Elementi base

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Giugno 2007

L'emblema della Sapienza è costituito da un ovale, di colore porpora, nel quale sono inscritti un cherubino, sovrastato da una fiammella, e la dicitura Studium Urbis, entrambi di colore oro.

Il Logotipo Sapienza è un elemento base del sistema di identità visiva da utilizzare sempre in combinazione con il marchio.

Il Logotipo è sempre di colore Rosso Sapienza, viene riprodotto in bianco nella forma negativa ed assume il colore nero nei casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero.

Il Logotipo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede.

La riproduzione del Logotipo deve avvenire utilizzando solo supporti digitali.

Copie riprodotte da altre fonti o dagli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare.

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versione positiva 3D e al tratto

Queste versioni sono da utilizzarsi esclusivamente su fondo bianco o molto chiaro.

I colori per la stampa corrispondono al Rosso Sapienza, all'Oro Sapienza e al nero (vedi tavola Colori istituzionali).

Per la riproduzione della versione 3D è necessaria la stampa in quadricromia.

Le versioni al tratto, devono essere considerate versioni secondarie rispetto alla versione con valorizzazione 3D ma devono essere necessariamente adottate quando:

la versione al tratto in nero 100% è utilizzata in tutti i casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero (ad es. avvisi stampa quotidiana, primo foglio fax o stampa da computer);

il Marchio/Logo deve essere riprodotto con tecniche alternative alla stampa, come, per esempio, incisione, ricamo o punzonatura (vedi tavola Tecniche speciali);

il Marchio/Logo deve essere riprodotto con una base inferiore a 12 mm (vedi tavola Dimensione minima);

il Marchio/Logo deve essere riprotto su elementi della linea operativa.

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versione 3D

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versione al tratto Rosso Sapienza

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versioni al tratto Nero Sapienza

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versioni al tratto

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versione 3D

Elementi Base. Marchio/Logo

Versione negativa 3D e al tratto

La versione negativa del Marchio/Logo deve essere adottata su fondo scuro. Sono da preferire i fondi Rosso Sapienza, il nero o un colore tra quelli della gamma istituzionale.

La versione negativa 3D prevede l'utilizzo dell'ombra esclusivamente sul fondo colore Rosso Sapienza.

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Elementi Base. Marchio/Logo

Versione negativa su fondo colore o fotografico

Quando il Marchio/Logo deve essere riprodotto su un fondo colore pantone si adotta la versione al tratto.

Quando il Marchio/Logo deve essere riprodotto su un fondo fotografico o colore in quadricromia si adotta la versione 3D.

Tecniche e versioni speciali

Il Marchio/Logo può essere riprodotto su carta ed altri materiali con tecniche alternative alla stampa (es. stampa a secco su carta, vetrofania, incisione su ottone, metallo e pelle).

La versione speciale del Marchio/Logo deve essere usata solo per il ricamo su stoffa e la realizzazione dei timbri.

Stampa a secco su carta

Vetrofania

Incisione su metallo

Incisione su pelle

Serigrafia su ottone

Versione speciale

Versione speciale

FACOLTÀ DI SCIENZE
MATEMATICHE FISICHE
E NATURALI

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Marchio h 18 - b 15 mm
Specifiche cp 12 pt - interlinea 13,5 pt
Marchio/Logo b 60 mm

Elementi Base. Marchio/Logo

Costruzione e area di rispetto e allineamento delle specifiche

Il Marchio/Logo Sapienza è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X). La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

Oltre alla specifica "Università di Roma" possono essere mensionati anche gli Atenei Federati, le Facoltà ed i Dipartimenti che partecipano alla comunicazione.

La specifica è composta con il carattere Sapienza Font maiuscoletto ed assume le dimensioni tipografiche della specifica "Università di Roma".

L'allineamento è a bandiera sinistra sulla S del logotipo.

In tavola è rappresentato un esempio di proporzione tra il marchio e la specifica. Variando la dimensione del marchio il rapporto rimane costante.

