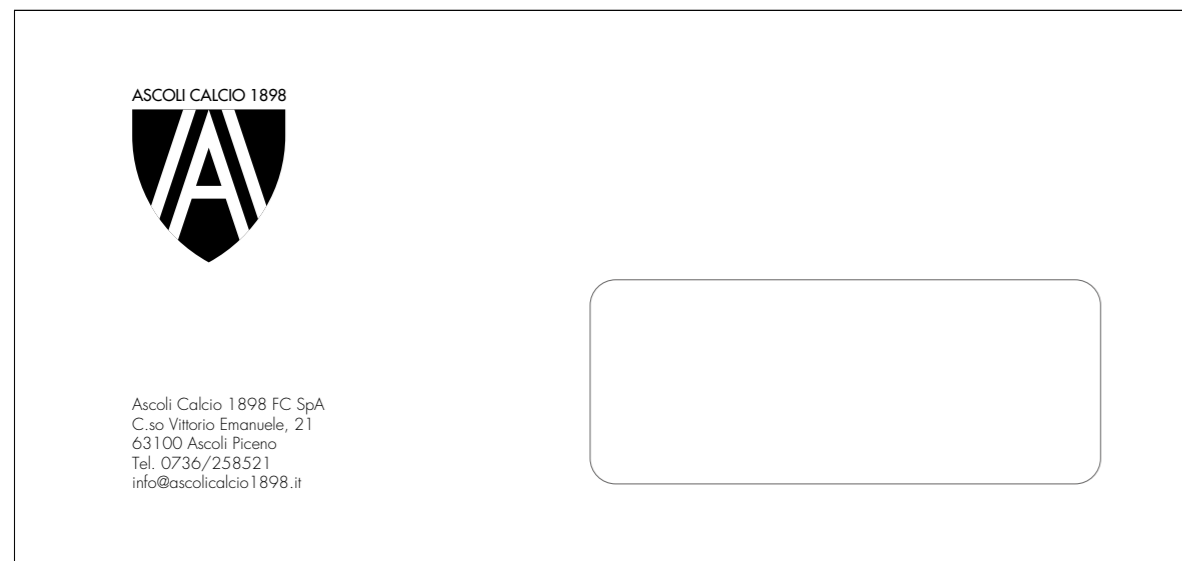
Negativo

ASCOLI CALCIO 1898



BLACK
C: 0 R:0
M: 0 G:0
Y: 0 B:0
K: 100

WHITE
C: 0 R:255
M: 0 G:255
Y: 0 B:255
K: 0



Margine superiore: 14,5 mm
Margine sinistro: 23 mm
Margine inferiore: 17,2 mm
Dimensione logo: 30 x 34 mm
Font: Futura Medium 9 pt
Interlinea font: 10,8 pt



