



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Ciascuno di noi contribuisce all'immagine dell'Università e beneficia dell'autorevolezza e del prestigio che deriva dal farne parte.

La diversità è ricchezza, ma la nostra forza sta nell'essere un corpo unico. Consolidare e promuovere l'identità dell'istituzione che dà senso e valore al nostro operare è quindi una necessità e un vantaggio.

Cos'è il Sistema di Identità Visiva?

Dipartimenti, Facoltà, Scuole, Uffici, Divisioni: ogni struttura e ogni persona dell'Università comunica. Ma per sottolineare che siamo parte della stessa realtà è importante e conveniente usare un sistema coordinato di segni e di stili.

Il Sistema di Identità Visiva è la definizione di regole e modelli che aiutano a costruire un'immagine comune forte, coerente e immediatamente riconoscibile da interlocutori e utenti, ovunque e su qualsiasi supporto.

Cosa c'è nel manuale di Identità Visiva?

In questo manuale sono raccolti gli elementi base per costruire la nostra comunicazione: il marchio/logotipo, i caratteri, i colori, le combinazioni di marchi e colori dell'Ateneo, dei Dipartimenti, delle Facoltà e delle Scuole.

E ci sono inoltre esempi e modelli di applicazioni per la carta stampata (biglietti da visita, carta intestata, pieghevoli, locandine, inviti), per il web e per altri strumenti di comunicazione (slide di presentazione, segnaletica, CD e DVD).

Come si usa il manuale?

Le regole esposte in questo manuale sono la guida per tutte le produzioni di strumenti di comunicazione. Sono pensate per facilitare il processo creativo e produttivo, non per limitarlo, e servono quindi sia alle strutture interne che ai professionisti esterni.

Auspichiamo infatti che ogni struttura esprima la propria identità, ma in coerenza con le regole dell'Ateneo, perché ogni volta che comunichiamo (anche solo con una e-mail) contribuiamo a determinare la reputazione della nostra Università.

La Minerva

Il marchio originale dell'Ateneo – che si ritrova in una medaglia del 1924 – mostra la dea Minerva e, sullo sfondo, i tre luoghi simbolo della città: il Duomo, il Castello e l'Ospedale, che allora non ospitava ancora l'Ateneo.

Nella versione del 1954 compare nella mano sinistra della Dea, oltre alla lancia, un ramo d'ulivo, simbolo di pace e lavoro.

Nel 2004 il marchio è stato ridisegnato mantenendone inalterati gli elementi.

Dato che in 90 anni, l'associazione tra l'edificio dell'ex Ospedale e l'Ateneo si è fatta sempre più stretta, per la versione attuale del marchio si è deciso di togliere dal disegno il Duomo e il Castello e di lasciare sullo sfondo solo la Cà Granda.

L'attuale marchio si presenta quindi con un disegno più semplice e utilizzabile anche nelle dimensioni più piccole, sul web e in video.



ATENEO

• Il Marchio dell'Ateneo	1.0
• Il Marchio dell'Ateneo - versione Blu Ateneo	1.1
• Il Marchio dell'Ateneo - versione 3D	1.2
• Il Marchio dell'Ateneo - versione in nero	1.3
• Il Marchio dell'Ateneo - versioni in negativo	2.0
• Colori istituzionali	3.0
• Colori istituzionali (Facoltà)	3.1
• Uso corretto del Marchio dell'Ateneo	4.0
• Cosa non si può fare (A)	5.0
• Cosa non si può fare (B)	5.1
• Marchio dell'Ateneo: soluzioni d'impaginazione utilizzabili	6.0
- Marchio dell'Ateneo: epigrafe (A)	6.1
- Marchio dell'Ateneo: epigrafe (B)	6.2
- Marchio dell'Ateneo: bandiera (A)	6.3
- Marchio dell'Ateneo: bandiera (B)	6.4
- Marchio dell'Ateneo: bandiera (C)	6.5
- Marchio dell'Ateneo: negativo	6.6
- Marchio dell'Ateneo: negativo colore	6.7
- Marchio dell'Ateneo: negativo colore 3D	6.8
- Marchio dell'Ateneo: epigrafe - esempi con specifiche	6.9
- Marchio dell'Ateneo: bandiera - esempi con specifiche	6.10
• Area di rispetto: epigrafe	7.0
• Area di rispetto: bandiera	7.1
• Dimensioni minime	8.0
• Allineamento con marchio aggiuntivo dell'Ateneo	9.0
• Allineamento con altri marchi	9.1
• Web: principi generali di accessibilità	10.0
• Uso del Marchio nel web	10.1
• Caratteri tipografici (A)	11.0
• Caratteri tipografici (B)	11.1
• Applicazioni	da 12.0 a 12.17
• Esempi di layout	da 13.0 a 13.8

Ogni mezzo o supporto di comunicazione ha caratteristiche intrinseche che devono essere soddisfatte per ottimizzare la percezione, e quindi la fruizione, del messaggio.

Per questo motivo sono state previste diverse versioni del Marchio che ne rendono più agevole l'utilizzo nei diversi contesti di comunicazione.

In particolare è stata prevista una versione con effetto tridimensionale, che può essere usata sugli stampati e che si adatta molto bene al video e al web.

Il marchio (la Minerva) e il logotipo (la scritta composta dal nome dell'Università) sono elementi inscindibili e hanno forme, proporzioni e posizioni definite.

La forma e il colore della Minerva, il carattere e la grandezza della scritta, il rapporto fra i due elementi è quindi stabilito e illustrato nelle tavole.

Nel manuale, per comodità, questo insieme viene sempre indicato come "il Marchio".

Questa sezione contiene anche una precisa indicazione sull'utilizzo dei colori, fattore anch'esso molto importante di identificazione e distinzione.

In questa versione il colore per la stampa corrisponde al Blu Ateneo (vedi tavola 3.0 Colori istituzionali).

La Minerva non può mai essere utilizzata separatamente dalla scritta "Università degli Studi di Milano", a meno che nel campo visivo non compaia anche la versione marchio/logotipo completa.

Il Marchio dell'Ateneo non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi salvo i casi descritti in questo manuale.

La riproduzione del Marchio deve avvenire utilizzando solo file digitali.

Per scaricare i file digitali originali vedi tavole da 6.1 a 6.8.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

La versione 3D del Marchio è prevista in due varianti:

- quella con l'ombra all'esterno del tondo va utilizzata solo su fondo bianco;
- quella senza l'ombra va utilizzata in tutti i casi in cui il fondo non sia bianco.

Le versioni 3D, nella stampa tipografica, devono essere riprodotte necessariamente in quadricromia.

La Minerva non può mai essere utilizzata separatamente dalla scritta "Università degli Studi di Milano", a meno che nel campo visivo non compaia anche la versione marchio/logotipo completa.

Il Marchio non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi salvo i casi descritti in questo manuale.

La riproduzione del Marchio deve avvenire utilizzando solo file digitali.

Per scaricare i file digitali originali vedi tavole da 6.1 a 6.8.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

con ombra



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

senza ombra

La versione in nero è da utilizzare in tutti i casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero (ad esempio: stampa su quotidiani, fax o da computer con stampante in bianco e nero).

La Minerva non può mai essere utilizzata separatamente dalla scritta "Università degli Studi di Milano", a meno che nel campo visivo non compaia anche la versione marchio/logotipo completa.

Il Marchio dell'Ateneo non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi salvo i casi descritti in questo manuale.

La riproduzione del Marchio deve avvenire utilizzando solo file digitali.

Per scaricare i file digitali originali vedi tavole da 6.1 a 6.8.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

La versione in negativo del Marchio deve essere adottata per utilizzi su fondo nero o molto scuro.

Sono disponibili tre versioni che consentono un corretto utilizzo in ogni situazione.

Il Marchio 3D va utilizzato nella versione senza ombra, così come in tutte le situazioni in cui non venga utilizzato su fondo bianco.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Alla base dell'identità visiva dell'Università degli Studi di Milano, c'è anche l'utilizzo costante dei colori istituzionali.

Il Blu Ateneo viene utilizzato nella rappresentazione della Minerva e per il nome dell'Ateneo.