Area di rispetto, allineamento tipografico e combinazione con altri marchi

La leggibilità del Marchio/Logo con specifica è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio, questo spazio, definito area di rispetto, è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

Quando il Marchio/Logo prevede la presenza di più Facoltà o Dipartimenti l'allineamento degli stessi è verticale, considerando l'area di rispetto da mantenere tra i differenti soggetti della comunicazione.

Nel caso di accostamento di testi ed altri marchi sono previsti due tipi di allineamento orizzontale e verticale, come riportato nella tavola.

Qualora i marchi siano fotografici si prevede l'utilizzo su fondo bianco.

Tra il Marchio/Logo e gli altri elementi va sempre considerata l'area di rispetto minima e quando è possibile questo spazio va ampliato.

12 mm

Versione 3D

7,5 mm

Versione al tratto

12 mm

Marchio h 15 - b 12 mm
Specifiche cp 10 pt - interlinea 11,25 pt
Marchio/Logo b 50 mm

7,5 mm

Marchio h 9 - b 7,5 mm
Specifiche cp 6 pt - interlinea 6,75 pt
Marchio/logo b 30 mm

Elementi Base. Marchio/Logo

Dimensione minima

Il Marchio/Logo è leggibile anche a dimensioni minime. Si consiglia comunque di non utilizzare mai una base del marchio inferiore alle dimensioni indicate rispettivamente per la versione al tratto e 3D.

Alfabeto istituzionale

Il carattere Sapienza è stato disegnato appositamente con funzione di display, per comporre il logotipo, la specifica, e gli eventuali uffici, Atenei Federati, Facoltà, Dipartimenti etc.

Sapienza font rappresenta una sintesi stilistica tra una prima Antiqua rinascimentale e un semi serif moderno: nella parte superiore dei segni, infatti, il carattere si rifà al tipo aldino (ca. 1500) mentre nella parte inferiore riprende un semi serif che può essere ricondotto al lapidario romano.

Nella composizione del logotipo il carattere è stato variato: sono state create delle legature tra le lettere Z e A, per conferire maggiore caratterizzazione e riconoscibilità al segno.

Sapienza font

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Frutiger e Palatino Linotype

Frutiger: questa famiglia di caratteri viene utilizzata su tutto il materiale di stampa e sulle diverse forme di comunicazione.

È previsto l'impiego nelle versioni: Frutiger 45 Light, Frutiger 46 Light Italic, Frutiger 55 Roman, Frutiger 56 Roman Italic, Frutiger 65 Bold, Frutiger 66 Bold Italic.

Quando il Frutiger non è disponibile può essere utilizzato il carattere Arial.

Palatino: questa famiglia di caratteri viene utilizzata su tutto il materiale operativo e nella composizione dei testi.

Quando il Palatino non è disponibile può essere utilizzato il carattere Times.

Frutiger

Frutiger 65 bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp
QqRrSsTtUuVvXxYyZz
1234567890

Frutiger 55 roman

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp
QqRrSsTtUuVvXxYyZz
1234567890

Frutiger 45 light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp
QqRrSsTtUuVvXxYyZz
1234567890

Palatino

Palatino roman

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk
LlMmNnOoPpQqRrSsTt
UuVvXxYyZz
1234567890

Colori istituzionali

Alla base dell'identità visiva della Sapienza, vi è l'utilizzo costante dei colori istituzionali Rosso, Oro, Nero e Bianco.

Il Marchio/Logo può essere riprodotto con i colori di quadricromia usati secondo le percentuali indicate.

Quando le riproduzioni avvengono con processi diversi dalla stampa, è necessario convertire i colori nel codice cromatico equivalente.

Nella tabella sono indicati i codici PMS (Pantone® Color Bridge™ Coated EURO) utili per la stampa a tinte piatte, i codici 3M (utilizzabili per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive), i codici RAL (utilizzabili per la stampa a mezzo vernici) e i corrispondenti valori RGB ed HTML per il video e internet.

