



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

manuale d'uso del marchio d'Ateneo

2021

Restyling del marchio d'Ateneo

coordinamento

Paolo Belardi

progetto grafico

Marco Williams Fagioli

applicazioni

Valeria Menchetelli, Giovanna Ramaccini

Manuale d'uso

coordinamento

Paolo Belardi, Valeria Menchetelli

progetto e redazione

Giovanna Ramaccini

Il marchio, di cui l'Università degli Studi di Perugia detiene la titolarità esclusiva, è stato registrato in data 25 agosto 2020 (numero deposito 30202000071023).

Il presente manuale d'uso è stato approvato dal Senato Accademico dell'Università degli Studi di Perugia nella seduta del 24 novembre 2020.

Indice

Introduzione	7
Il marchio d'Ateneo	9
La storia	10
Gli elementi del marchio	12
Il marchio	14
Gli usi degli elementi del marchio	16
Le proporzioni	18
La versione in positivo monocroma	20
La versione in negativo	21
I caratteri tipografici istituzionali	22
I colori istituzionali	24
Le dimensioni minime	26
L'area di rispetto	27
Gli usi su fondi grigi	28
Gli usi su fondi colorati	30
Gli usi su fondi fotografici	32
Gli usi impropri	36
I logotipi delle sedi distaccate	39
Le versioni in positivo monocrome	42
Le versioni in negativo	43
Le dimensioni minime	44
L'area di rispetto	45
Gli usi su fondi grigi	46
Gli usi su fondi colorati	48
Gli usi su fondi fotografici	50
Gli usi impropri	54
I logotipi dei Dipartimenti	57
Le versioni in positivo monocrome	66
Le versioni in negativo	74
Le versioni in lingua inglese	82
Le versioni per i Dipartimenti di Eccellenza	90
Le dimensioni minime	92
L'area di rispetto	93
Gli usi su fondi grigi	94
Gli usi su fondi colorati	96
Gli usi su fondi fotografici	98
Gli usi impropri	100
Le applicazioni	103
Nota introduttiva sulla eco-sostenibilità	
Il "verde Unipg"	104
Le carte intestate	106
Le buste	108
Le cartelline	110
I biglietti da visita	114
I template PowerPoint	116
I profili social	120
Le firme e-mail	122
Le locandine	123
La segnaletica	124
Gli usi abbinati del marchio d'Ateneo	125
Il merchandising	128

Introduzione

L'operazione di restyling del marchio dell'Università degli Studi di Perugia rientra in un processo di aggiornamento dell'immagine visiva d'Ateneo avviato nel 2020, in linea con gli obiettivi delineati dal Piano di Comunicazione per il triennio 2020-2022.

Attraverso la definizione del nuovo marchio, l'Università veicola visivamente un patrimonio di valori che richiedono attenzione e rigore. In questo senso, il presente manuale d'uso si configura come uno strumento atto a offrire le informazioni necessarie al corretto impiego dei principali elementi che connotano l'identità visiva istituzionale (quali il marchio, i colori e i caratteri) regolando in modo organico i diversi livelli e metodi di comunicazione (dalla comunicazione interna alla comunicazione con un pubblico esterno, dalla comunicazione cartacea alla comunicazione digitale) al fine di garantire un'immediata riconoscibilità dell'immagine dell'Ateneo.

Il marchio d'Ateneo

La storia

Il processo di evoluzione del marchio dell'Università degli Studi di Perugia affonda le proprie radici nel periodo medioevale. I primi documenti che attestano la nascita dello *Studium* risalgono al 1276 e sono relativi alla notizia di un insegnamento attivato in città, successivamente confermata da una disposizione del 1285, tramite cui il Comune di Perugia si impegna a promuovere la fondazione di uno *Studium*. L'obiettivo è ufficialmente raggiunto circa venti anni più tardi. L'8 settembre 1308, con l'emissione della bolla di papa Clemente V, l'istituzione perugina acquisisce lo status di "Facultas doctorandi" decretando la nascita dell'Università degli Studi di Perugia. In quest'epoca allo *Studium* fa capo una pluralità di istituzioni, ciascuna delle quali caratterizzata da un proprio sigillo. Tra i simboli prevalentemente impiegati risaltano la figura di Sant'Ercolano, vescovo della città e caratterizzante il sigillo del Comune di Perugia (principale fondatore dell'Università) e quella del Grifo, animale chimerico per metà leone e per metà aquila. Tuttavia, il passaggio alla moderna versione del marchio inizia nel 1925, quando il Ministero della Pubblica Istruzione dispone che tutte le Università italiane si forniscano di sigilli riproducenti lo stemma storico. Sotto la guida del Magnifico Rettore professore Giuseppe Ermini, l'ambizioso progetto viene assegnato a un'équipe costituita dal professore Luigi Tarulli (cui vengono affidati gli aspetti relativi alle ricerche storiche) e al professore Alberto Iraci (cui vengono affidati gli aspetti relativi all'ideazione grafica). La proposta definitiva recupera la tradizione storica. Infatti, le due figure di Sant'Ercolano e del Grifo, precedentemente utilizzate in contesti separati, vengono composte in un unico disegno. Il sigillo si compone di uno scudo contornato da un cerchio che ospita la dicitura "STUDIUM GENERALE CIVITATIS PERUSII CONSTITUTUM A.D. MCCLXXVI". Nello scudo bipartito sono inseriti a destra il Grifo rampante, emblema della città, e a sinistra Sant'Ercolano, patrono dello *Studium*, rappresentato in piedi con la mano destra benedicente e con la sinistra che stringe il pastorale e una palma e racchiuso all'interno della scritta "Sanctus Herculanus".

Da allora il marchio dell'Università è stato sottoposto a diversi restyling, di cui l'ultimo risale al 2012. Il marchio si compone di un sigillo e di un logotipo. Il sigillo è costituito da due circonferenze concentriche. La circonferenza interna, definita da un contorno nero, è suddivisa verticalmente in due parti. A sinistra è raffigurato Sant'Ercolano, in bianco su fondo blu, e a destra il Grifo rampante, in bianco su fondo rosso. All'interno della corona circolare, con carattere Times New Roman in nero su fondo bianco, è riportata la dicitura "STUDIUM GENERALE CIVITATIS PERUSII A.D. MCCCVIII". Al di sotto del sigillo, in posizione centrata, è posto il logotipo "Università degli Studi di Perugia", realizzato con carattere Frutiger nero.

In alto, diritto di una medaglia che riporta l'antico sigillo dell'Università degli Studi di Perugia.
In basso, il marchio dell'Università degli Studi di Perugia esito dell'operazione di restyling del 2013.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Gli elementi del marchio

L'operazione di restyling del marchio d'Ateneo si inserisce in maniera coerente nel solco degli obiettivi introdotti dal Piano di Comunicazione 2020-2022. Questi possono essere sintetizzati da quattro parole chiave: apertura, internazionalizzazione, tradizione e innovazione. In questo senso, il nuovo marchio risponde a due esigenze specifiche. Da un lato, valorizzare la connotazione storica dell'Ateneo, mantenendo i simboli e i colori tradizionali; dall'altro lato, veicolare l'immagine dell'Ateneo in maniera flessibile, ampliandone la diffusione anche a livello internazionale.

Il nuovo marchio, caratterizzato da uno sviluppo orizzontale, si compone di due elementi: il sigillo, posto a sinistra, e il logotipo, posto a destra. Il nuovo sigillo recupera il disegno e i colori tradizionali. La caratterizzazione tipografica della dicitura latina "STUDIUM GENERALE CIVITATIS PERUSII A.D. MCCCVIII", posta sulla corona, viene aggiornata adottando il carattere Circular, nel peso Book.

Il nuovo logotipo dell'Università degli Studi di Perugia è la rappresentazione grafica della sigla "unipg", racchiusa all'interno di una cornice rettangolare definita visivamente da tre elementi: due filetti orizzontali, allineati in basso a sinistra e in alto a destra rispetto al logotipo e la data di fondazione, A.D. 1308, in numeri arabi, allineata in alto a sinistra rispetto al logotipo. La caratterizzazione cromatica del logotipo nel blu istituzionale rafforza l'identità storica dell'Ateneo perugino. Al di sotto del logotipo, allineato a sinistra, è posto il descrittore "Università degli Studi di Perugia", il cui impiego è previsto anche nel contesto di comunicazioni in lingua inglese. Il descrittore, in nero, è composto da lettere maiuscole, anch'esse in carattere Circular e nel peso Book.