Il Grigio Ateneo viene utilizzato per indicare il nome delle Facoltà e delle Scuole, dei Dipartimenti, nonché delle eventuali specifiche ad essi collegati, quando iscritti nella zona di pertinenza del Marchio.

Nelle tabelle sono indicati i codici utili alla riproduzione corretta dei colori.

Ciononostante va tenuto in considerazione che la resa cromatica dei pigmenti può variare a seconda del supporto su cui viene riprodotto il colore.

I colori sul video possono subire variazioni a seconda della taratura dei singoli schermi.



	COLORI SPECIALI	QUADRICROMIA	VIDEO	WEB
Blu Ateneo	PANTONE 281	CMYK 100, 70, 0, 45	RGB 7, 27, 80	# 003366



	COLORI SPECIALI	QUADRICROMIA	VIDEO	WEB
Grigio Ateneo	PANTONE Cool Gray 10 C	CMYK 0, 0, 0, 70	RGB 112, 113, 115	# 707173

Per le singole Facoltà sono stati identificati dei codici colore. Questi colori dovranno essere presenti nei diversi ambiti di comunicazione ed eventualmente integrato con altri colori, fotografie, illustrazioni, sfondi, testi e altri elementi utili alla comunicazione.

A ognuno dei colori è stata abbinata una tonalità più scura; nel caso di un loro utilizzo contemporaneo è opportuno che la tonalità chiara sia utilizzata in quantità visibilmente maggiore rispetto a quella scura.

I colori possono essere retinati solo se, nello stesso stampato, compare il colore principale.

Per facilitare l'identificazione di ciascuna Facoltà è previsto anche l'uso di un acronimo da utilizzare tono su tono.

A questi colori è possibile abbinare i colori dell'Ateneo (vedi tavola 3.0).

				COLORI SPECIALI	QUADRICROMIA	VIDEO	WEB
Studi Umanistici	SU		grigio tortora	PANTONE 413	CMYK 0, 0, 8, 18	RGB 209, 209, 193	# CCCCCC
			grigio tortora scuro	PANTONE 414	CMYK 3, 0, 12, 27	RGB 180, 184, 162	# 999999
Scienze Motorie	SM		giallo	PANTONE 7406	CMYK 0, 25, 100, 0	RGB 255, 191, 0	# FDCC2B
			giallo scuro	PANTONE 117	CMYK 10, 35, 100, 0	RGB 230, 158, 2	# CC9933
Scienze del Farmaco	SF		arancio	PANTONE 144	CMYK 0, 65, 100, 0	RGB 255, 89, 0	# FF6600
			arancio scuro	PANTONE 1525	CMYK 0, 77, 100, 10	RGB 230, 54, 0	# BE4701
Medicina e Chirurgia	MC		rosso	PANTONE 485	CMYK 0, 95, 100, 0	RGB 255, 17, 0	# FF3300
			rosso scuro	PANTONE 484	CMYK 0, 100, 100, 20	RGB 204, 0, 0	# CC0000
Medicina Veterinaria	MV		bordeaux	PANTONE 1805	CMYK 0, 100, 80, 25	RGB 172, 0, 0	# 990000
			bordeaux scuro	PANTONE 1815	CMYK 0, 100, 100, 45	RGB 124, 0, 1	# 660000
Giurisprudenza	G		blu	PANTONE 2945	CMYK 100, 60, 0, 0	RGB 12, 65, 154	# 0066CC
			blu scuro	PANTONE 294	CMYK 100, 65, 0, 20	RGB 11, 45, 120	# 003399
Scienze Politiche, Economiche e Sociali	SPES		azzurro	PANTONE PROCESS BLUE C	CMYK 100, 20, 0, 0	RGB 4, 128, 183	# 0099CC
			azzurro scuro	PANTONE 308	CMYK 100, 45, 18, 0	RGB 8, 86, 140	# 006699
Scienze Agrarie e Alimentari	SAA		verde mela	PANTONE 376	CMYK 45, 0, 100, 0	RGB 140, 201, 25	# 99CC00
			verde mela scuro	PANTONE 369	CMYK 60, 0, 100, 10	RGB 92, 166, 30	# 669900
Scienze e Tecnologie	ST		verde pino	PANTONE 355	CMYK 90, 0, 100, 0	RGB 26, 148, 49	# 009933
			verde pino scuro	PANTONE 349	CMYK 100, 0, 100, 20	RGB 0, 109, 44	# 006633
Scienze della Mediazione Linguistica e Culturale	SMLC		verde marino	PANTONE 326	CMYK 70, 0, 45, 0	RGB 67, 179, 157	#43B39D
			verde marino scuro	PANTONE 321	CMYK 70, 0, 45, 20	RGB 55, 154, 135	#379A87

La scelta delle diverse versioni d'utilizzo è vincolata a una corretta leggibilità del Marchio.

La leggibilità è determinata dal contrasto di chiaro-scuro nonché dal contrasto cromatico (vedi anche tavola 5.0 e 5.1 - Cosa non si può fare).

In questa pagina sono illustrati alcuni esempi di uso corretto del Marchio.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Non utilizzare il Marchio:

- su fondi di colore con scarso contrasto cromatico (esempio A).

- su fondi di colore con scarso contrasto di chiaro-scuro (esempio B).

- su fondi fotografici che non garantiscano la corretta leggibilità (esempi C e D).



In questa pagina sono illustrati alcuni esempi di errato impiego del Marchio.



Università degli Studi
di Milano

*Utilizzare caratteri
non istituzionali*



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Modificare il colore



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Comporre il testo in maniera errata

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



Modificare la composizione



Qui non ci possono
essere né testo né
immagini, va considerata
l'area di rispetto

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Ignorare l'area di rispetto



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Deformare o distorcere

Nella prima parte di questa sezione sono indicate tutte le versioni utilizzabili del Marchio dell'Ateneo.

Possono essere scelte in base ai requisiti di visibilità e di leggibilità nei diversi contesti di comunicazione.

Per ogni versione viene offerta la possibilità di scaricare il file, sia in versione "jpeg" e "png" da utilizzare con il proprio computer, sia in versione "vettoriale" per uso professionale (stampa tipografica, stampa serigrafica, ingrandimenti, archigrafica, ecc.)

Soluzione a epigrafe
(allineamento sull'asse
centrale).

La soluzione è presentata
nelle tre versioni del
Marchio.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •

[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •

[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •

[Scarica Marchio vettoriale](#) •

Soluzione a epigrafe
(allineamento sull'asse
centrale).

La soluzione è presentata
nelle tre versioni del
Marchio.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

[Scarica Marchio jpeg •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

[Scarica Marchio jpeg •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

[Scarica Marchio jpeg •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)

Soluzione a bandiera
(allineamento
appoggiato a sinistra).

La soluzione è presentata
nelle tre versioni del
Marchio.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •

Soluzione a bandiera
(allineamento
appoggiato a sinistra).

La soluzione è presentata
nelle tre versioni del
Marchio.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

[Scarica Marchio jpeg](#) •

[Scarica Marchio vettoriale](#) •



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

[Scarica Marchio jpeg](#) •

[Scarica Marchio vettoriale](#) •

[Scarica Marchio senza ombra jpeg](#) •

[Scarica Marchio senza ombra vettoriale](#) •



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

[Scarica Marchio jpeg](#) •

[Scarica Marchio vettoriale](#) •

Soluzione a bandiera
(allineamento
appoggiato a sinistra).

La soluzione è presentata
nelle tre versioni del
Marchio.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio jpeg](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •

La versione in negativo del Marchio deve essere adottata per utilizzi su fondo nero o molto scuro.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio png](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio png](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png](#) •
[Scarica Marchio vettoriale](#) •

La versione in negativo del Marchio deve essere adottata per utilizzi su fondo nero o molto scuro.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)

La versione in negativo del Marchio deve essere adottata per utilizzi su fondo nero o molto scuro.