Pantone®	CMYK	RGB	3M	RAL	HTML
PMS 202 EC	10, 100, 61, 50	130, 36, 51	100-723	3004	822433
PMS 871 EC	–	–	100-54	oro pallido finezza 80	–
PMS Black EC	0,0,0,100	0,0,0	100-22	8019	000000
–	0,0,0,0	255, 255, 255	100-20	9010	FFFFFF

Colori complementari

Oltre ai colori istituzionali sono stati introdotti sei colori complementari il cui uso è vincolato agli esempi presenti in questo manuale o nelle implementazioni future.

La palette della colonna sinistra è da utilizzare prevalentemente per la realizzazione di copertine: per l'editoria (brochure, pieghevoli, cataloghi ecc.) per le copertine delle presentazioni (PowerPoint e multimedia).

La palette della colonna di destra è da utilizzare per la realizzazione di grafici, tabelle e box di testo sia per i supporti cartacei, che per prodotti di presentazione multimediale.

Quando le riproduzioni avvengono con processi diversi dalla stampa, è necessario convertire i colori nel codice cromatico equivalente.

Nella tabella sono indicati i codici PMS (Pantone® Color Bridge™ Coated EURO) utili per la stampa a tinte piatte, i codici 3M (utilizzabili per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive), i codici RAL (utilizzabili per la stampa a mezzo vernici) e i corrispondenti valori RGB ed HTML per il video e internet.

Pantone®	CMYK	RGB	Pantone®	CMYK	RGB
PMS 556 EC	58, 8, 45, 14	112, 164, 137	PMS 558 EC	39, 3, 26, 4	170, 201, 182
PMS 117 EC	7, 28, 100, 12	199, 153, 0	PMS 110 EC	2, 24, 100, 8	215, 169, 0
PMS 1525 EC	2, 78 ,100, 9	197, 76, 0	PMS 715 EC	0, 56, 87, 0	246, 146, 64
PMS 3155 EC	100, 10, 28, 47	0, 103, 120	PMS 7466 EC	88, 0, 29, 0	0, 179, 190
PMS 7536 EC	11, 13, 30, 32	170, 163, 142	PMS 7534 EC	5, 5, 13, 8	215, 211, 199
PMS 5435 EC	31, 8, 6, 11	166, 188, 198	PMS 642 EC	13, 2, 1, 1	211, 222, 228

Errori da evitare

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

Modificare il colore

Modificare la composizione

Ignorare l'area di rispetto e l'allineamento

Deformare o distorcere

Errata composizione testo

Utilizzare caratteri non istituzionali

Ignorare le differenti versioni

Ignorare le differenti versioni del marchio e dei suoi colori

Glossario

Allineamento
Disposizione degli elementi grafici (testi e/o immagini) lungo una linea orizzontale o verticale

Area di rispetto
Zona in prossimità del Marchio da non occupare con testi e/o immagini

Colonna di testo
Composizione di caratteri tipografici secondo specifiche di allineamento

Famiglia di caratteri tipografici
Alfabeto di lettere e simboli in diverse versioni

Giustezza
Larghezza di una riga o di una colonna di testo. Nella composizione a bandiera sinistra la giustezza è misurata sulla riga più lunga

Griglia
Strumento utilizzato per disporre testi e immagini in modo coerente

Interlinea
Distanza verticale tra due righe di testo consecutive

Pms
(Pantone® Matching System)
Sistema di catalogazione dei colori tramite codice numerico di riferimento

Quadricromia
Processo di stampa a quattro colori in cui Cyan, Magenta, Giallo e Nero vengono combinati per rappresentare l'intera gamma dei colori

Brand architecture

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Aprile 2013

1. Brand architecture Strutture accademiche e Aree amministrative

Costruire una brand architecture significa definire un sistema di gerarchie e di relazioni visive tra il brand principale e le possibili realtà a esso collegabili.

L'Università ha una struttura complessa che deve essere ricondotta a un modello monolitico di identità. Ogni Struttura accademica di primo livello (Facoltà, Dipartimento, Centro di ricerca, Museo) e ogni articolazione amministrativa di primo livello (Area) si avvarrà dell'identità dell'Ateneo mantenendo però la propria denominazione.