ASCOLI CALCIO 1898 FC SPA

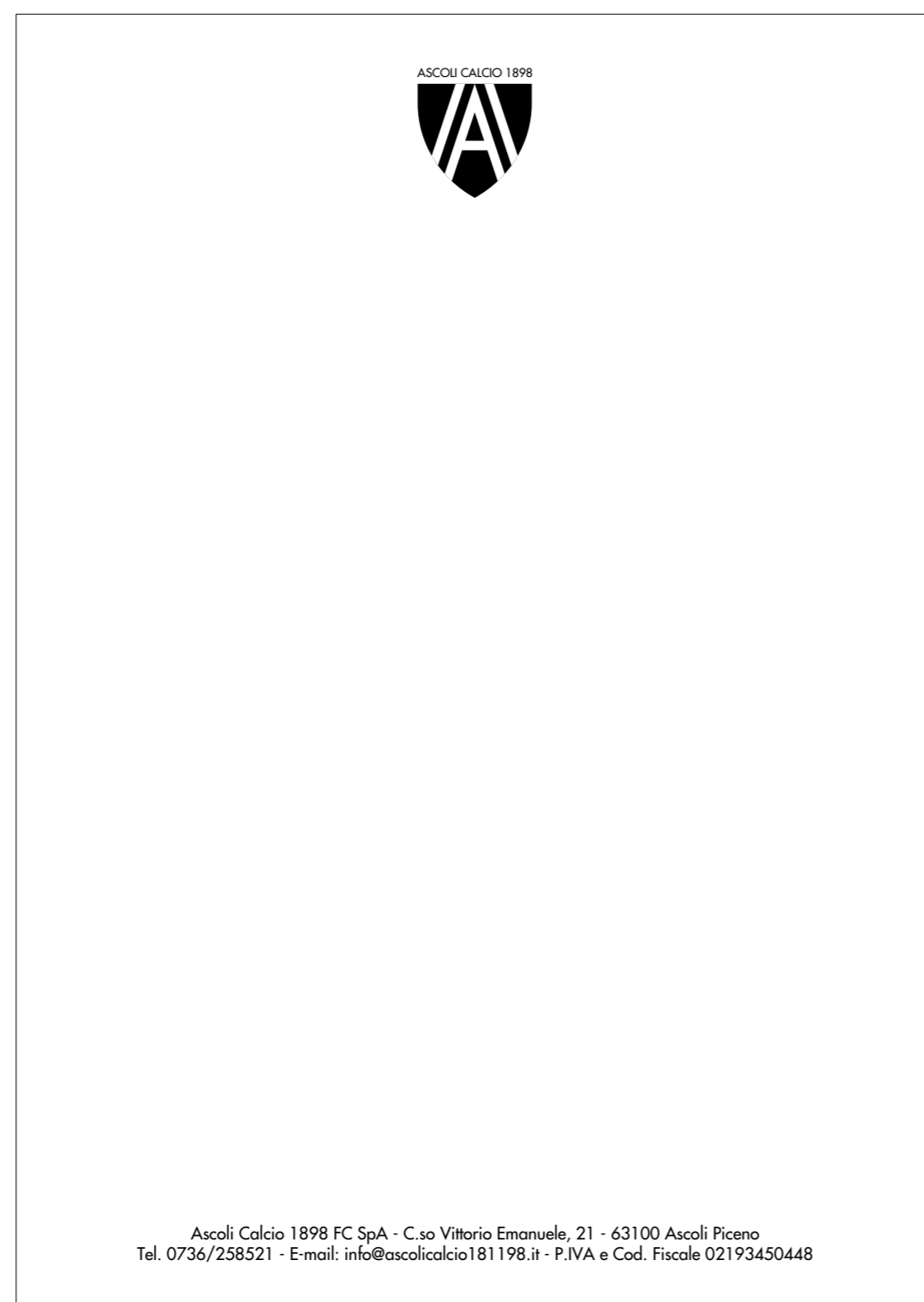
Lorenzo Guidotti
Area Marketing
333 2324251

C.so Vittorio Emanuele, 21 - 63100 Ascoli Piceno
Tel. 0736/258521 - info@ascalicalcio1898.it
P.IVA e Cod. Fiscale 02193450448

BIGLIETTO FRONTE
Margine superiore: 14 mm
Dimensione logo: 30 x 34 mm
Allineamento logo: centrato al foglio

BIGLIETTO RETRO
Margine superiore: 6 mm
Margine inferiore: 6 mm
Margine sinistro: 8,4 mm
Font nominativo: Futura Medium 10 pt
Font dati nominativo: Futura Light Oblique 8,86 pt
Interlinea font: 11 pt
Allineamento verticale: centrato al f.to finito

Font Dati società: Futura Medium 8 pt
Interlinea font: 12 pt



Margine superiore: 12 mm
Margine inferiore: 12 mm
Dimensione logo: 26,4 x 30 mm
Font: Futura Medium 11 pt
Interlinea font: 13,2 pt
Allineamento orizzontale del logo: centrato al foglio
Allineamento orizzontale dei dati: centrato al foglio

ELABORATI A STAMPA

Dimensione: 700 x 1000 mm
Margini: 40 mm

MANIFESTO NERO
Dimensione logo: 141 x 299 mm
Font:
Futura Bold 173 pt
Futura Medium 144 pt
Futura Bold 50 pt

MANIFESTO BIANCO
Font:
Futura Medium 447 pt
Futura Medium 100 pt
Futura Bold 50 pt



Dimensione: 700 x 1000 mm
Margini: 40 mm
Dimensione logo: 86 x 86 mm

MANIFESTO NERO
Font:
Futura Medium 182 pt
Futura Bold 174 pt
Futura Medium 145 pt
Futura Bold 50 pt