Il Marchio 3D va utilizzato nella versione senza ombra, così come in tutte le situazioni in cui non venga utilizzato su fondo bianco.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

[Scarica Marchio png •](#)
[Scarica Marchio vettoriale •](#)

Nei casi in cui si debba associare una specifica al Marchio dell'Ateneo, per esempio il nome di un ufficio collegato, si devono seguire alcune regole generali.

Il testo va composto in colore Grigio Ateneo; per determinarne la dimensione va utilizzato il Marchio della Minerva alto 20 mm, con il testo composto nel carattere Adobe Garamond Italic, corpo 13,8, interlinea 16.

Successivamente si procede con ingrandimenti e riduzioni in proporzione.

Si ricorda che per forti ingrandimenti o riduzioni potrebbe essere necessaria una compensazione ottica delle proporzioni.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

11 mm

Nome della struttura o altra specifica

Adobe Garamond Italic, 13,8/16 pt
colore Grigio Ateneo



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

11 mm

Nome della struttura o altra specifica

Adobe Garamond Italic, 13,8/16 pt
colore Grigio Ateneo

Nei casi in cui si debba associare una specifica al Marchio dell'Ateneo, per esempio il nome di un ufficio collegato, si devono seguire alcune regole generali.

Il testo va composto in colore Grigio Ateneo; per determinarne la dimensione va utilizzato il Marchio della Minerva alto 20 mm, con il testo composto nel carattere Adobe Garamond Italic, corpo 13,8, interlinea 16.

Successivamente si procede con ingrandimenti e riduzioni in proporzione.

Si ricorda che per forti ingrandimenti o riduzioni potrebbe essere necessaria una compensazione ottica delle proporzioni.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Nome della struttura o altra specifica

11 mm

Adobe Garamond Italic, 13,8/16 pt
colore Grigio Ateneo



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO**

Nome della struttura o altra specifica

11 mm

Adobe Garamond Italic, 13,8/16 pt
colore Grigio Ateneo



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO**

Altra specifica

11 mm

Adobe Garamond Italic, 13,8/16 pt
colore Grigio Ateneo

La leggibilità del Marchio è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

La misura minima di questo spazio – detto “area di rispetto” – è determinata dagli elementi con cui il Marchio interagisce nella pagina.

Lo spazio minimo da rispettare corrisponde a $1/4$ del diametro del cerchio con la Minerva (A) e va mantenuto su tutti i lati nel caso in cui il Marchio interagisca con altri “elementi primari” della pagina (marchi, logotipi, foto, margini, etc.)

L’area di rispetto può essere ridotta fino a $1/6$ del diametro del cerchio con la Minerva se interagisce con “elementi secondari” della pagina (es: fondi geometrici o campiture, riquadri, elementi testuali strettamente legati all’Ateneo, etc).



La leggibilità del Marchio è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

La misura minima di questo spazio – detto “area di rispetto” – è determinata dagli elementi con cui il Marchio interagisce nella pagina.

Lo spazio minimo da rispettare corrisponde a $1/4$ del diametro del cerchio con la Minerva (A) e va mantenuto su tutti i lati nel caso in cui il Marchio interagisca con altri “elementi primari” della pagina (marchi, logotipi, foto, margini, etc.)

L’area di rispetto può essere ridotta fino a $1/6$ del diametro del cerchio con la Minerva se interagisce con “elementi secondari” della pagina (es: fondi geometrici o campiture, riquadri, elementi testuali strettamente legati all’Ateneo, etc.).



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



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Un eventuale "marchio aggiuntivo" deve essere inscritto 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.

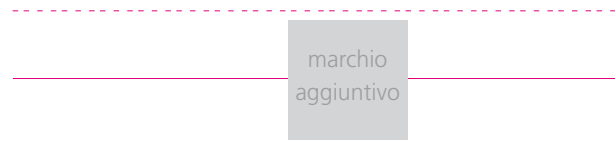
Nel caso di marchi esistenti, le proporzioni andranno valutate in relazione alla massa e all'ingombro.



**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.

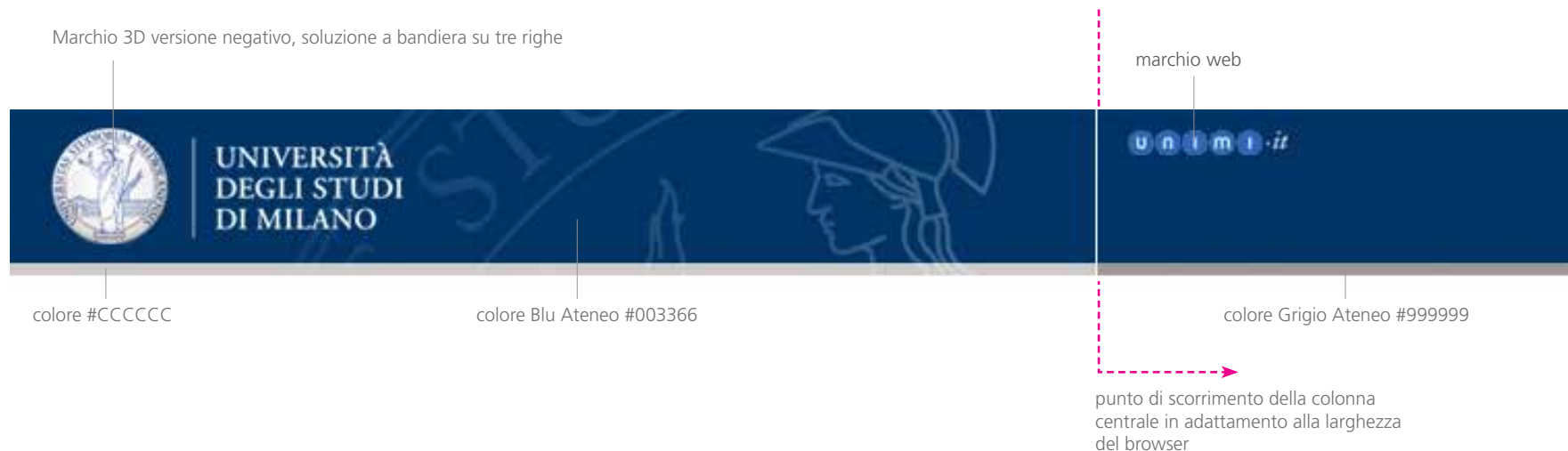
Di seguito riportiamo alcune linee guida per realizzare il portale dell'Ateneo.

- 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).

210

A4

297

Documento Word preimpostato per stampa a colori con stampante.
Consigliato per testi brevi: lettera, avviso, presentazione.

Scarica versione editabile per stampa a colori •

15 20 15

16



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

13

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 50312990 - indirizzomail@mail.it

122

60 40

Nome del Destinatario
Nome della Via, n°
CAP Città

Luogo e Data
Oggetto: Lettera tipo

Nata nel 1924 con le quattro Facoltà di Giurisprudenza, Lettere e Filosofia, Medicina e Chirurgia e Scienze Matematiche Fisiche e Naturali, nel corso degli anni l'Università degli Studi di Milano ha ampliato i settori di intervento anche per venire incontro alle istanze espresse da una società in rapida evoluzione. Alle quattro Facoltà iniziali si sono così via via aggiunte quelle ulteriori di Agraria, Farmacia, Medicina Veterinaria, Scienze Politiche e Scienze Motorie. Le dimensioni raggiunte alla fine degli anni '90 hanno indotto l'Ateneo ad avviare una serie di iniziative di decentramento che hanno portato alla creazione di due nuove università, di cui una nella stessa Milano (Università di Milano - Bicocca) e l'altra, in collaborazione con l'Università di Pavia, in due diverse città della Lombardia (Università dell'Insubria, con sedi in Como ed in Varese). Nonostante questi sviluppi, l'Università degli Studi di Milano è tuttora una delle maggiori università italiane per ampiezza del corpo docente e per presenza nell'ambito della ricerca con quasi 150 strutture tra Dipartimenti, Istituti e Centri di ricerca. L'ampia offerta didattica, che consta attualmente di 70 corsi di laurea, 60 di laurea magistrale oltre a 265 corsi post-laurea tra master, dottorati di ricerca, corsi di specializzazione, ecc. richiama giovani provenienti per gran parte dalla Regione Lombardia, con una significativa componente di studenti di altre regioni e di stranieri provenienti da tutti i continenti.