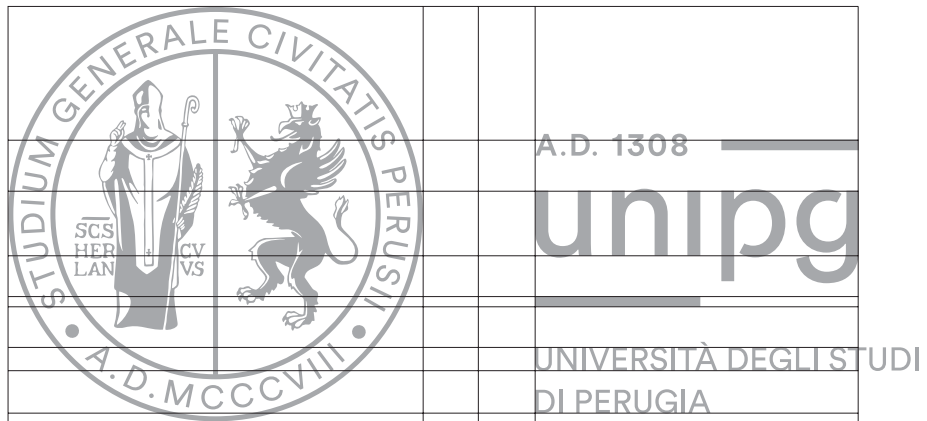
"Il nuovo logotipo dell'Università degli Studi di Perugia è stato ideato per risultare più sintetico, contemporaneo e di facile lettura, senza dimenticare il legame con le sue origini e il valore in chiave storica e identitaria nell'abbinamento con il restyling del sigillo originale del 1308. Unipg come abbreviativo, in minuscolo, corredato dalla dicitura 'A.D. 1308' per sottolineare i valori espressi dall'antica storia dell'Ateneo. Il logotipo 'unipg' è stato progettato partendo da un carattere tipografico 'sans-serif' successivamente modificato nel design, sia per poter essere abbinato al sigillo, sia per essere utilizzato nella sua applicazione più sintetica che rende ancora più attuale l'immagine dell'Ateneo proiettato costantemente al confronto con le grandi realtà internazionali. Il progetto di restyling dell'immagine dell'Università degli Studi di Perugia consente di disporre di un logotipo maggiormente versatile e più efficace nelle applicazioni, dai materiali stampati al web, dai documenti istituzionali al merchandising di Ateneo" (Marco Williams Fagioli, 2020).

Dall'alto: il sigillo, il logotipo, il logotipo con descrittore



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Il marchio





A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

Gli usi degli elementi del marchio

Un aspetto centrale del nuovo marchio d'Ateneo riguarda la sua versatilità d'uso volta a rispondere a differenti contesti ed esigenze di comunicazione (da situazioni di rappresentanza istituzionale a situazioni di divulgazione esterne all'istituzione) pur mantenendo un'immagine coerente e riconoscibile. In questo senso è ammesso l'uso disgiunto di sigillo e logotipo secondo le modalità di seguito illustrate.

L'uso del marchio

L'impiego del marchio (composto dalla combinazione del sigillo e del logotipo con descrittore) viene previsto in tutti i contesti comunicativi che richiedono di rappresentare in maniera ufficiale e formale l'istituzione Università degli Studi di Perugia.

Rientrano ad esempio in questo caso applicazioni quali certificati, attestati, attestati di laurea, timbri, caratterizzazione di spazi di rappresentanza, comunicazioni legate a cerimonie istituzionali.

L'uso del sigillo

L'impiego del sigillo disgiunto dal logotipo è previsto esclusivamente nel contesto specifico delle applicazioni del marchio contemplate all'interno del presente manuale (dalla carta intestata al merchandising). Solo in questi casi, il sigillo è usato in maniera indipendente rispetto al logotipo, ma mai in sostituzione di questo. Non è mai consentito l'uso del solo sigillo da parte di un pubblico esterno.

L'uso del logotipo con descrittore

L'impiego del logotipo con descrittore (disgiunto dal sigillo) viene previsto in tutti i contesti comunicativi che attengono le relazioni pubbliche dell'Università degli Studi di Perugia e di ogni singolo componente della comunità accademica.

Rientrano ad esempio in questo caso applicazioni quali biglietti da visita, locandine di eventi, presentazioni ppt.

L'uso del logotipo

Alcune applicazioni prevedono l'impiego del solo logotipo privo del descrittore, utilizzato in tutti i contesti comunicativi che richiedono una maggiore sintesi grafica e in cui la riconoscibilità è affidata al solo elemento iconico costituito dal logotipo.

Rientrano ad esempio in questo caso applicazioni quali merchandising, personalizzazione di mezzi di trasporto.

Dall'alto: il marchio, il sigillo, il logotipo con descrittore, il logotipo



A.D. 1308 —
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308 —
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308 —
unipg

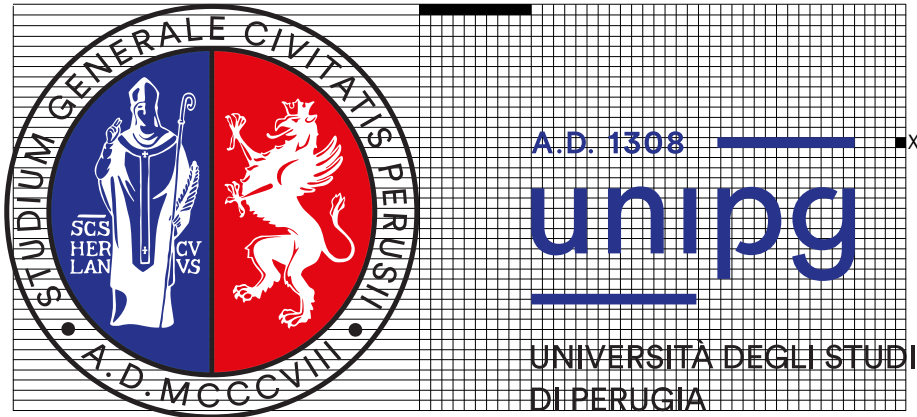
Le proporzioni

La composizione del marchio dell'Università degli Studi di Perugia rispetta una geometria rigorosa e una precisa distanza tra il sigillo e il logotipo, che conferiscono al marchio uno sviluppo orizzontale.

I rapporti proporzionali tra gli elementi sono parte integrante del marchio e pertanto non possono essere in alcun caso modificati.

Il marchio può essere ingrandito o rimpicciolito (purché nei limiti minimi di leggibilità stabiliti dal presente manuale nel paragrafo dedicato alle dimensioni minime), ma non può essere alterato nelle sue proporzioni.

10X



La versione in positivo monocroma

Nella versione in positivo monocroma il marchio e ciascun elemento che lo compone (sigillo e logotipo) sono rappresentati in nero.

Questa versione può essere impiegata in alternativa al marchio policromo nei casi in cui il contesto di applicazione ne renda opportuno l'impiego sia in termini di coerenza grafica sia in termini di leggibilità del marchio stesso (per approfondimenti in questo senso si rimanda ai paragrafi del presente manuale dedicati agli usi del marchio sui diversi tipi di fondi).



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

La versione in negativo

Nella versione in negativo il marchio e ciascun elemento che lo compone (sigillo e logotipo) assumono l'aspetto monocromatico bianco.

Questa versione va sempre impiegata nel caso di fondi caratterizzati dai colori istituzionali, nonché di fondi colorati e fotografici sufficientemente scuri, garantendone la leggibilità (per approfondimenti si rimanda ai paragrafi del presente manuale dedicati agli usi sui diversi tipi di fondi).



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

I caratteri tipografici istituzionali

I due caratteri tipografici individuati consentono grande varietà di impiego, sia nei tradizionali formati cartacei sia in quelli digitali, garantendo un'alta leggibilità. In particolare, sono state individuate due famiglie tipografiche, Circular e Work Sans, di cui vengono di seguito illustrate le caratteristiche e specificati i relativi impieghi.

Circular è una famiglia di caratteri ideata nel 2008 dal graphic designer svedese Laurenz Brunner, scelta per l'estrema coerenza rispetto agli obiettivi dell'immagine d'Ateneo. Infatti, la famiglia di caratteri Circular si distingue per la vocazione a una comunicazione universale, dimostrata dalle applicazioni nei diversi alfabeti (quali l'arabo, l'ebraico, il cirillico, il greco e il vietnamita). Dal 2013 il carattere viene distribuito dalla compagnia svizzera Lineto. Nell'immagine coordinata d'Ateneo, il carattere è impiegato nel peso Book ed è utilizzato esclusivamente per la composizione del marchio d'Ateneo e delle sue declinazioni.

Work Sans è una famiglia di caratteri Sans Serif ideata nel 2015 dal graphic designer australiano Wei Huang. I diversi pesi sono progettati per ottimizzare per l'uso del testo in formato digitale e cartaceo. Si tratta di un carattere con licenza libera, distribuito da Google Fonts. Data l'estrema facilità di acquisizione, il carattere Work Sans è stato scelto per caratterizzare ogni aspetto grafico dell'università, dalla segnaletica alla produzione autonoma di documenti. L'impiego del carattere è previsto prevalentemente nei pesi Regular e Semi Bold.

