

Non utilizzare mai il Marchio in dimensioni inferiori a quelle indicate nella tavola perché potrebbe comprometterne la leggibilità.

12 mm

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

12 mm

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

12 mm

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

12 mm

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

12 mm

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

12 mm

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Un eventuale “marchio aggiuntivo” deve essere inscrivibile in un quadrato (non iscritto, ma che possa vivere e sia leggibile nello spazio di un quadrato).

Il marchio aggiuntivo, che può essere allineato a fianco o sotto il Marchio, non può vivere separato dal marchio dell'Ateneo e deve rispettare alcuni criteri.

1. La grandezza non deve eccedere le dimensioni della Minerva (il lato del quadrato non deve superare il diametro della Minerva).

2. Non deve confliggere graficamente con la Minerva o con altri elementi che caratterizzano l'Ateneo (per esempio il colore).

3. Deve essere allineato all'asse centrale della Minerva.

4. Deve essere considerata l'area di rispetto minima che, quando possibile, va aumentata.

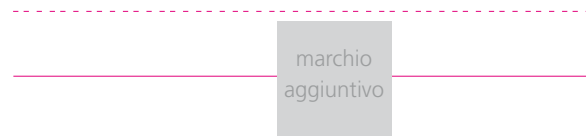
Nel caso di marchi esistenti, le proporzioni andranno valutate in relazione alla massa e all'ingombro.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO



Quando il Marchio dell'Ateneo è accostato ad altri marchi, sono previsti due tipi d'allineamento: orizzontale e verticale.

In entrambi i casi è necessario seguire alcuni criteri base d'impaginazione.

1. Il marchio deve essere allineato all'asse centrale del Marchio dell'Ateneo.
2. La dimensione del marchio abbinato non deve superare il diametro del Marchio dell'Ateneo.
3. Deve essere sempre considerata l'area di rispetto minima che quando è possibile va aumentata.

La variabilità di masse di colore e d'ingombri è tale che la finalizzazione delle proporzioni va valutata caso per caso per non determinare squilibri eccessivi.

Nella tavola a fianco sono riportati alcuni esempi d'accostamento al Marchio.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



Regione Lombardia



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO



Ministero del Lavoro



Milano



Comune
di Milano



Provincia
di Milano



Regione Lombardia

Cosa si intende per accessibilità

L'accessibilità è la capacità di erogare servizi e fornire informazioni fruibili anche da chi, a causa di disabilità, necessita di tecnologie assistive o configurazioni particolari.

Realizzare l'accessibilità in ambiente web significa permettere a qualunque utente (anche con disabilità fisiche importanti come la cecità) di accedere al sito indipendentemente dall'ambiente operativo, dagli strumenti di navigazione e dalla configurazione del browser.

Riferimenti normativi

La legge 4/2004, meglio nota come Legge Stanca, stabilisce i criteri di accessibilità per i siti delle Pubbliche Amministrazioni:

“Privati e PA devono realizzare siti accessibili a tutti. È previsto infatti che i nuovi contratti stipulati dalla PA per la realizzazione di siti internet siano colpiti da nullità, qualora non rispettino i requisiti di accessibilità.”

Sono quindi state fissate regole generali perché le pagine web siano comprensibili, leggibili e accessibili ed esistono tecniche per la verifica della conformità.

Ambiti specifici di applicazione

Per quanto riguarda più strettamente gli aspetti di Identità Visiva qui trattati, ricordiamo che anche l'utilizzo dei colori è regolato da precise norme: il requisito n.6 riportato nel Decreto Ministeriale del 2005 ribadisce l'importanza di rendere “distinguibili il contenuto informativo (foreground) e lo sfondo (background), ricorrendo a un sufficiente contrasto...”

A questo scopo è disponibile sulla Rete un software per controllare il contrasto corretto

<http://webaccessibile.org/articoli/colour-contrast-analyser-10-versione-italiana/>

Link utili ad approfondire l'argomento

Sul web il dibattito sull'accessibilità è affrontato su diversi siti che riportano linee-guida, suggerimenti e strumenti per la progettazione, la realizzazione e la verifica dei siti.

- Legge Stanca - http://www.pubbliaccesso.it/normative/legge_20040109_n4.htm
- Decreto Ministeriale sui requisiti tecnici per l'accessibilità - <http://www.pubbliaccesso.it/normative/DM080705.htm>
- Sezione sull'accessibilità nel sito del CNIPA - <http://www.cnipa.gov.it/site/it-IT/Attivit%c3%a0/Accessibilit%c3%a0/>
- Ufficio italiano W3C (World Wide Web Consortium) - <http://www.w3c.it/>

La testata rappresenta l'identità sul web dell'Ateneo.