Cordiali saluti

Marino Rossi
Nome Cognome
Qualifica

13

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 50312990 - indirizzomail@mail.it

Trebuchet, 11/13,5 pt
colore nero 100%

Trebuchet, 10/12 pt
colore nero 100%

Trebuchet, 8,5/10 pt
colore nero 70%

210

A4

297

Documento Word preimpostato per stampa in bianco e nero con stampante.
Consigliato per testi brevi: lettera, avviso, presentazione.

Scarica versione editabile per stampa in bianco e nero •

15 20 15 122

16

60 40

13

13

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Nome del Destinatario
Nome della Via, n°
CAP Città

Luogo e Data
Oggetto: Lettera tipo

Nata nel 1924 con le quattro Facoltà di Giurisprudenza, Lettere e Filosofia, Medicina e Chirurgia e Scienze Matematiche Fisiche e Naturali, nel corso degli anni l'Università degli Studi di Milano ha ampliato i settori di intervento anche per venire incontro alle istanze espresse da una società in rapida evoluzione. Alle quattro Facoltà iniziali si sono così via via aggiunte quelle ulteriori di Agraria, Farmacia, Medicina Veterinaria, Scienze Politiche e Scienze Motorie. Le dimensioni raggiunte alla fine degli anni '90 hanno indotto l'Ateneo ad avviare una serie di iniziative di decentramento che hanno portato alla creazione di due nuove università, di cui una nella stessa Milano (Università di Milano - Bicocca) e l'altra, in collaborazione con l'Università di Pavia, in due diverse città della Lombardia (Università dell'Insubria, con sedi in Como ed in Varese). Nonostante questi sviluppi, l'Università degli Studi di Milano è tuttora una delle maggiori università italiane per ampiezza del corpo docente e per presenza nell'ambito della ricerca con quasi 150 strutture tra Dipartimenti, Istituti e Centri di ricerca. L'ampia offerta didattica, che consta attualmente di 70 corsi di laurea, 60 di laurea magistrale oltre a 265 corsi post-laurea tra master, dottorati di ricerca, corsi di specializzazione, ecc. richiama giovani provenienti per gran parte dalla Regione Lombardia, con una significativa componente di studenti di altre regioni e di stranieri provenienti da tutti i continenti.

Cordiali saluti

Nome Cognome
Qualifica

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 50312990 - indirizzomail@mail.it

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 50312990 - indirizzomail@mail.it

Trebuchet, 11/13,5 pt
colore nero 100%

Trebuchet, 10/12 pt
colore nero 100%

Trebuchet, 8,5/10 pt
colore nero 70%

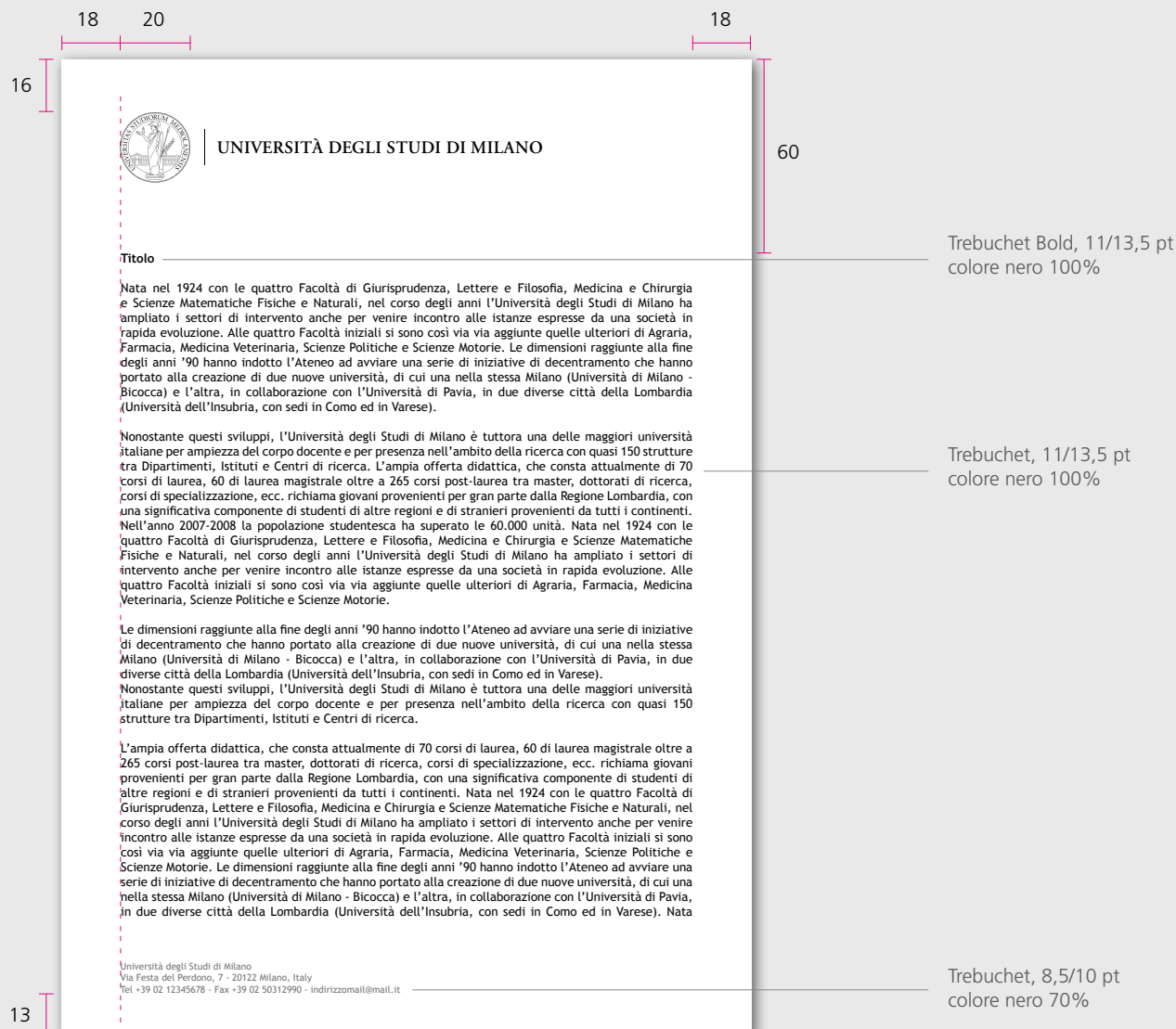
210

A4

297

Documento Word preimpostato per stampa in bianco e nero con stampante.
Consigliato per testi lunghi: documenti, relazioni, progetti.

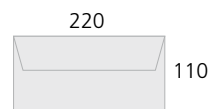
Scarica versione editabile per stampa in bianco e nero •