In alto, il tipo di carattere Circular nel peso Book.
In basso, il tipo di carattere Work Sans nel peso Regular.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

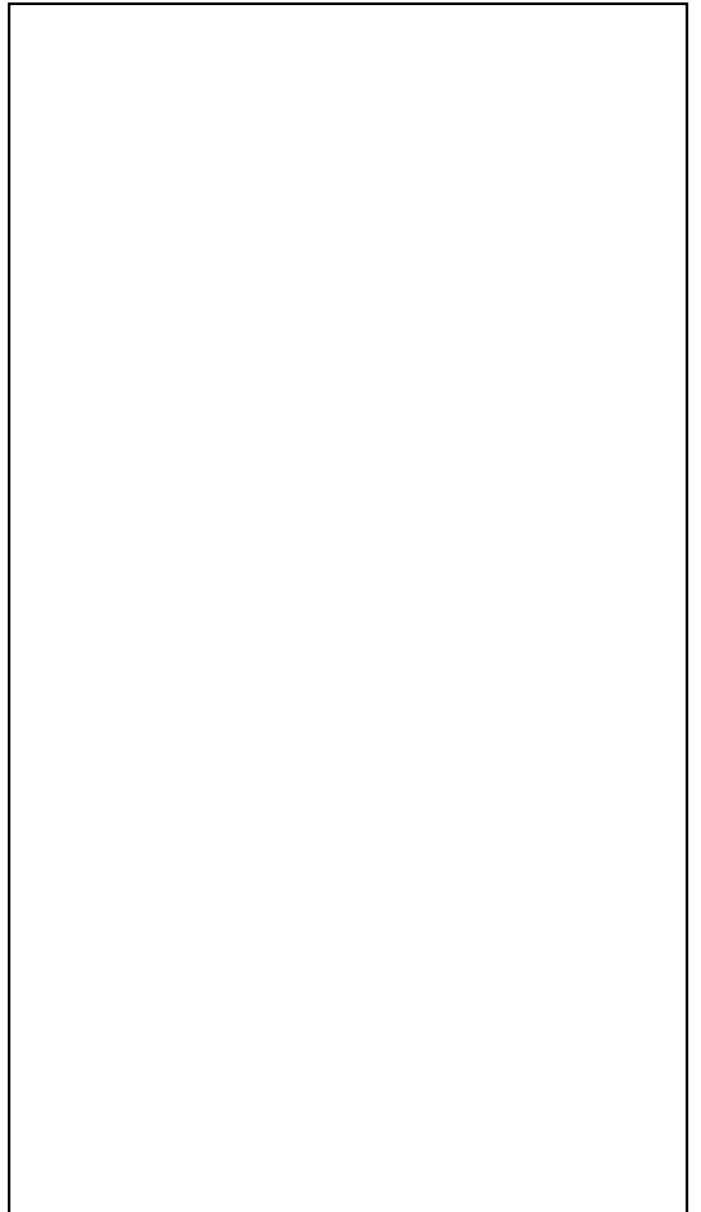
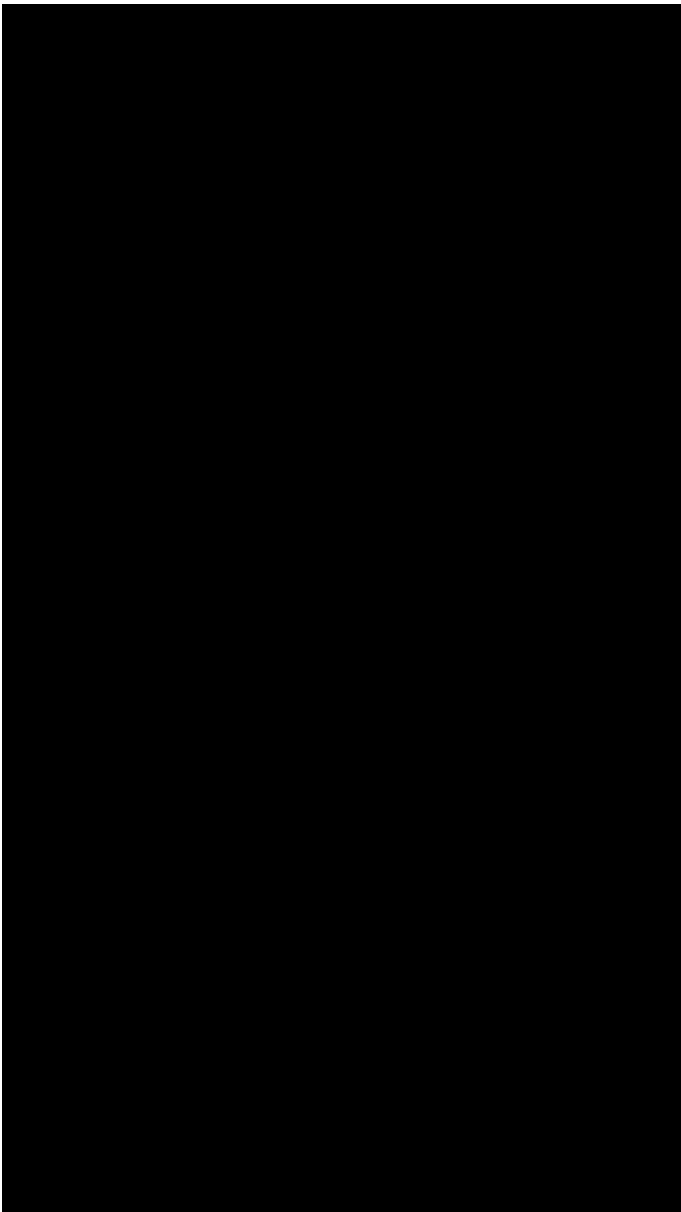
I colori istituzionali

I colori ufficiali dell'Università degli Studi di Perugia sono il "blu Unipg" e il "rosso Unipg" oltre al nero e al bianco. A partire dalla caratterizzazione cromatica del marchio stesso, questi due colori accompagnano ogni aspetto dell'immagine coordinata dell'Università.



<u>C</u> 100	<u>R</u> 39	<u>#</u> 27348B	<u>pantone</u> 7687 C
<u>M</u> 90	<u>G</u> 52		
<u>Y</u> 0	<u>B</u> 139		
<u>K</u> 0			

<u>C</u> 0	<u>R</u> 227	<u>#</u> E30613	<u>pantone</u> 185 C
<u>M</u> 100	<u>G</u> 6		
<u>Y</u> 100	<u>B</u> 19		
<u>K</u> 0			



C 0 R 0 # 000000
M 0 G 0
Y 0 B 0
K 100

C 0 R 255 # ffffff
M 0 G 255
Y 0 B 255
K 0

Le dimensioni minime

Al fine di garantire l'adeguata visibilità e la corretta leggibilità di tutti gli elementi che compongono il marchio, nelle sue applicazioni la dimensione in altezza non deve essere inferiore a 18 mm.

La stessa dimensione minima deve essere garantita anche nei casi di uso disgiunto di sigillo e logotipo con descrittore.

Nel caso del solo logotipo, la dimensione in altezza non deve essere inferiore a 12 mm.



L'area di rispetto

L'area di rispetto indica lo spazio libero minimo che deve intercorrere necessariamente tra il marchio e ulteriori elementi (quali bordo pagina, testo o immagini) affinché questi non interferiscano con la leggibilità del marchio stesso. La dimensione dello spazio libero varia proporzionalmente in relazione alla dimensione del marchio. La stessa area di rispetto deve essere garantita anche nel caso di uso disgiunto di sigillo e logotipo.



Gli usi su fondi grigi

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto volto a garantire l'immediata visibilità del marchio e dei suoi elementi, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi caratterizzati da diverse percentuali di grigio. In particolare, nel caso di fondi caratterizzati da una percentuale di nero uguale o superiore al 60% è raccomandato l'utilizzo delle versioni monocrome bianche.

0%



A.D. 1308
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308
unipg

20%



A.D. 1308
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308
unipg

40%



A.D. 1308
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308
unipg

60%

80%

100%



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308

unipg

A.D. 1308

unipg

A.D. 1308

unipg

Gli usi su fondi colorati

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto necessario a garantire la visibilità del marchio e dei suoi elementi, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi colorati. In particolare, in questi casi si suggerisce di impiegare le versioni monocrome, bianche o nere, opportunamente scelte in relazione al tipo di fondo.





A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308

unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308

unipg

A.D. 1308

unipg

A.D. 1308

unipg

Gli usi su fondi fotografici

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto necessario a garantire la visibilità del marchio, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi fotografici. Solo nell'eventualità eccezionale in cui non sia possibile ottenere una buona visibilità è consentito introdurre un fondino bianco (con trasparenza compresa tra il 70% e l'80% e di dimensione pari all'area di rispetto) su cui posizionare il marchio stesso o gli elementi che lo compongono (sigillo e logotipo).



Esempi di applicazione del logotipo con descrittore su diversi fondi fotografici.



Esempi di applicazione del logotipo su diversi fondi fotografici.



Gli usi impropri

Il marchio, in quanto espressione dell'identità visiva dell'Università degli Studi di Perugia, deve essere usato con il massimo rigore. Il marchio non deve mai essere alterato nelle sue proporzioni, allungato, capovolto o distorto. Al fine di scongiurare applicazioni improprie, di seguito viene riportato un elenco di alcuni usi scorretti declinati nei quattro possibili casi di utilizzo del marchio.

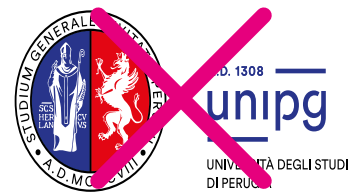
1



2



3



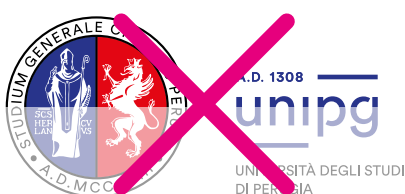
Non è mai consentito

- 1 Alterare la posizione e i rapporti tra gli elementi
- 2 Alterare il tipo di carattere
- 3 Alterare le proporzioni
- 4 Alterare i colori
- 5 Introdurre o sovrapporre elementi grafici
- 6 Ruotare

4

5

6



I logotipi delle sedi distaccate

Ciascuna delle sedi distaccate è identificata da un proprio logotipo con descrittore. In particolare, ciascuna sede è distinguibile grazie al nome della città riportato all'interno del descrittore stesso.



