**UNIPG 1308: il nuovo volto della tradizione, presentati il nuovo marchio e l’immagine coordinata**

**Il Rettore Oliviero: “Segni contemporanei che raccontano i valori identitari dello *Studium*”**

Presentati questa mattina in conferenza stampa online e in streaming sulla piattaforma YouTube ufficiale, il nuovo marchio e l’immagine coordinata dell’Università degli Studi di Perugia.

Insieme al Magnifico Rettore, Prof. Maurizio Oliviero, è intervenuto il Professore Paolo Belardi, Delegato per il settore Immagine grafica, comunicazione di Ateneo, brand e merchandising nonché responsabile scientifico della progettazione della nuova identità visiva. Presenti i componenti del gruppo di lavoro, interno al corso di laurea in Design del Dipartimento di Ingegneria Civile e Ambientale, che ha ideato e realizzato il *restyling* del marchio, il manuale d'uso e le principali applicazioni, ovvero il Professor Marco Williams Fagioli, la Professoressa Valeria Menchetelli e l’Architetto Giovanna Ramaccini.

L’incontro con i giornalisti è stato aperto dal Rettore Oliviero con un ringraziamento al gruppo di progettazione e al Delegato, Professor Belardi. “Il restyling che presentiamo oggi – ha quindi sottolineato il Rettore – non è la semplice proiezione di una idea estetica, ma è stato realizzato, secondo le coordinate strategiche espresse nel primo Piano di comunicazione Unipg, con l’obiettivo di comunicare, attraverso il linguaggio delle forme e dei colori, il complesso dei valori identitari del nostro Ateneo: la secolare tradizione dello *Studium*, grazie al riferimento numerico all’anno di fondazione e al contempo la forte proiezione verso la contemporaneità e il futuro.

Si tratta – ha proseguito il Magnifico - di una iniziativa che assume un profondo significato anche per la nostra comunità universitaria che, grazie alla nuova immagine, è invitata a riappropriarsi pienamente, con senso di responsabilità e di orgoglio, della consapevolezza del proprio valore. L’Università degli Studi di Perugia, infatti, è uno degli Atenei più antichi al mondo, e realizza appieno il significato profondo della parola ‘università’, oggi troppo spesso usata in modo inflazionato: un luogo dove vivere e condividere esperienze. Per questo stiamo lavorando con il massimo impegno, affinché i nostri studenti possano tornare presto, in sicurezza, a popolare le nostre aule.

La nuova immagine visiva – ha proseguito il Rettore – è inoltre preziosa al fine di assicurare all’Ateneo una assoluta riconoscibilità nell’ampio contesto universitario mondiale, ampliando così le opportunità di comunicare, con un linguaggio nuovo e moderno, le sue eccellenze, sia scientifiche che didattiche”.

Dopo aver precisato che il passaggio alla nuova immagine visiva si svolgerà nell’ottica della sostenibilità, ovvero sarà graduale, al fine di consentire lo smaltimento dei residui dei materiali esistenti, il Magnifico Rettore ha anticipato che la stessa sarà al centro di una iniziativa di comunicazione con cui “racconteremo i nostri laureati eccellenti, che si sono affermati in tutto il mondo, conquistando posizioni professionali di grande prestigio. I nostri ex Alumni, infatti – ha evidenziato – rappresentano i testimonial migliori per raccontare, attraverso le loro storie di vita e di successo, l’eccellenza della formazione e della ricerca del nostro amato Ateneo. L’Università – ha concluso il Rettore - è insieme uno spazio fisico e una dimensione culturale, è la sua città ma anche una comunità fatta di persone e di contatti sociali non traducibili tramite uno schermo così come siamo costretti a fare in questo periodo di pandemia: faremo raccontare tutto questo dai nostri migliori testimonial, i nostri studenti di oggi, di ieri e di domani”.

Il progetto di restyling è stato quindi presentato e spiegato in dettaglio dal responsabile scientifico, Prof. Paolo Belardi. “Abbiamo articolato la nostra azione generale di rinnovamento del marchio dell’Università degli Studi di Perugia in due azioni particolari: il restyling del sigillo e il progetto di un nuovo logotipo – ha sottolineato il Professor Belardi -. Il restyling del sigillo ha confermato la composizione grafica bipartita ideata a suo tempo dai professori Luigi Tarulli e Alberto Iraci, limitandosi alla sostituzione del vecchio tipo di carattere che corona il campo centrale con un nuovo tipo di carattere, il “Circular”, che è tra i pochissimi che trova applicazioni nei diversi alfabeti quali l’arabo, l’ebraico, il cirillico, il greco e il vietnamita. Quindi, da questo momento in poi, il nostro sigillo coniugherà tradizione e innovazione, perché continuerà a presentarsi con le icone di Sant’Ercolano benedicente in campo blu e del Grifo rampante in campo rosso, ma parlerà una lingua universale. Mentre il nuovo logotipo, poiché potrà (anzi dovrà) vivere anche di vita autonoma, pur essendo stato concepito come segno schiettamente contemporaneo, è stato corredato con la data di fondazione, A.D. 1308, per non perdere storicità e, di conseguenza, autorevolezza”.

“Nell’ideazione della nuova identità visiva abbiamo riservato grande attenzione alla sostenibilità: sia prevedendo un periodo di transizione in cui, per non sprecare i materiali residui, il nuovo e il vecchio marchio si troveranno a convivere (ad esempio nella modulistica e nelle brochure) sia perseguendo soluzioni volte a garantire una comunicazione visiva particolarmente efficace nei formati digitali in vista della progressiva sostituzione del cartaceo con il digitale”, ha concluso il Professor Belardi.

Il nuovo marchio e i nuovi materiali grafici sono stati resi immediatamente disponibili nell’intranet di Ateneo. Al termine della conferenza stampa, il Magnifico Rettore ha inviato a tutto il personale una comunicazione contenente l’immagine del logotipo, da inserire fin da subito nella firma delle email @unipg.it, quale primo segno concreto di omogeneità della nuova immagine visiva.

**Perugia, 3 marzo 2021**