Trebuchet Bold, 11/13,5 pt
colore nero 100%

Trebuchet, 11/13,5 pt
colore nero 100%

Trebuchet, 8,5/10 pt
colore nero 70%



90

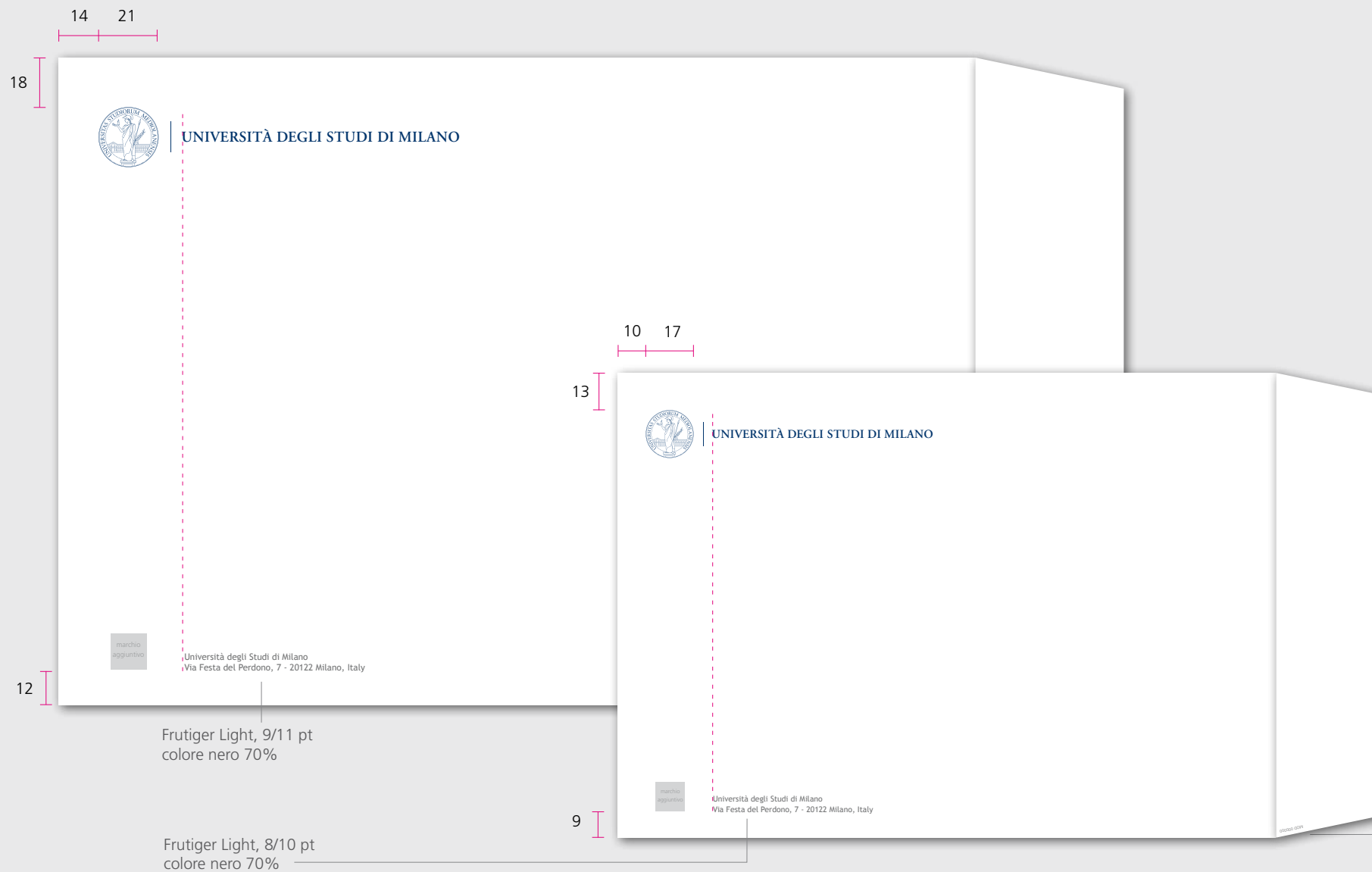
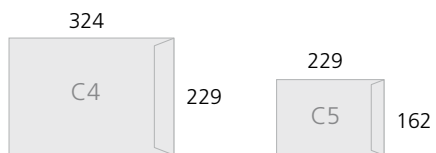
57

Versione base

Frutiger Roman, 9 pt
colore Blu AteneoFrutiger Light Italic, 7,8/10 pt
colore nero 70%Frutiger Light, 7,8/9 pt
colore nero 70%

Versione con informazioni supplementari

Frutiger Light Italic, 7,8/10 pt
colore nero 70%Frutiger Light Italic, 7,8/8,5 pt
colore nero 70%



139

L7169

99

Frutiger Light Italic, 7,5 pt
colore nero 70%



210

100



Frutiger Light, 8/10 pt
colore nero 70%

210

A4

297

Scarica versione editabile •

15 20

15

79

30

10



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Copertina fax

Da _____

A _____

Data Invio _____ n° pagg (inclusa questa) _____

Oggetto _____

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 12345678 - www.unimi.it



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Fax Cover Sheet

From _____

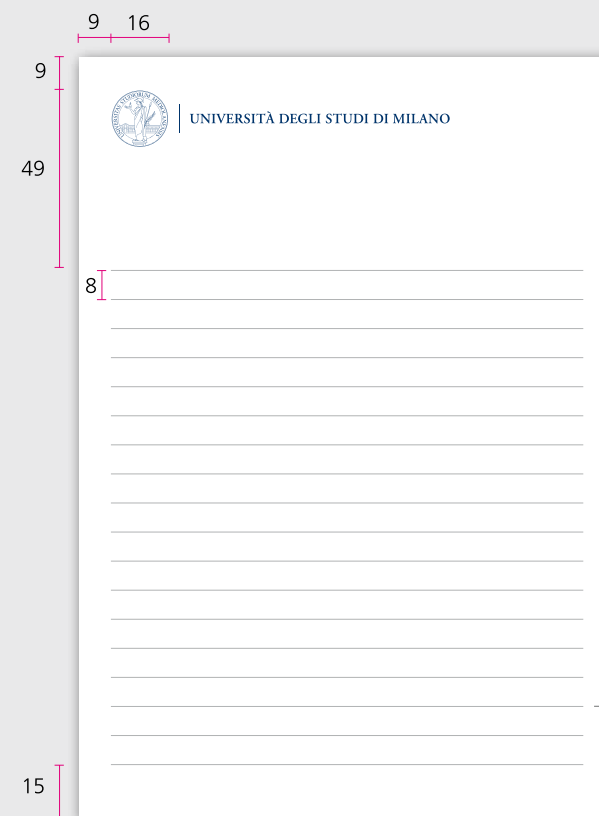
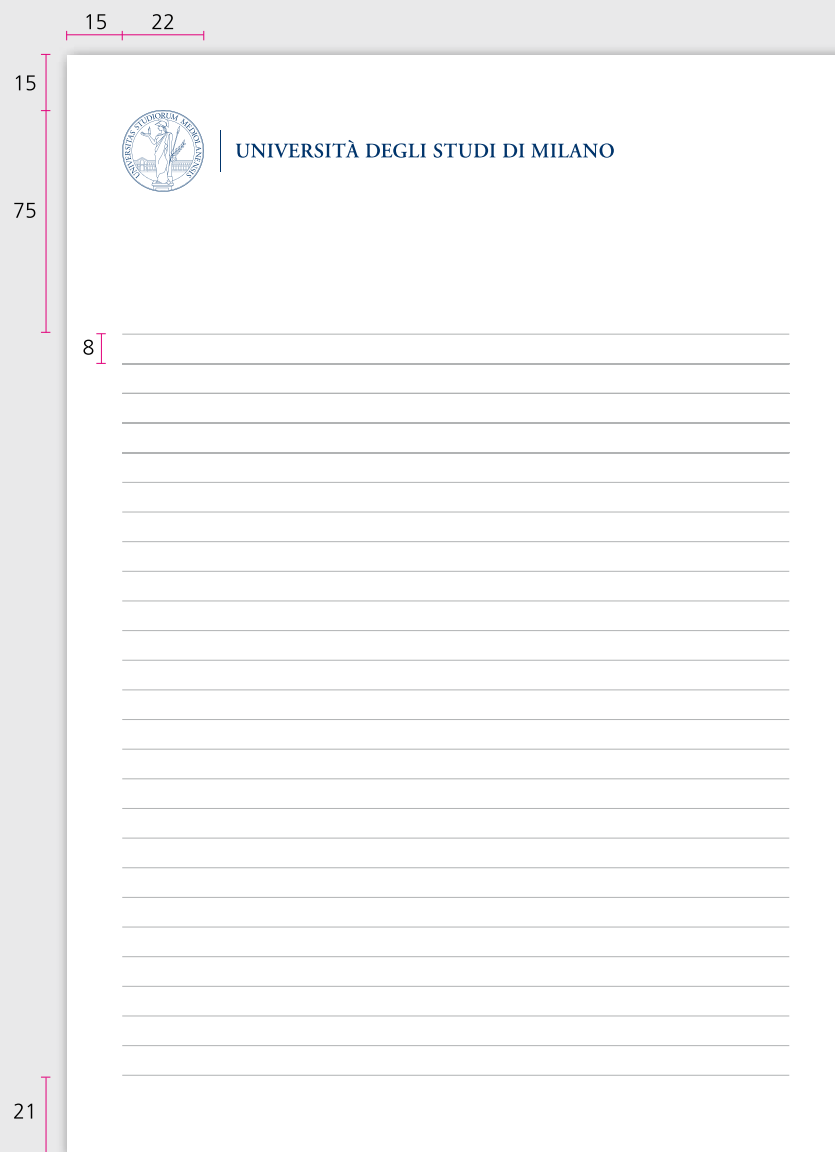
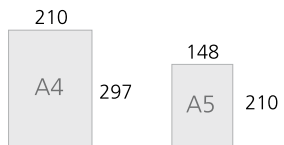
To _____