MANIFESTO BIANCO
Font:
Futura Medium 218 pt
Futura Medium 145 pt
Futura Bold 50 pt



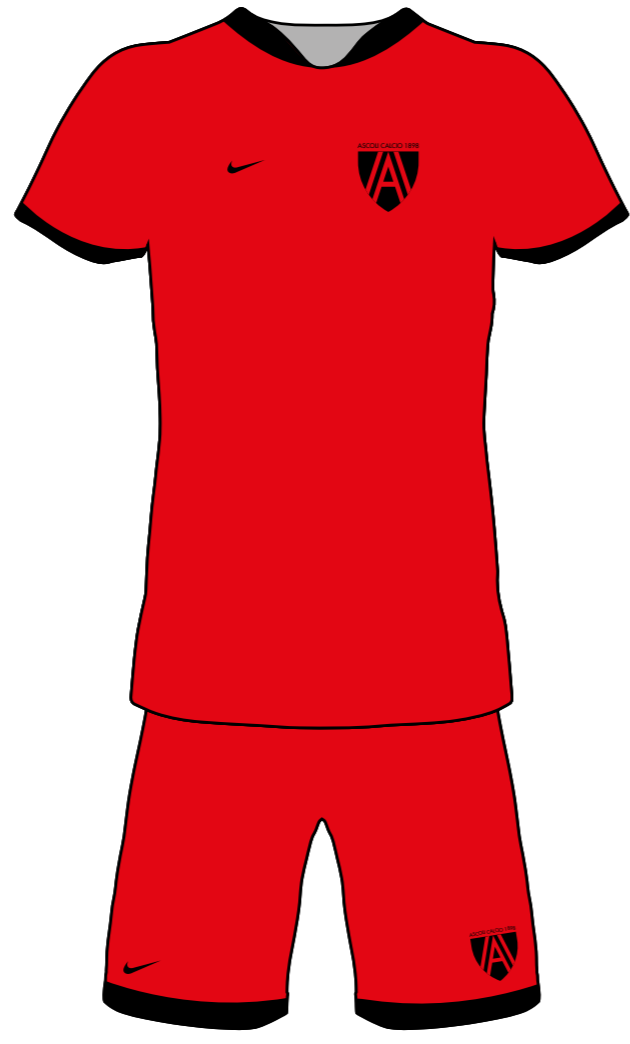
APPLICAZIONI DEL LOGO

DIVISE



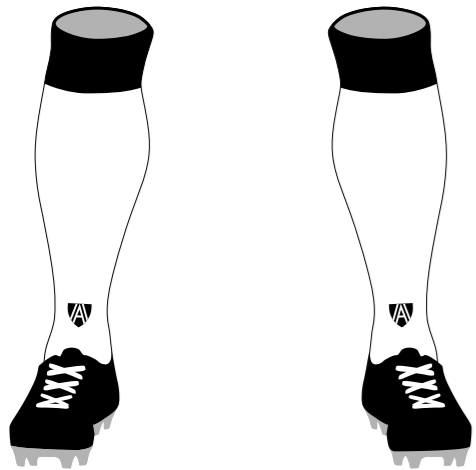
WHITE
C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0