A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI TERNI

Le versioni in positivo monocrome

Nella versione in positivo monocroma ciascun logotipo delle quattro sedi distaccate è rappresentato interamente in nero.

Questa versione può essere impiegata in alternativa al logotipo policromo nei casi in cui il contesto di applicazione ne renda opportuno l'impiego sia in termini di coerenza grafica sia in termini di leggibilità del logotipo stesso (per approfondimenti in questo senso si rimanda ai paragrafi del presente manuale dedicati agli usi dei logotipi sui diversi tipi di fondi).

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI TERNI

Le versioni in negativo

Nella versione in negativo ciascun logotipo delle quattro sedi distaccate assume l'aspetto monocromatico bianco.

Questa versione va sempre impiegata nel caso di fondi caratterizzati dai colori istituzionali, nonché di fondi colorati e fotografici sufficientemente scuri, garantendone la leggibilità (per approfondimenti si rimanda ai paragrafi del presente manuale dedicati agli usi sui diversi tipi di fondi).

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg
—
SEDE DI TERNI

Le dimensioni minime

Al fine di garantire l'adeguata visibilità e la corretta leggibilità dei logotipi, nelle loro applicazioni la dimensione in altezza non deve essere inferiore a 18 mm.



L'area di rispetto

L'area di rispetto indica lo spazio libero minimo che deve intercorrere necessariamente tra il logotipo e ulteriori elementi (quali bordo pagina, testo o immagini) affinché questi non interferiscano con la leggibilità del logotipo stesso. La dimensione dello spazio libero varia proporzionalmente in relazione alla dimensione del logotipo.



Gli usi su fondi grigi

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto volto a garantire l'immediata visibilità del logotipo, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi caratterizzati da diverse percentuali di grigio. In particolare, nel caso di fondi caratterizzati da una percentuale di nero uguale o superiore al 60% è raccomandato l'utilizzo delle versioni monocrome bianche.

0%

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI TERNI

20%

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI TERNI

40%

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg
SEDE DI TERNI

60%

80%

100%

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI TERNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI TERNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI TERNI

Gli usi su fondi colorati

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto necessario a garantire la visibilità del logotipo, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi colorati. In particolare, in questi casi si suggerisce di impiegare le versioni monocrome, bianche o nere, opportunamente scelte in relazione al tipo di fondo.



A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI TERNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI TERNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI ASSISI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI FOLIGNO

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI NARNI

A.D. 1308 —
unipg

SEDE DI TERNI

Gli usi su fondi fotografici

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto necessario a garantire la visibilità del logotipo, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi fotografici. Solo nell'eventualità eccezionale in cui non sia possibile ottenere una buona visibilità è consentito introdurre un fondino bianco (con trasparenza compresa tra il 70% e l'80% e di dimensione pari all'area di rispetto) su cui posizionare il logotipo stesso.



Pagina a fronte, esempi di applicazione del logotipo della sede di Assisi su diversi fondi fotografici.
In basso, esempi di applicazione del logotipo della sede di Foligno su diversi fondi fotografici.



Esempi di applicazione del logotipo della sede distaccata di Narni su diversi fondi fotografici.



Esempi di applicazione del logotipo della sede distaccata di Terni su diversi fondi fotografici.



Gli usi impropri

Anche il logotipo delle sedi distaccate, in quanto espressione dell'identità visiva dell'Università degli Studi di Perugia, deve essere usato con il massimo rigore. Il logotipo non deve mai essere alterato nelle sue proporzioni, allungato, capovolto o distorto.

Al fine di scongiurare applicazioni improprie, di seguito viene riportato un elenco di alcuni usi scorretti.

1



2



3



Non è mai consentito

- 1 Alterare la posizione e i rapporti tra gli elementi
- 2 Alterare il tipo di carattere
- 3 Alterare le proporzioni
- 4 Alterare i colori
- 5 Introdurre o sovrapporre elementi grafici
- 6 Ruotare

4



5



6



I logotipi dei Dipartimenti

Ciascuno dei 14 Dipartimenti è identificato da un proprio logotipo con descrittore. In particolare, ciascun Dipartimento è distinguibile grazie alla relativa denominazione riportata all'interno del descrittore stesso. I logotipi con descrittore di ciascun Dipartimento sostituiscono i marchi esistenti. Nel caso di materiali già in possesso caratterizzati dal marchio esistente, questi possono essere impiegati fino a esaurimento delle scorte nell'ottica della limitazione degli sprechi.

A.D. 1308 —
unipg
—

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg
—

DIPARTIMENTO
DI ECONOMIA



DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA,
SCIENZE SOCIALI, UMANE
E DELLA FORMAZIONE



DIPARTIMENTO
DI FISICA E GEOLOGIA

A.D. 1308 —
unipg
—
DIPARTIMENTO
DI GIURISPRUDENZA

A.D. 1308 —
unipg
—
DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
CIVILE E AMBIENTALE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI LETTERE -
LINGUE, LETTERATURE
E CIVILTÀ ANTICHE E MODERNE

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI MATEMATICA E INFORMATICA

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI MEDICINA E CHIRURGIA



DIPARTIMENTO
DI MEDICINA VETERINARIA



DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE FARMACEUTICHE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE POLITICHE

Le versioni in positivo monocrome

Nella versione in positivo monocroma ciascun logotipo dei quattordici Dipartimenti è rappresentato interamente in nero.

Questa versione può essere impiegata in alternativa al logotipo policromo nei casi in cui il contesto di applicazione ne renda opportuno l'impiego sia in termini di coerenza grafica sia in termini di leggibilità del logotipo stesso (per approfondimenti in questo senso si rimanda ai paragrafi del presente manuale dedicati agli usi dei logotipi sui diversi tipi di fondi).

A.D. 1308 —

unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —

unipg

DIPARTIMENTO
DI ECONOMIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA,
SCIENZE SOCIALI, UMANE
E DELLA FORMAZIONE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI FISICA E GEOLOGIA

A.D. 1308 —

unipg

DIPARTIMENTO
DI GIURISPRUDENZA

A.D. 1308 —

unipg

DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA

A.D. 1308 
unipg


DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
CIVILE E AMBIENTALE

A.D. 1308 
unipg


DIPARTIMENTO DI LETTERE -
LINGUE, LETTERATURE
E CIVILTÀ ANTICHE E MODERNE

A.D. 1308 —

unipg

DIPARTIMENTO
DI MATEMATICA E INFORMATICA

A.D. 1308 —

unipg

DIPARTIMENTO
DI MEDICINA E CHIRURGIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI MEDICINA VETERINARIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE FARMACEUTICHE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE POLITICHE

Le versioni in negativo

Nella versione in negativo in ciascun logotipo dei quattordici Dipartimenti assume l'aspetto monocromatico bianco.

Questa versione va sempre impiegata nel caso di fondi caratterizzati dai colori istituzionali, nonché di fondi colorati e fotografici sufficientemente scuri, garantendone la leggibilità (per approfondimenti si rimanda ai paragrafi del presente manuale dedicati agli usi sui diversi tipi di fondi).

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI ECONOMIA

A.D. 1308 —
unipg
—

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA,
SCIENZE SOCIALI, UMANE
E DELLA FORMAZIONE

A.D. 1308 —
unipg
—

DIPARTIMENTO
DI FISICA E GEOLOGIA

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI GIURISPRUDENZA

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
CIVILE E AMBIENTALE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI LETTERE -
LINGUE, LETTERATURE
E CIVILTÀ ANTICHE E MODERNE

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI MATEMATICA E INFORMATICA

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI MEDICINA E CHIRURGIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI MEDICINA VETERINARIA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE FARMACEUTICHE

A.D. 1308

unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE POLITICHE

Le versioni in lingua inglese

Nel caso di comunicazioni a livello internazionale, è possibile utilizzare il logotipo con descrittore in lingua inglese.

A.D. 1308

unipg

DEPARTMENT OF CHEMISTRY,
BIOLOGY AND BIOTECHNOLOGY

A.D. 1308

unipg

DEPARTMENT
OF ECONOMICS



DEPARTMENT OF PHILOSOPHY,
SOCIAL SCIENCES
AND EDUCATION



DEPARTMENT
OF PHYSICS AND GEOLOGY

A.D. 1308 —
unipg
—
DEPARTMENT
OF LAW

A.D. 1308 —
unipg
—
DEPARTMENT
OF ENGINEERING



DEPARTMENT OF CIVIL
AND ENVIRONMENTAL
ENGINEERING



DEPARTMENT OF HUMANITIES,
ANCIENT AND MODERN LANGUAGES,
LITERATURE AND CULTURES



DEPARTMENT OF MATHEMATICS
AND COMPUTER SCIENCES



DEPARTMENT
OF MEDICINE AND SURGERY



DEPARTMENT
OF VETERINARY



DEPARTMENT
OF AGRICULTURAL, FOOD
AND ENVIRONMENTAL SCIENCES



DEPARTMENT
OF PHARMACEUTICAL SCIENCES



DEPARTMENT
OF POLITICAL SCIENCES

Le versioni per i Dipartimenti di Eccellenza

Nel caso di attribuzione della qualifica a Dipartimento di Eccellenza, il descrittore del logotipo del Dipartimento verrà integrata con un'ulteriore riga costituita dalla dicitura "Dipartimento di Eccellenza", in "blu Unipg", composta da lettere maiuscole, carattere Circular e peso Medium.