Date _____ pages (this included) _____

Object _____

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 12345678 - www.unimi.it

Trebuchet, 18 pt
colore nero 100%Trebuchet, 14 pt
colore nero 100%Trebuchet, 11 pt
colore nero 100%



spessore filetto 0,3 pt
colore nero 40%

244



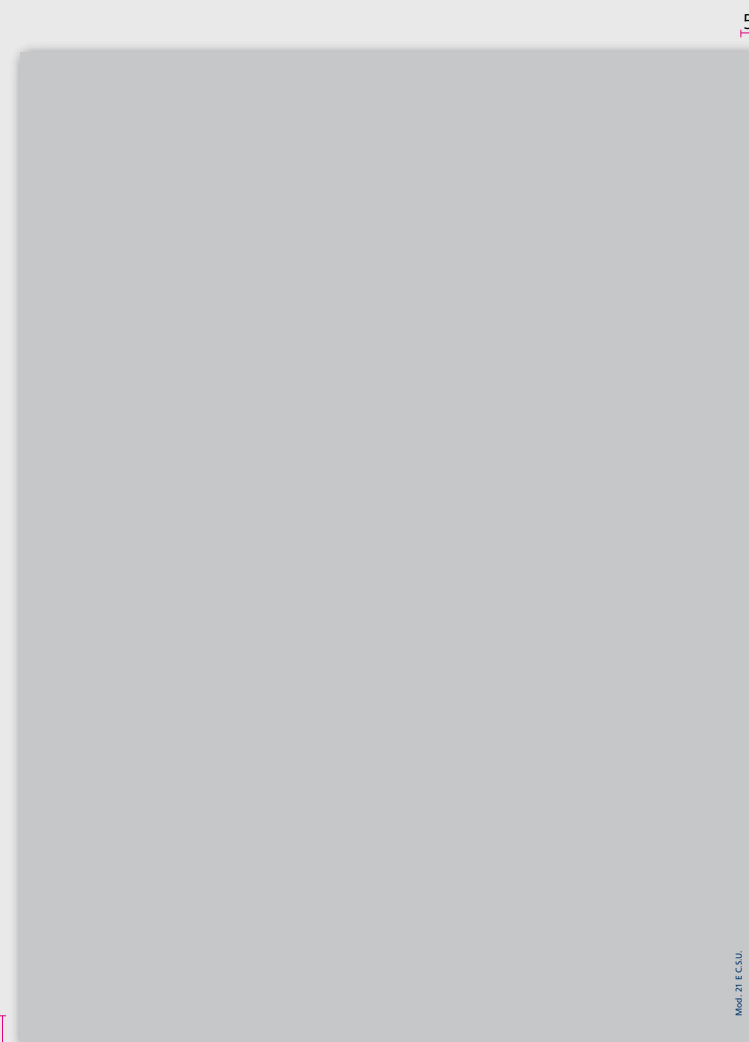
330



colore Blu Ateneo

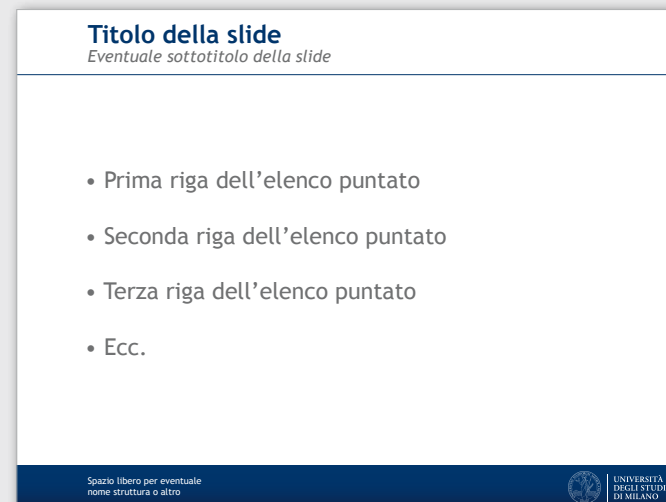
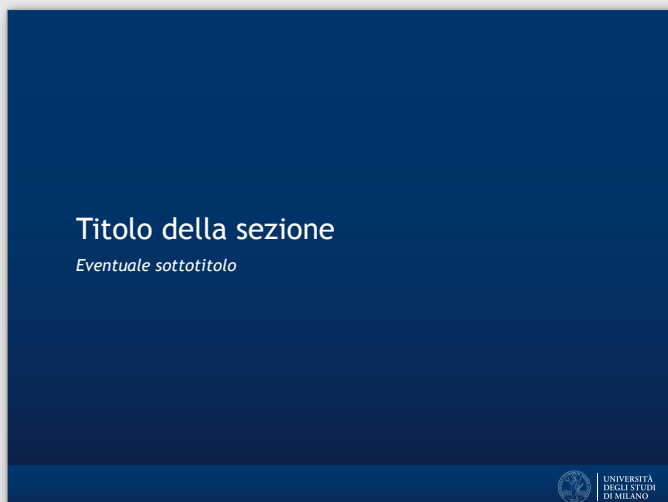
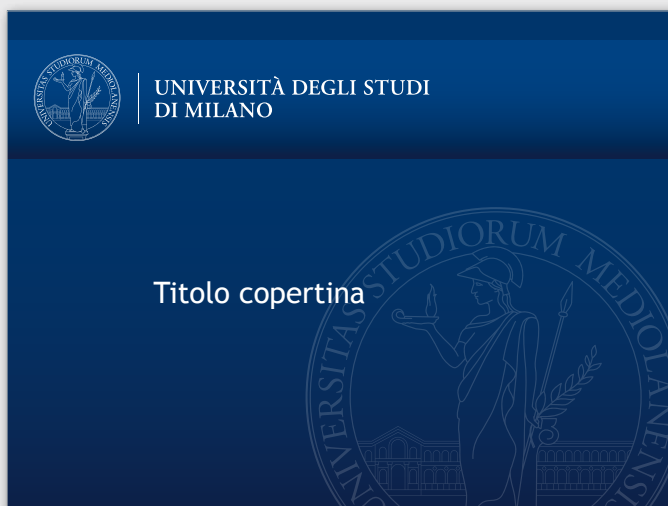


15



254

190

[Scarica versione editabile •](#)

Titolo della slide*Eventuale sottotitolo della slide*

Nata nel 1924 con le quattro Facoltà di Giurisprudenza, Lettere e Filosofia, Medicina e Chirurgia e Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali, nel corso degli anni l'Università degli Studi di Milano ha ampliato i settori di intervento anche per venire incontro alle istanze espresse da una

società in veloce evoluzione. Alle quattro Facoltà iniziali si sono così via via aggiunte quelle ulteriori di Agraria, Farmacia, Medicina Veterinaria, Scienze Politiche e Scienze Motorie. L'università degli Studi di Milano è tuttora una delle maggiori università italiane per ampiezza del corpo (...)