Quando il Marchio/Logo Sapienza deve comprendere la specifica estesa di queste Strutture o il claim "Il futuro è passato qui", è necessario seguire alcuni criteri base di impaginazione.

FACOLTÀ DI SCIENZE
MATEMATICHE FISICHE
E NATURALI

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

FACOLTÀ DI SCIENZE
MATEMATICHE FISICHE
E NATURALI

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

IL FUTURO È PASSATO QUI

FACOLTÀ DI SCIENZE
MATEMATICHE FISICHE
E NATURALI

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Marchio h 37
Specifiche Nome Sapienza font Maiuscolo
e maiuscoletto 26 pt - interlinea 29 pt

2. Costruzione e area di rispetto Strutture accademiche e Aree amministrative

Le denominazioni sono composte in carattere Sapienza maiuscolo e maiuscoletto ed il loro corpo è sempre pari alla specifica "Università di Roma".

Il Marchio/Logo Sapienza è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X). La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

La leggibilità del Marchio/Logo con specifica è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio, questo spazio, definito area di rispetto, è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

Facoltà di Ingegneria
dell'Informazione
Informatica e Statistica

SAPIENZA
Università di Roma

Museo Arte
e Giacimenti Minerari

SAPIENZA
Università di Roma

Dipartimento di Ingegneria
Informatica Automatica
e Gestionale Antonio Ruberti

SAPIENZA
Università di Roma

Area supporto strategico
e Comunicazione

SAPIENZA
Università di Roma

Centro di ricerca
per la Valutazione della Qualità
in Medicina e Medicina di Genere

SAPIENZA
Università di Roma

Area Contabilità
Finanza e Controllo
di Gestione

SAPIENZA
Università di Roma

Le diverse Strutture accademiche di secondo livello (Biblioteche, Corsi di studio, Master, Scuole di specializzazione ecc.), gli Uffici ed eventualmente i Settori facenti capo alle diverse Aree amministrative non rientrano all'interno della precedente brand architecture, ma diventano un descriptor della struttura di appartenenza di primo livello.

Il descriptor verrà composto su massimo 3 righe, con il carattere tipografico Arial e verrà allineato sotto al marchio Sapienza, seguendo le proporzioni di corpo e interlinea.

AREA SUPPORTO STRATEGICO E COMUNICAZIONE

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Ufficio Comunicazione

AREA SUPPORTO STRATEGICO
E COMUNICAZIONE

Ufficio Comunicazione
Lorem ipsum dolor est sit
amet consectutur

AREA SUPPORTO STRATEGICO
E COMUNICAZIONE

Marchio h 37
Specifiche Ufficio Arial regular Maiuscolo
e minuscolo 30 pt - interlinea 32 pt

Ufficio Comunicazione

5. Costruzione e area di rispetto Strutture accademiche di secondo livello e Uffici

Le denominazioni sono composte in carattere Arial maiuscolo e minuscolo, seguendo le proporzioni indicate.

Il Marchio/Logo Sapienza è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X). La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

La leggibilità del Marchio/Logo con specifica è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio, questo spazio, definito area di rispetto, è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

Area Gestione Edilizia

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Ufficio Amministrazione
e Servizi

Facoltà di Architettura

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Corso di laurea in Design
Comunicazione Visiva e Multimediale

Area Supporto Strategico
e Comunicazione

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Ufficio Comunicazione

facoltà di Scienze
Matematiche Fisiche
e Naturali

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Master in Valutazione
Controllo e Riduzione del rischio
sismico-ambientale

Area Contabilità
Finanza e Controllo
di Gestione

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Ufficio Bilanci
e Controllo di gestione

Facoltà di Lettere
e Filosofia

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Master in Restauro
digitale audio/video

Area Organizzazione
e Sviluppo

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Ufficio Sviluppo
delle Risorse Umane

Facoltà di Economia

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Biblioteca generale
“E. Barone”