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE
DIPARTIMENTO DI ECCELLENZA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
CIVILE E AMBIENTALE
DIPARTIMENTO DI ECCELLENZA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE FARMACEUTICHE
DIPARTIMENTO DI ECCELLENZA

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE POLITICHE
DIPARTIMENTO DI ECCELLENZA

Le dimensioni minime

Al fine di garantire l'adeguata visibilità e la corretta leggibilità dei logotipi, nelle loro applicazioni la dimensione in altezza non deve essere inferiore a 18 mm, nel caso dei logotipi con descrittore su due righe, e a 20 mm, nel caso dei logotipi con descrittore su tre linee.

A titolo esemplificativo di seguito vengono riportati due esempi, uno per ciascuna della due tipologie individuate.



L'area di rispetto

L'area di rispetto indica lo spazio libero minimo che deve intercorrere necessariamente tra il logotipo e ulteriori elementi (quali bordo pagina, testo o immagini) affinché questi non interferiscano con la leggibilità del logotipo stesso. La dimensione dello spazio libero varia proporzionalmente in relazione alla dimensione del logotipo. A titolo esemplificativo di seguito vengono riportati due esempi relativi ai due possibili casi di sviluppo del descrittore su due o tre righe.



Gli usi su fondi grigi

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto volto a garantire l'immediata visibilità del logotipo, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi caratterizzati da diverse percentuali di grigio. In particolare, nel caso di fondi caratterizzati da una percentuale di nero uguale o superiore al 60% è raccomandato l'utilizzo delle versioni monocrome bianche.

0%

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

20%

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

40%

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

60%

80%

100%

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

Gli usi su fondi colorati

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto necessario a garantire la visibilità del logotipo, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi colorati. In particolare, in questi casi si suggerisce di impiegare le versioni monocrome, bianche o nere, opportunamente scelte in relazione al tipo di fondo.

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

A.D. 1308 —
unipg

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

Gli usi su fondi fotografici

Al fine di ottenere il giusto livello di contrasto necessario a garantire la visibilità del logotipo, vengono riportati una serie di esempi utili nel caso di applicazione su fondi fotografici. Solo nell'eventualità eccezionale in cui non sia possibile ottenere una buona visibilità è consentito introdurre un fondino bianco (con trasparenza compresa tra il 70% e l'80% e di dimensione pari all'area di rispetto) su cui posizionare il logotipo stesso.



Pagina a fronte, esempi di applicazione del logotipo del Dipartimento di Chimica, Biologia e Biotecnologie su diversi fondi fotografici. In basso, esempi di applicazione del logotipo del Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali su diversi fondi fotografici.



Gli usi impropri

Anche il logotipo dei Dipartimenti, in quanto espressione dell'identità visiva dell'Università degli Studi di Perugia, deve essere usato con il massimo rigore. Il logotipo non deve mai essere alterato nelle sue proporzioni, allungato, capovolto o distorto.

Al fine di scongiurare applicazioni improprie, di seguito viene riportato un elenco di alcuni usi scorretti.

1



2



3



Non è mai consentito

- 1 Alterare la posizione e i rapporti tra gli elementi
- 2 Alterare il tipo di carattere
- 3 Alterare le proporzioni
- 4 Alterare i colori
- 5 Introdurre o sovrapporre elementi grafici
- 6 Ruotare

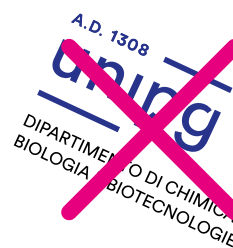
4



5



6



Le applicazioni

Nota introduttiva sulla ecosostenibilità

Tra i principali obiettivi del Piano di Comunicazione dell'Università degli Studi di Perugia per il triennio 2020-2022 risalta la costruzione di una chiara identità dell'Ateneo quale soggetto sensibile alle problematiche della sostenibilità. In questo senso, nel delineare le diverse applicazioni del marchio, è stato tenuto conto di usi attenti rispetto all'impatto ambientale. Oltre a incentivare la comunicazione utilizzando strumenti digitali (esigenza necessariamente legata a una comunicazione ormai globalizzata) potenziando pagine internet e profili social, nel caso dei materiali cartacei il concetto della sostenibilità si concretizza in un approccio volto a limitare lo spreco a partire dalla fase di ideazione delle diverse applicazioni.

In particolare, laddove possibile, i materiali cartacei sono concepiti evitando l'introduzione di informazioni specifiche e affidando invece la caratterizzazione grafica a elementi validi a livello generale (quali il marchio, il sigillo e il logotipo) opportunamente impiegati in relazione alle finalità individuate. Tale scelta è volta a favorire una possibilità di impiego del materiale diffusa e trasversale, limitando quindi l'accumulo di rimanenze e il relativo spreco.

Analogamente, per quanto riguarda la realizzazione degli oggetti destinati al merchandising, sin dalla fase di affidamento viene attribuito particolare valore all'individuazione di prodotti rispettosi dei requisiti di sostenibilità ambientale (ad esempio l'impiego di materiali riutilizzabili, biodegradabili e riciclabili) e di oggetti che veicolino una forte vocazione sostenibile (ad esempio la shopper ecologica riutilizzabile o la borraccia).

Il “verde Unipg”

Coerentemente con il processo di costituzione della propria immagine sostenibile, l'Università degli Studi di Perugia ha deciso di connotare in maniera identitaria tutte le azioni svolte o programmate in tale ambito coniando un nuovo colore, il “verde Unipg”. In tutti i contesti di applicazione del marchio in cui si vuole veicolare anche visivamente l'attenzione riposta dall'Ateneo verso l'importanza di scelte sostenibili, è così previsto l'impiego del marchio nella versione *green*. Il “verde Unipg” è generato dalla combinazione tra i colori identitari dell'Università degli Studi di Perugia (in particolare il “rosso Unipg”, il “blu Unipg” e il nero). Sebbene la sensibilità alle problematiche ambientali, sociali ed economiche riguardi trasversalmente le scelte attuate dall'Ateneo, in tutti gli ambiti contrassegnati da uno spiccato impegno rivolto a favorire comportamenti sostenibili (dal coinvolgimento in progetti di ricerca alla realizzazione di prodotti di merchandising) è previsto l'uso del marchio e delle sue componenti nella declinazione cromatica “verde Unipg”. In tal senso, il “verde Unipg” è previsto applicato all'intero marchio, al logotipo con descrittore e al logotipo. Anche nel caso specifico della versione “verde Unipg”, per il corretto impiego delle componenti del marchio restano invariati i criteri introdotti e illustrati nel presente manuale (*Gli usi degli elementi del marchio*, p. 16).



C	90
M	33
Y	100
K	25

Dall'alto: il marchio, il logotipo con descrittore e il logotipo nella versione "verde Unipg"



A.D. 1308 —
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308 —
unipg

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA

A.D. 1308 —
unipg

Le carte intestate

Il modello della carta intestata, in formato A4, è basato sull'uso disgiunto di sigillo e logotipo con descrittore. In particolare, sono state predisposte due varianti, una dedicata alle comunicazioni del Rettore e una dedicata alle comunicazioni dei Dipartimenti. In entrambi i casi il progetto grafico si basa sulla composizione di tre elementi principali: il logotipo con descrittore nella versione policroma, in alto; il sigillo nella versione monocroma "blu Unipg" con opacità del 5%, al centro; il campo dedicato all'inserimento delle informazioni personali, in basso.

Nel caso della carta dedicata alle comunicazioni del Rettore, i tre elementi sono disposti allineati in posizione centrale rispetto allo sviluppo orizzontale del foglio.

Nel caso delle altre applicazioni, il logotipo e il campo testuale sono disposti allineati a sinistra del foglio.

Per l'inserimento di tutte le informazioni testuali è obbligatorio utilizzare il carattere Work Sans fornito per l'installazione all'interno dell'area riservata di Ateneo.

I componenti della comunità accademica possono personalizzare le carte intestate utilizzando i relativi modelli digitali forniti all'interno dell'Area Riservata di Ateneo.

In alto, esempio di carta intestata personalizzata con il logotipo con descrittore di Ateneo, per le comunicazioni del Rettore.
 In basso, esempio di carta intestata personalizzata con il logotipo con descrittore per i Dipartimenti.