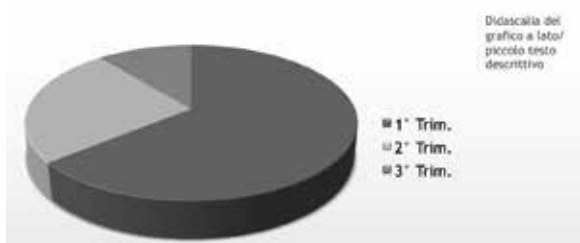
Spazio libero per eventuale
nome struttura o altro

**Titolo della slide***Eventuale sottotitolo della slide*

Nata nel 1924 con le quattro Facoltà di Giurisprudenza, Lettere e Filosofia, Medicina e Chirurgia e Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali, nel corso degli anni l'Università degli Studi di Milano ha ampliato i settori di intervento anche per venire incontro alle istanze espresse da una



Spazio libero per eventuale
nome struttura o altro

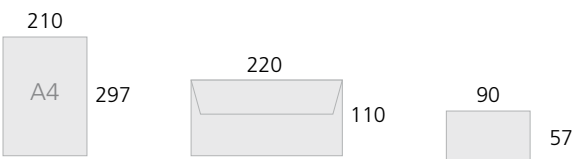
**Titolo della slide***Eventuale sottotitolo della slide*

Spazio libero per eventuale
nome struttura o altro

**Titolo della slide***Eventuale sottotitolo della slide*

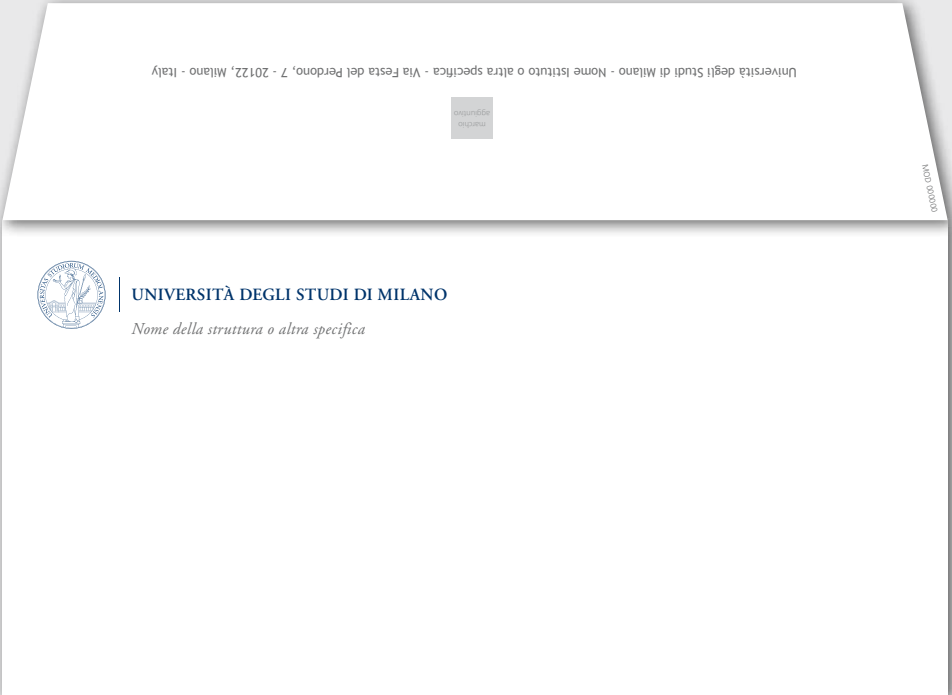
- Prima riga dell'elenco puntato
- Seconda riga dell'elenco puntato
- Terza riga dell'elenco puntato
- Quarta riga dell'elenco puntato
- Quinta riga dell'elenco puntato
- Sesta riga dell'elenco puntato

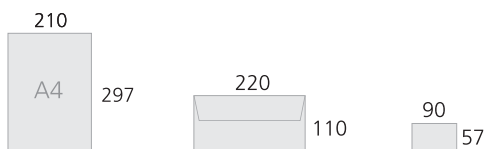




Scarica carta intestata editabile per stampa a colori •

Scarica carta intestata editabile per stampa in bianco e nero •





NOTE:
Per ulteriori indicazioni
su misure e allineamenti
fare riferimento alle tavole
11.1 e 11.2

Per la linea direzionale si
consiglia di stampare il
Marchio in rilievo a lacca
moderna su carta vergata
o martellata.

Università degli Studi di Milano - Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 12345678 - indirizzomail@mail.it

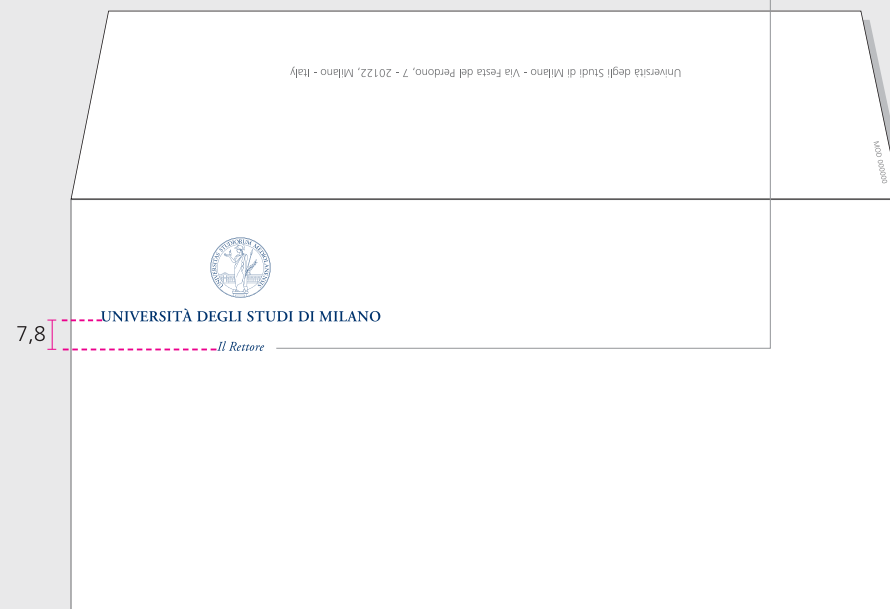


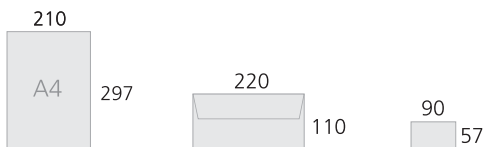
Adobe Garamond Italic, 13,75 pt
colore Blu Ateneo

Adobe Garamond Semibold, 10 pt
colore Blu Ateneo

Adobe Garamond italic, 9 pt
colore nero 70%

Adobe Garamond Italic, 10 pt
colore Blu Ateneo





Adobe Garamond Italic, 13,75 pt
colore Blu Ateneo



Adobe Garamond Semibold, 10 pt
colore Blu Ateneo

Adobe Garamond italic, 9 pt
colore nero 70%

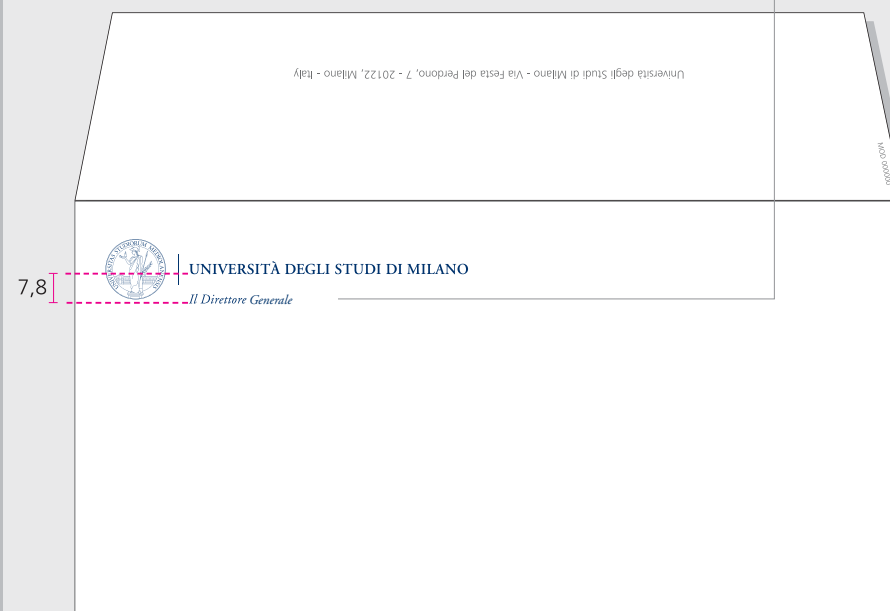
Adobe Garamond Italic, 10 pt
colore Blu Ateneo

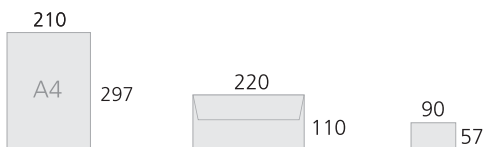
NOTE:
Per ulteriori indicazioni
su misure e allineamenti
fare riferimento alle tavole
11.1 e 11.2

Per la linea direzionale si
consiglia di stampare il
Marchio in rilievo a lacca
moderna su carta vergata
o martellata.