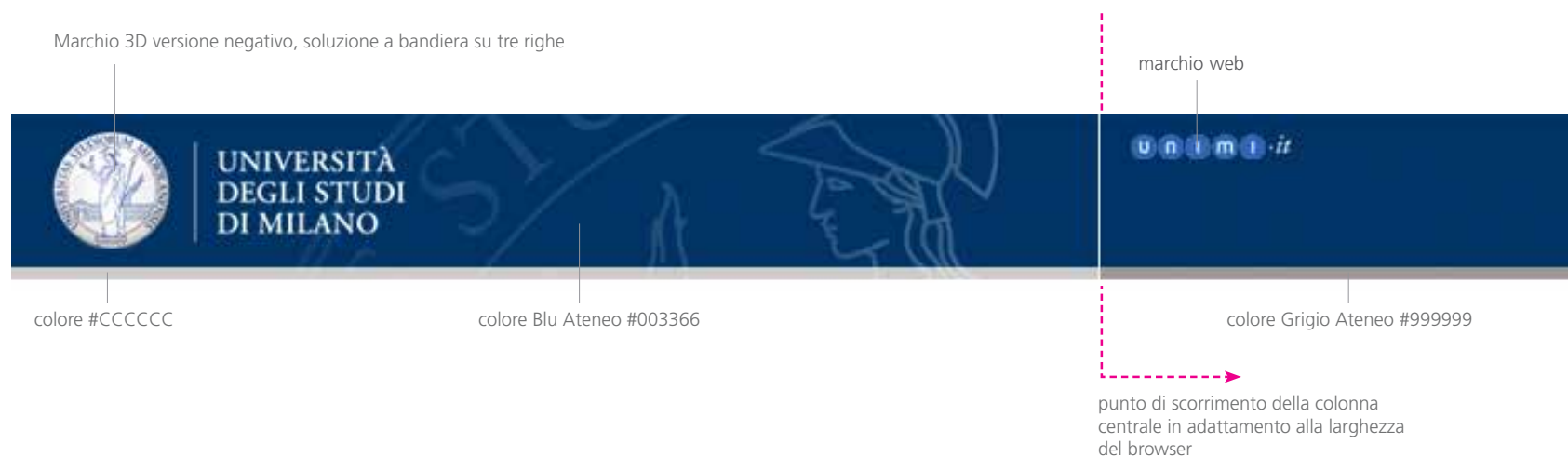
Di seguito riportiamo alcune linee guida per realizzare il portale dell'Ateneo.

- deve essere utilizzato il Marchio nella versione 3D, soluzione a bandiera su tre righe, posizionato a sinistra mantenendo l'area di rispetto a minimo 1/6 del diametro della Minerva

- il marchio "unimi.it", che identifica il portale, si posiziona nella parte destra della testata

- la Minerva come elemento grafico di sfondo, viene utilizzata all'interno della fascia blu, come riportato nell'esempio a fianco

- nessuno di questi elementi può essere spostato o modificato all'interno della testata.



Sono previsti due caratteri istituzionali: il carattere graziato Adobe Garamond (in questa tavola) e il carattere bastone Frutiger (nella tavola successiva).

I caratteri possono essere utilizzati singolarmente o in abbinamento su tutto il materiale di stampa e sulle diverse forme di comunicazione.

Il carattere Garamond è generalmente disponibile sui personal computer. Se non lo fosse si può sostituire, anche per l'utilizzo in ambito web, con il Times New Roman.

Adobe Garamond Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.,;:“”!?)@#£

Adobe Garamond Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.,;:“”!?)@#£

Adobe Garamond Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.,;:“”!?)@#£

Adobe Garamond Regular Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,;:“”!?)@#£

Adobe Garamond Semibold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,;:“”!?)@#£

Adobe Garamond Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,;:“”!?)@#£

Sono previsti due caratteri istituzionali: il carattere bastone Frutiger (in questa tavola) e il carattere graziato Adobe Garamond (nella tavola precedente).

I caratteri possono essere utilizzati singolarmente o in abbinamento su tutto il materiale di stampa e sulle diverse forme di comunicazione.

Quando il Frutiger non è disponibile, deve essere sostituito con il carattere Trebuchet, generalmente disponibile fra i caratteri installati nel proprio computer.

Per le pagine web è invece da preferirsi il carattere Droid Sans.

Frutiger Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Black Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Frutiger Black Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,:;"'?!?)@#£

Se il Marchio è lo strumento più visibile che l'Università possiede per definire se stesso, si deve ricordare che sono numerosi i supporti sui quali quotidianamente esso viene utilizzato per comunicare. Il coordinamento di questi materiali contribuisce in maniera determinante alla formazione dell'immagine percepita dell'Ateneo.

Questa sezione del manuale costituisce uno strumento per la progettazione dei principali materiali di comunicazione. Sono disponibili per il download i formati editabili di alcuni supporti.

Note tecniche

- Le misure sono espresse sempre in millimetri.
- Nelle sue diverse varianti, il Marchio dell'Ateneo è sempre da intendersi utilizzato nei colori istituzionali codificati nei precedenti capitoli.
- Il quadrato grigio presente in alcune applicazioni delinea la posizione in cui collocare un eventuale marchio aggiuntivo.
- La Minerva può essere usata separatamente come elemento decorativo o grafico, a patto che il marchio/logotipo completo appaia nella stessa pagina o campo visivo.
- Dove possibile si raccomanda l'utilizzo di carta riciclata o comunque con certificazione FSC (Forest Stewardship Council).