BLACK
C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100

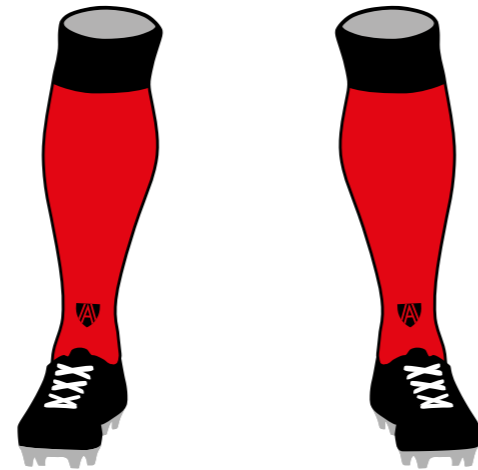


RED
C: 0 R: 227
M: 100 G: 6
Y: 100 B: 19
K: 0

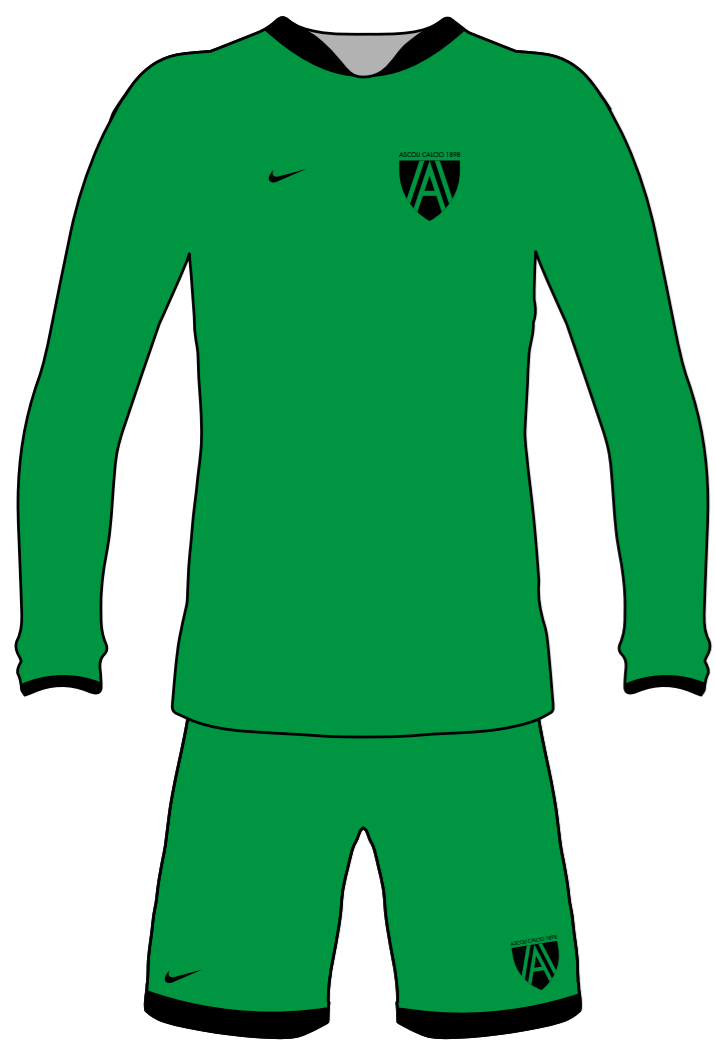
BLACK
C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100



PRIMA MAGLIA

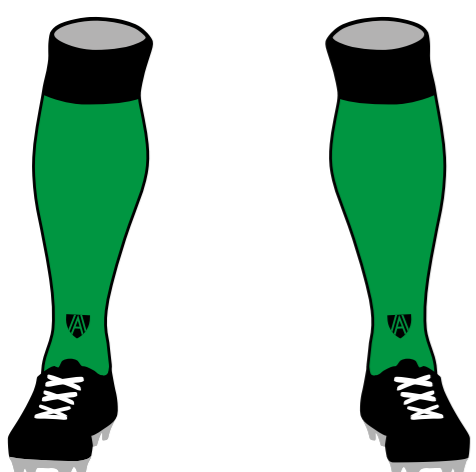


SECONDA MAGLIA



GREEN
C: 100 R: 0
M: 0 G: 255
Y: 100 B: 64
K: 0

BLACK
C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100



MAGLIA PORTIERE



WHITE
C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0

BLACK
C: 0 R: 29
M: 0 G: 29
Y: 0 B: 27
K: 100

TUTA

MERCHANDISING



Borsone



Giacca



Tazza



Cappello



Orologio



Maglietta

SITO

Pixel 1366 x 768
Font: Futura

HOME

Pagina home del sito web dove vengono riportate le news, le foto-gallery e i prossimi eventi.



BIGLIETTERIA

Pagina biglietteria, qui vengono espone tutte le informazioni e le promozioni riguardanti i biglietti.



SQUADRA

Pagina dedicata alla rosa della società. La sezione è divisa in due parti: prima squadra e settore giovanile.



STADIO

Pagina stadio, racconta la storia della casa dell'Ascoli con l'aiuto di materiale fotografico.



STORIA

La pagina storia racconta del passato della società fino all'ultima stagione conclusa con l'apporto di immagini.



ASCOLI STORE

Lo store raccoglie tutti i prodotti di merchandising dell'Ascoli e li rende acquistabili anche dai tifosi più lontani.



STORE



PULLMAN