10

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 12345678
indirizzomail@mail.it





Adobe Garamond Italic, 13,75 pt
colore Blu Ateneo



Adobe Garamond Semibold, 10 pt
colore Blu Ateneo

Adobe Garamond italic, 9 pt
colore nero 70%

Adobe Garamond Italic, 10 pt
colore Blu Ateneo



NOTE:
Per ulteriori indicazioni
su misure e allineamenti
fare riferimento alle tavole
11.1 e 11.2

Per la linea direzionale si
consiglia di stampare il
Marchio in rilievo a lacca
moderna su carta vergata
o martellata.

Università degli Studi di Milano
Via Festa del Perdono, 7 - 20122 Milano, Italy
Tel +39 02 12345678 - Fax +39 02 12345678
indirizzomail@mail.it

10

Dopo aver affrontato e codificato nel capitolo precedente le casistiche più frequenti dei principali materiali stampati e multimediali, in questa sezione forniamo, a semplice titolo di esempio, alcuni layout di altri supporti visivi.

Data l'eterogeneità delle soluzioni possibili non vogliamo qui indicare schemi rigorosi, ma suggerire uno stile guida, un senso generale della progettazione che sia in sintonia con le principali indicazioni fin qui fornite.

Di seguito riproduciamo alcune soluzioni adottate per la comunicazione d'Ateneo, che possono suggerire modalità di impaginazione per gli strumenti di comunicazione dell'Ateneo.

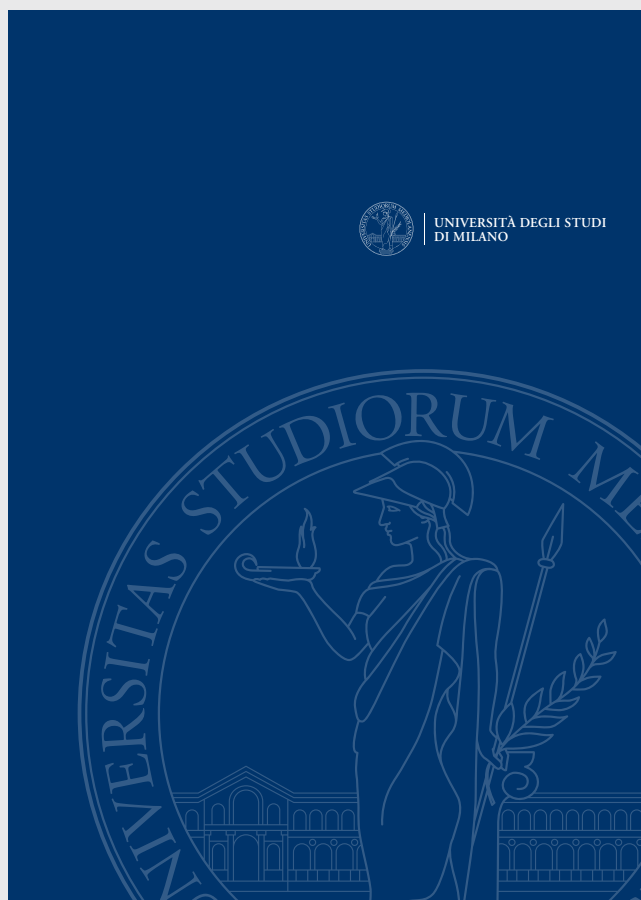
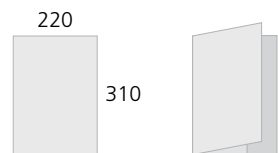




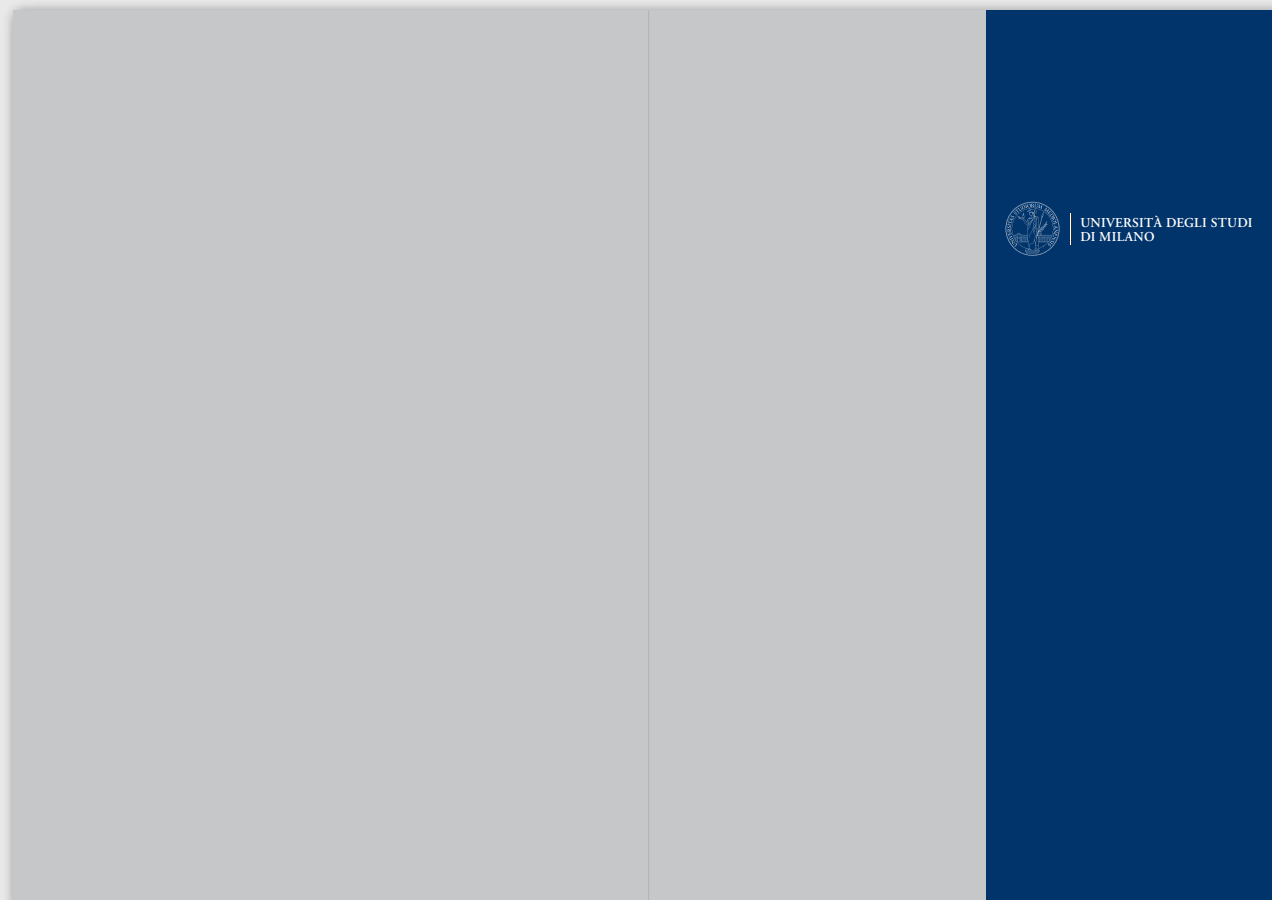
86

54





fronte chiuso



interno steso con tasca



fronte



retro