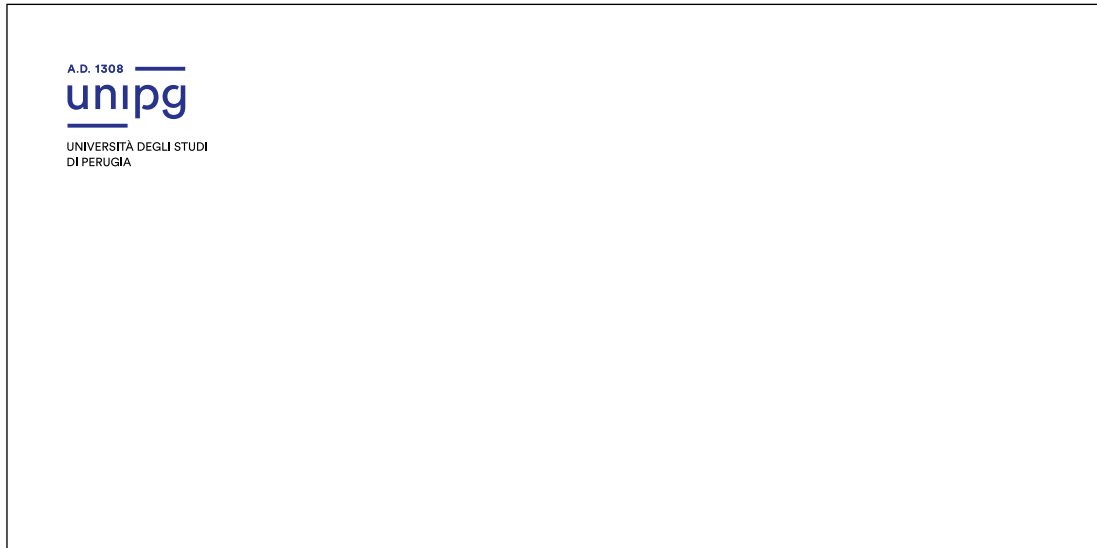
Le buste

Analogamente a quanto previsto per la carta intestata, anche il progetto grafico delle buste si basa sull'uso disgiunto di sigillo e logotipo con descrittore. Il primo, in versione policroma, è riportato sul fronte della busta, il secondo, in versione monocroma blu, è riportato sulla piattella. Lo schema resta invariato sia nel caso delle applicazioni relative al logotipo con descrittore di Ateneo, sia nel caso delle applicazioni relative ai logotipi con descrittore dei Dipartimenti. Per rispondere a una varietà di esigenze, sono stati predisposti modelli di busta in formati differenti. A titolo esemplificativo viene riportato il modello relativo al formato 11 x 22 cm.

Per l'inserimento di tutte le informazioni testuali è obbligatorio utilizzare il carattere Work Sans fornito per l'installazione all'interno dell'area riservata di Ateneo.

I componenti della comunità accademica possono personalizzare le buste utilizzando i relativi modelli digitali forniti all'interno dell'Area Riservata di Ateneo.

Esempio di busta (formato 11 x 22 cm) personalizzata con il logotipo con descrittore dell'Ateneo.



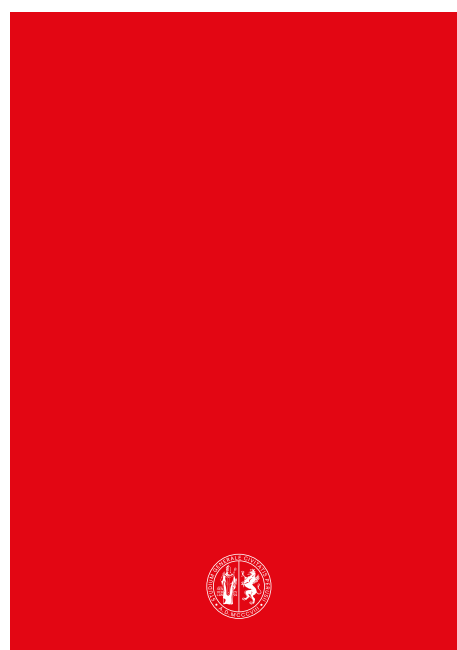
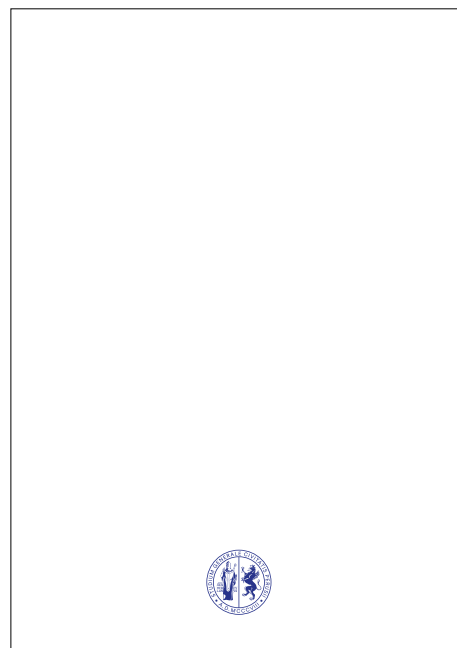
Le cartelline

Le cartelline istituzionali riportano sulla copertina il logotipo con descrittore disposto in basso a sinistra, e sul retro il sigillo, disposto in basso, in posizione centrata rispetto alla sviluppo orizzontale del foglio. Lo schema resta invariato sia nel caso delle applicazioni relative al logotipo di Ateneo, sia nel caso delle applicazioni relative ai logotipi dei Dipartimenti.

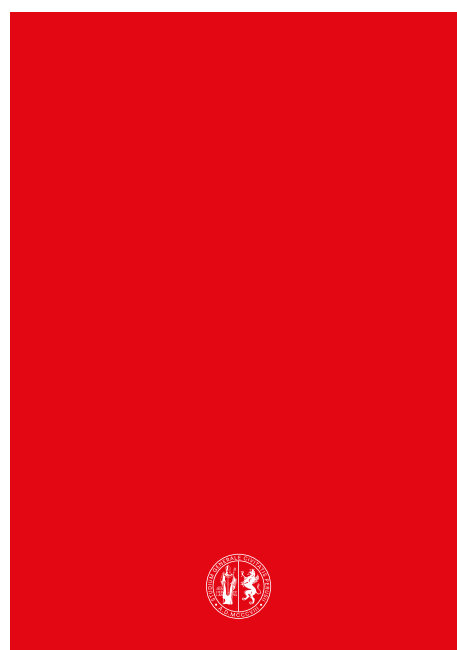
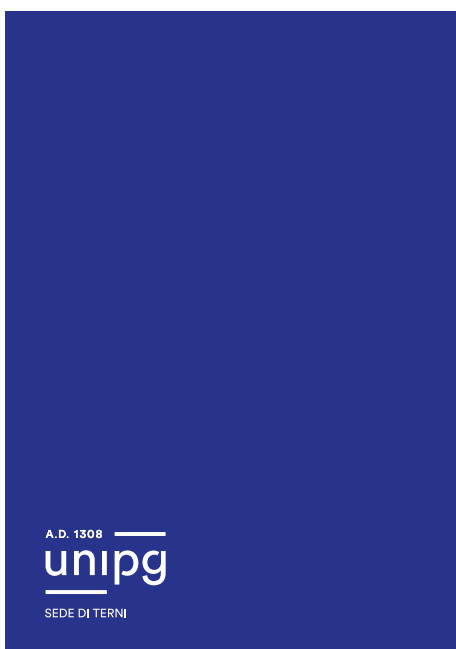
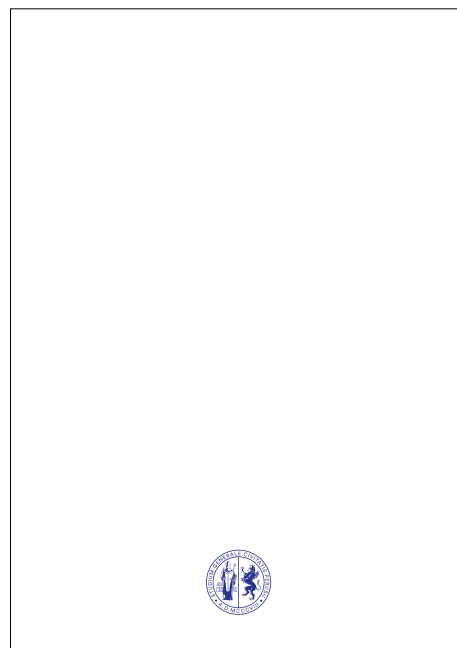
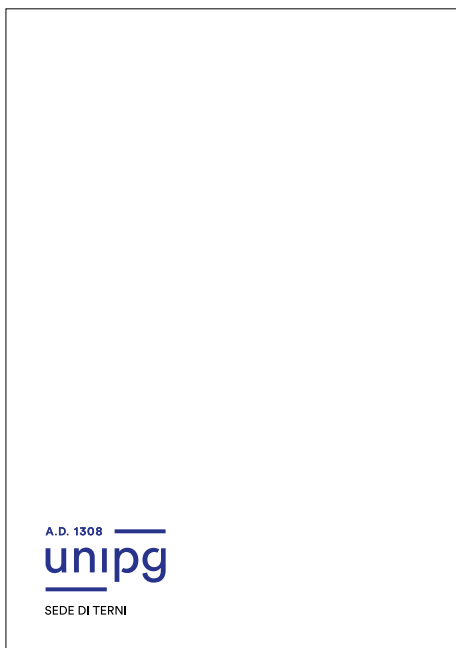
A partire dall'uso dei colori istituzionali, sono state ideate tre differenti varianti, segnatamente, cartellina con fondo in "rosso Unipg", con logotipo con descrittore e sigillo in negativo; cartellina con fondo in "blu Unipg", con logotipo con descrittore e sigillo in negativo; cartellina con fondo bianco, con logotipo con descrittore policromo e sigillo monocromo nero.

I componenti della comunità accademica possono richiedere le cartelline nell'ambito delle scorte dei prodotti ufficiali di Ateneo.