7. Brand architecture Progetti

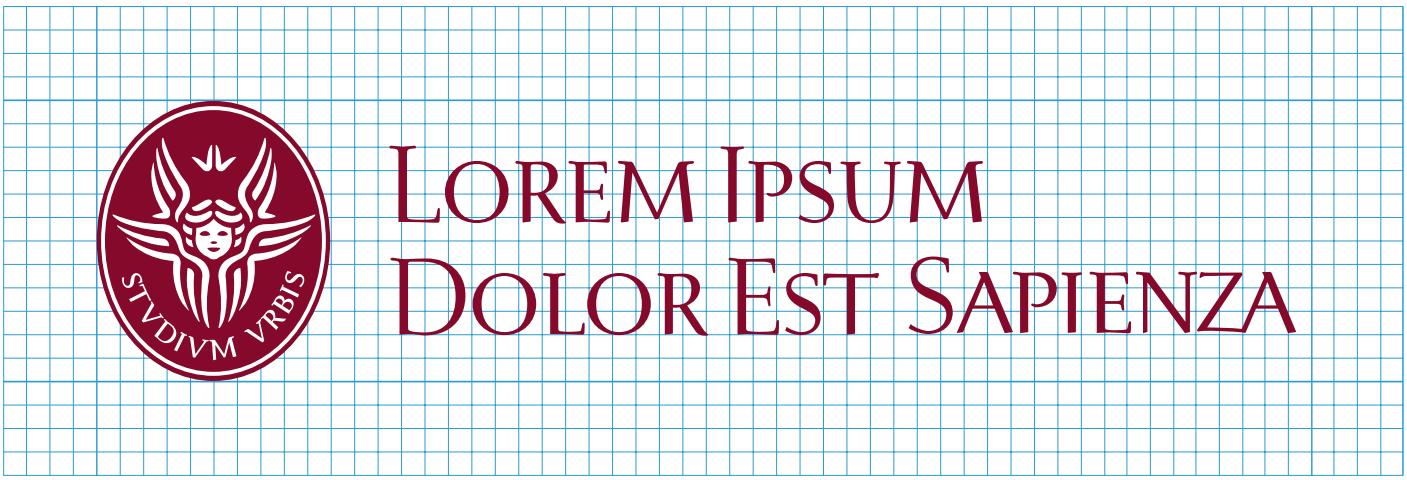
L'identità visiva della Sapienza caratterizza non solo l'Ateneo centrale e tutte le sue strutture, ma anche alcuni progetti, attività e articolazioni di particolare interesse strategico, di divulgazione sia interna che esterna.

L'uso del brand Sapienza per identificare tali progetti è fondamentale per lo sviluppo del valore intangibile dell'Ateneo, poiché grazie alla reiterazione della sua identità è possibile aumentarne la riconoscibilità.

Solo ed esclusivamente nel caso dei progetti l'Ateneo utilizza un modello di identità derivato, in quanto caratterizzato non solo dalla presenza del marchio (il cherubino), ma anche del logotipo Sapienza, nella sua composizione originale, legato al nome del progetto. La specifica Università di Roma in questo caso non sarà presente e non potrà essere utilizzato il claim.

DIGITAL LIBRARY
SAPIENZA

LOREM IPSUM
DOLOR EST SAPIENZA



Definizione del nome
Il nome del progetto dovrà includere il nome Sapienza posto a chiusura e non potrà essere più lungo di 22 caratteri spazi inclusi (esclusa la parola Sapienza).

Composizione del Marchio/Logotipo
Marchio h 37
Nome Sapienza font Maiuscolo e maiuscoletto 40 pt / interlinea 42 pt
Kerning -40 con aggiunta del logotipo.

8. Costruzione e area di rispetto Progetti

Le denominazioni sono composte in carattere Sapienza maiuscolo e maiuscoletto e devono sempre seguire le proporzioni e gli allineamenti di costruzione.

Il Marchio/Logo Sapienza è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X). La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

La leggibilità del Marchio/Logo con specifica è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio, questo spazio, definito area di rispetto, è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

DIGITAL LIBRARY
SAPIENZA

RADIO
SAPIENZA

POLO MUSEALE
SAPIENZA

MUSICA
SAPIENZA