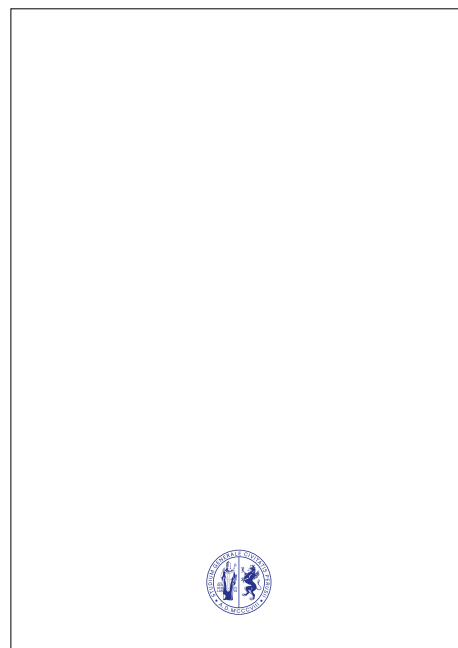
Esempi di applicazione personalizzata con il logotipo con descrittore di Ateneo.



Esempi di applicazione per il logotipo con descrittore per le sedi distaccate.



Esempi di applicazione per il logotipo con descrittore per i Dipartimenti.



I biglietti da visita

Il progetto grafico dei biglietti da visita si articola su due facce di dimensione 8,5 x 5,5 cm.

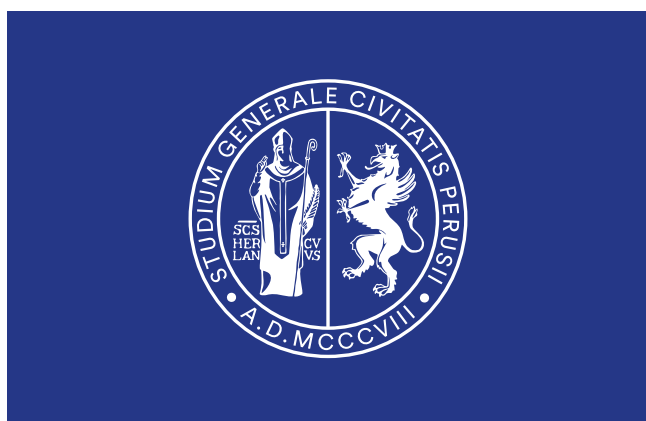
Una, costante per ciascuna declinazione, è caratterizzata da un fondo in “blu Unipg” sul quale è riportato il sigillo in negativo, disposto centralmente.

L'altra, personalizzabile, presenta in alto a sinistra il logotipo con descrittore della struttura di afferenza (Ateneo, sede distaccata o Dipartimento) e in basso a sinistra l'indirizzo della homepage del sito ufficiale Unipg. Il campo destro del biglietto ospita invece le informazioni personali, allineate a sinistra. Infine, in alto a destra, è possibile inserire il QR code relativo alla propria pagina web personale all'interno di un ingombro quadrato di lato 11 mm.

Per l'inserimento di tutte le informazioni testuali è obbligatorio utilizzare il carattere Work Sans fornito per l'installazione all'interno dell'area riservata di Ateneo.

I componenti della comunità accademica possono personalizzare i biglietti da visita utilizzando i relativi modelli digitali forniti all'interno dell'Area Riservata di Ateneo.

Esempio di biglietto da visita personalizzato per il personale afferente al Dipartimento.



A.D. 1308

unipg



DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

Nome Cognome
Qualifica

www.unipg.it

075 585 0000
nome.cognome@unipg.it

I template PowerPoint

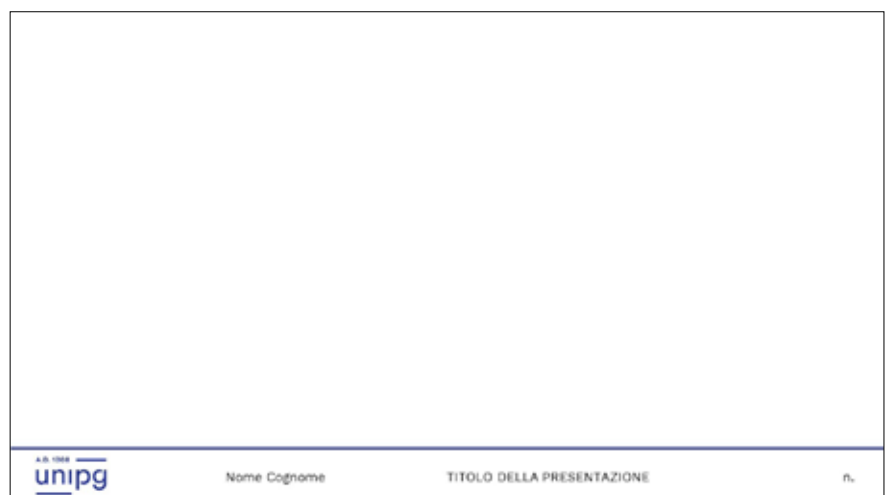
Il modello delle presentazioni in PowerPoint si compone di una slide di apertura, una slide di copertina e una slide testo. In particolare sono state ideate tre versioni dedicate all'Ateneo, alle sedi distaccate e ai Dipartimenti e personalizzate mediante l'introduzione dei rispettivi logotipi con descrittore. In ogni versione resta invariata la slide di testo, caratterizzata dalla presenza del solo logotipo senza descrittore.

Ciascuna delle tre versioni è disponibile in due differenti declinazioni cromatiche, una con fondo "blu Unipg" e una con fondo bianco.

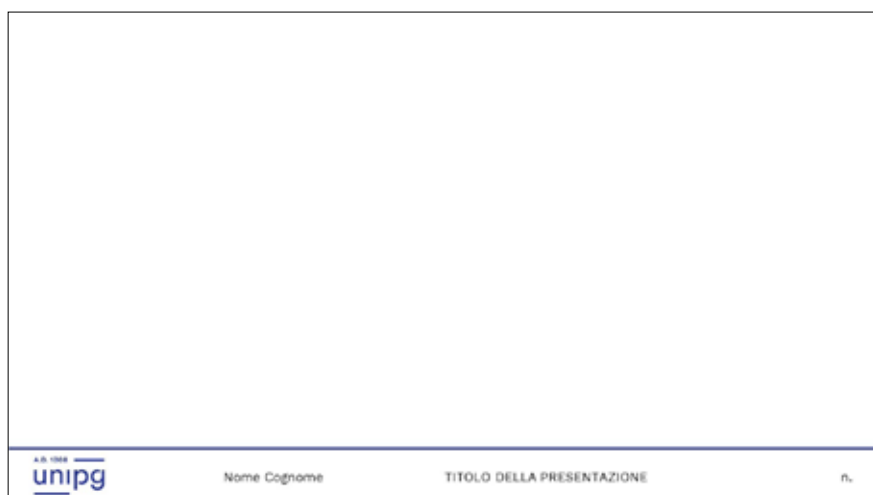
Per l'inserimento di tutte le informazioni testuali è obbligatorio utilizzare il carattere Work Sans fornito per l'installazione all'interno dell'area riservata di Ateneo.

I modelli in formato digitale delle presentazioni in PowerPoint (nei due formati standard 16:9 e 4:3) sono messi a disposizione della Comunità Accademica attraverso l'Area Riservata di Ateneo.

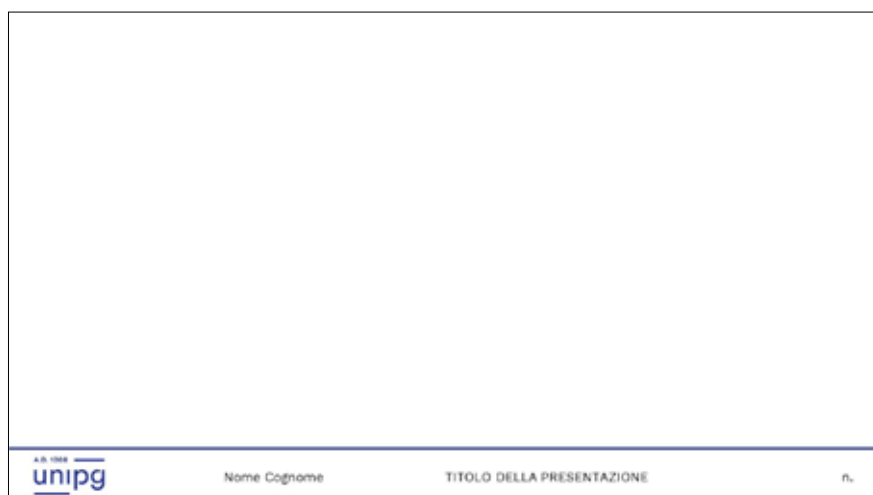
Esempio di applicazione del template con fondo "blu Unipg" e logotipo di Ateneo.



Esempio di applicazione del template con fondo “blu Unipg” e logotipo del Dipartimento.



Esempio di applicazione del template con fondo bianco e logotipo del Dipartimento.



I profili social

Nelle pagine ufficiali dei profili social (Facebook, Instagram, Twitter) dell'Università degli Studi di Perugia si usa sempre il logotipo con descrittore in tre possibili varianti: logotipo monocromo bianco su fondo "rosso Unipg", logotipo monocromo bianco su fondo "blu Unipg", logotipo policromo su fondo bianco.

Nel caso dei profili social dei vari Dipartimenti, si prevede l'analogo l'utilizzo dei rispettivi logotipi con descrittore.



Esempi di applicazione sul profilo Instagram.

instagram.com/unipg1308/?hl=it

Instagram

Cerca



unipg1308 **Segui**

1.723 post 11,9mila follower 788 profili seguiti

Università degli Studi Perugia
Profilo ufficiale dell'Università degli Studi di Perugia, fondata nel 1308.
#Unipg1308 #instaUnipg #unipg #StodiumGenerale1308
www.unipg.it

instagram.com/unipg1308/?hl=it

Instagram

Cerca



unipg1308 **Segui**

1.723 post 11,9mila follower 788 profili seguiti

Università degli Studi Perugia
Profilo ufficiale dell'Università degli Studi di Perugia, fondata nel 1308.
#Unipg1308 #instaUnipg #unipg #StodiumGenerale1308
www.unipg.it

instagram.com/unipg1308/?hl=it

Instagram

Cerca



unipg1308 **Segui**

1.723 post 11,9mila follower 788 profili seguiti

Università degli Studi Perugia
Profilo ufficiale dell'Università degli Studi di Perugia, fondata nel 1308.
#Unipg1308 #instaUnipg #unipg #StodiumGenerale1308
www.unipg.it

Le firme e-mail

Nel caso delle comunicazioni mediante posta elettronica, per garantire l'uniformità stilistica e la riconoscibilità dell'Università degli Studi di Perugia, viene introdotto un modello di riferimento per la firma e-mail. In particolare, la firma e-mail si compone del logotipo con descrittore, nella versione policroma, seguito dalle informazioni personali, in carattere Arial e nei due pesi Bold e Regular. La scelta del carattere Arial (in quanto font *web safe*) è volta a garantire la leggibilità a prescindere dal dispositivo e dal sistema operativo utilizzato.

Non è consentito sostituire il logotipo con descrittore dell'Università degli Studi di Perugia con logotipi differenti (quali i logotipi dei Dipartimenti o delle sedi distaccate).

Nel caso in cui si riscontri la necessità di introdurre ulteriori dati, questi possono essere inseriti di seguito alle informazioni principali.

I componenti della comunità accademica possono personalizzare la firma e-mail utilizzando il relativo modello digitale fornito all'interno dell'Area Riservata di Ateneo.



Nome Cognome

Qualifica

Dipartimento

Ufficio

Indirizzo

Tel.

Cell.

Contatto Skype

Sito web

Indirizzo e-mail

(Eventuali ulteriori informazioni personali)

Le locandine

Di seguito vengono introdotte le principali indicazioni volte alla corretta predisposizione delle locandine dedicate alla comunicazione di eventi istituzionali. In particolare, qualunque informazione testuale contenuta all'interno della locandina dovrà essere trattata utilizzando il carattere tipografico istituzionale Work Sans. Nel caso della comunicazione di eventi istituzionali, la locandina dovrà ospitare il marchio dell'Università degli Studi di Perugia (composto da sigillo e logotipo con descrittore) opportunamente impiegato in relazione al tipo di fondo (per le corrette applicazioni su fondi colorati e fondi fotografici del marchio d'Ateneo si rimanda ai paragrafi dedicati all'interno del presente manuale d'uso).

Nel caso di eventi organizzati dalle sedi distaccate o dai Dipartimenti, dovranno essere impiegati i relativi logotipi con descrittore opportunamente impiegati in relazione al tipo di fondo (per le corrette applicazioni su fondi colorati e fondi fotografici dei logotipi delle sedi distaccate e dei logotipi dei Dipartimenti si rimanda ai paragrafi dedicati all'interno del presente manuale d'uso).

Per progetti specifici si rimanda a indicazioni di maggiore dettaglio da concordare con l'apposita commissione di Ateneo.

La segnaletica

Di seguito vengono introdotte le principali indicazioni volte alla corretta predisposizione del materiale inerente alla segnaletica istituzionale. Qualunque materiale relativo alla segnaletica dovrà essere predisposto utilizzando i colori e i caratteri istituzionali.

In particolare, qualunque informazione testuale dovrà essere trattata utilizzando il carattere tipografico Work Sans. Il colore del testo dovrà essere nero, nel caso di applicazione su fondo bianco, e bianco nel caso di applicazione su fondo “blu Unipg” o “rosso Unipg”.

Nel caso di segnaletica a livello di Ateneo, la segnaletica dovrà ospitare il marchio dell'Università degli Studi di Perugia (composto da sigillo e logotipo con descrittore) impiegato nella versione policroma, nel caso di applicazione su fondo bianco, e in negativo, nel caso di applicazione su fondo “blu Unipg” o “rosso Unipg”.

Nel caso di segnaletica dedicata a spazi afferenti ai Dipartimenti o alle sedi distaccate, dovranno essere impiegati i relativi logotipi con descrittore. Analogamente a quanto sinora esposto, questi dovranno essere impiegati nella versione policroma, nel caso di applicazione su fondo bianco, e in negativo, nel caso di applicazione su fondo “blu Unipg” o “rosso Unipg”.

Per progetti specifici riconducibili alle varie sedi dell'Ateneo si rimanda a indicazioni di maggiore dettaglio da concordare con l'apposita commissione di Ateneo.

Gli usi abbinati del marchio d'Ateneo

Nel caso di eventi e/o progetti per i quali risulta necessario esplicitare il coinvolgimento sia dell'Ateneo sia del Dipartimento o della sede distaccata, al fine di evitare la ridondanza di elementi grafici, si ricorre all'abbinamento del solo sigillo al logotipo del Dipartimento, affiancati in orizzontale. L'abbinamento non costituisce un marchio.

Nel caso di eventi e/o progetti d'Ateneo che coinvolgono altre strutture, è raccomandato ricorrere all'abbinamento del marchio di Ateneo al marchio della struttura coinvolta. Si raccomanda l'abbinamento in orizzontale, con allineamento rispetto ai centri verticali.



A.D. 1308
unipg
SEDE DI TERNI



A.D. 1308
unipg
DIPARTIMENTO DI CHIMICA,
BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE



A.D. 1308
unipg
DIPARTIMENTO
DI SCIENZE AGRARIE,
ALIMENTARI E AMBIENTALI

Pagina a fronte, dall'alto, esempi di abbinamento del sigillo nei casi di logotipo con descrittore su una riga, su due righe e su tre righe. In basso, esempi di applicazione del marchio d'Ateneo abbinato al logo del Centro Linguistico d'Ateneo (CLA) e al logo dell'Agenzia per il Diritto allo Studio Universitario (ADiSU).



A.D. 1308
unipg
 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
 DI PERUGIA

CLA C e n t r o
 L i n g u i s t i c o
 d ' A t e n e o



A.D. 1308
unipg
 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
 DI PERUGIA

ADiSU
 UMBRIA
 AGENZIA
 PER IL DIRITTO ALLO STUDIO
 UNIVERSITARIO DELL'UMBRIA

In basso, esempi di applicazione del marchio d'Ateneo abbinato al logo della Regione Umbria e al logo del Comune di Perugia.



A.D. 1308
unipg
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



A.D. 1308
unipg
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI PERUGIA



Il merchandising

Di seguito vengono presentati i principali prodotti oggetto dell'attività di merchandising e formalizzati i principi attraverso cui questi oggetti sono stati concepiti. Al fine di diffondere in maniera il più possibile trasversale lo spirito di appartenenza collettiva alla comunità universitaria, tutte le applicazioni relative al merchandising sono basate sull'impiego del logotipo senza descrittore. Questo deve essere apposto sul lato principale del prodotto (quale il fronte di una maglietta). Nel caso di prodotti caratterizzati da più lati in vista, il retro o i laterali possono essere caratterizzati dall'introduzione del sigillo, impiegato in maniera disgiunta rispetto al logotipo senza descrittore. Ciascun prodotto oggetto dell'attività di merchandising deve essere selezionato all'interno di una rigida gamma cromatica che include il bianco, il nero, il blu e il rosso, individuati coerentemente ai colori istituzionali. L'applicazione del logotipo senza descrittore e dell'eventuale sigillo deve rispettare una precisa combinazione cromatica di seguito illustrata.

In particolare il logotipo senza descrittore viene applicato nella versione negativa bianca, nel caso di applicazioni su prodotti di colore blu, rosso e nero, e nella versione "blu Unipg" nel caso di prodotti di colore bianco. Analogamente, il sigillo viene impiegato nella versione negativa bianca, nel caso di applicazioni su prodotti di colore blu, rosso e nero, nella versione monocroma "blu Unipg" nel caso di prodotti di colore bianco.

I componenti della comunità accademica possono richiedere oggetti ricompresi nel merchandising ufficiale accedendo alla pagina di e-commerce dedicata.

Qualunque sviluppo dei prodotti di merchandising deve essere condotto nel rispetto delle presenti linee guida e previo confronto con l'apposita commissione di Ateneo.

Le borracce istituzionali.



Le shopper istituzionali.





Le t-shirt istituzionali.



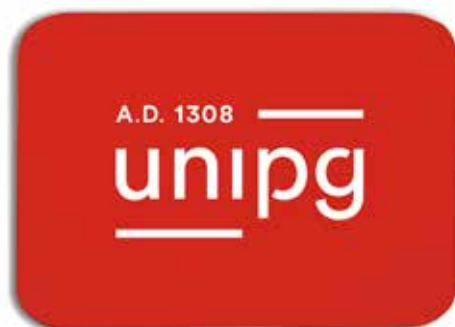




I bracciali istituzionali.



I tappetini istituzionali.



Per ulteriori informazioni relative alle applicazioni del marchio d'Ateneo rivolgersi all'Ufficio comunicazione istituzionale, social media e grafica dell'Università degli Studi di Perugia.

Perugia, 3 marzo 2021

