



Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

16 LUG. 2013

Nell'anno **duemilatredecim**, addì **16 luglio** alle ore **16.27**, presso l'Aula degli Organi Collegiali, si è riunito il Consiglio di Amministrazione, convocato con nota rettorale prot. n. 0042884 dell'11.07.2013, per l'esame e la discussione degli argomenti iscritti al seguente ordine del giorno:

..... **O M I S S I S** .....

**Sono presenti:** il **rettore**, prof. Luigi Frati; il **prorettore**, prof. Francesco Avallone; i consiglieri: prof. Aldo Laganà, prof. Alberto Sobrero, prof. Maurizio Saponara (entra alle ore 16.35), prof. Antonio Mussino, prof. Maurizio Barbieri, prof.ssa Roberta Calvano, prof. Marco Merafina (entra alle ore 17.15), sig. Marco Cavallo, sig. Sandro Mauceri, dott. Pietro Lucchetti (entra alle ore 16.53), dott. Paolo Maniglio, dott. Massimiliano Rizzo (entra alle ore 16.32), sig. Giuseppe Romano (entra alle ore 16.32); il **direttore generale**, Carlo Musto D'Amore, che assume le funzioni di segretario.

**E' assente giustificata:** dott.ssa Francesca Pasinelli

**E' assente:** dott.ssa Paola De Nigris Urbani.

Il **presidente**, constatata l'esistenza del numero legale, dichiara l'adunanza validamente costituita e apre la seduta.

..... **O M I S S I S** .....

D. 179/13  
Pieno  
di com.  
6/2



16 LUG. 2013

SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA  
Area Supporto Strategico e Comunicazione  
Il Direttore  
Franco Baragiola

AB

W

## DENOMINAZIONE DEI SITI DELLA SAPIENZA E NUOVA ARCHITETTURA DI BRAND DERIVATA PER I PROGETTI DI ATENEIO

Il Presidente sottopone all'attenzione del Consiglio di Amministrazione la seguente relazione, predisposta da Area supporto strategico e comunicazione – Ufficio comunicazione.

La Sapienza ha portato avanti negli ultimi anni un progetto di riordino delle proprie attività di comunicazione. Tale progetto ha riguardato due aspetti principali: l'unificazione del *brand* Sapienza in un sistema di identità visiva coerente e la riorganizzazione della comunicazione digitale con il rifacimento del sito centrale e l'armonizzazione dei siti delle Facoltà, dei Dipartimenti e delle altre strutture. Questa impegnativa operazione ha conferito riconoscibilità univoca alla comunicazione dell'Ateneo e ha rafforzato il posizionamento della Sapienza nel panorama delle università italiane; il *brand* Sapienza è oggi un valore per la comunità universitaria, in termini di appartenenza e di coesione, ma anche verso gli *stakeholders* esterni in termini di credibilità e reputazione. A questo valore immateriale si associa anche un valore economico e patrimoniale crescente, come dimostrano attività quali il merchandising e la concessione del marchio per operazioni di marketing collegate a contratti di ricerca in conto terzi.

Il patrimonio rappresentato dalla potenza comunicativa del *brand* Sapienza deve ora essere mantenuto attraverso *policy* attente a non inficiare l'identità comunicativa unitaria dell'Ateneo e contemporaneamente capaci di sviluppare soluzioni flessibili adeguate alle nuove esigenze comunicative che si presentano nel corso del tempo.

A partire da queste premesse il Comitato editoriale web ha sentito l'esigenza di formulare una indicazione cogente per l'Url (acronimo di Uniform Resource Locator), ovvero per la sequenza di caratteri che identifica l'indirizzo in rete di ciascuna struttura. L'attuale presenza di Url eterogenei per denominare i percorsi che individuano Facoltà e Dipartimenti comporta infatti una dispersione della presenza dell'Ateneo in rete. Ciò è stato fatto rilevare anche da osservatori esterni, come l'agenzia di ranking universitari Webometrics, espressione del Consiglio superiore della ricerca spagnolo (Consejo Superior de Investigaciones Científicas), che basa le sue classifiche universitarie proprio sulla efficacia dei siti degli atenei.

La proposta di nuova denominazione univoca degli Url, contenuta nell'allegato parte integrante "Denominazione dei siti delle strutture della Sapienza" prevede che l'Url sia costruito secondo una logica di immediatezza e facile riconoscibilità, in base a uno schema "nomestuttura.uniroma1.it", dove per "nomestuttura" dovrà intendersi la denominazione completa della struttura, una abbreviazione o un acronimo. L'allegato parte integrante "Denominazione dei siti delle strutture della Sapienza" sarà pubblicato sul sito in un'apposita sezione dedicata alle linee guida per le attività di comunicazione.



16 LUG. 2013

SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA  
Area Supporto Strategico e Comunicazione  
Il Direttore  
Franco Berardi

AB

luw

Le strutture, una volta denominato il sito secondo questi criteri, dovranno chiedere al Centro InfoSapienza – Settore informatico per la comunicazione in rete – Web ([webmaster@uniroma1.it](mailto:webmaster@uniroma1.it)) di attuare il collegamento al portale centrale. Il webmaster avrà le prerogative di una Registration Authority e potrà quindi invitare a modificare la denominazione dell'Url qualora essa non risponda ai criteri stabiliti dall'Ateneo. Potrà implementare eventuali nuove soluzioni per esigenze future.

Parallelamente il Comitato editoriale web ha raccolto l'esigenza di visibilità e autonomia comunicativa in rete di numerosi nuovi progetti, attività o articolazioni della Sapienza, di rilievo centrale e strategico, che non possono essere incardinati nella struttura accademica dell'Ateneo (non appartengono cioè a Facoltà, Dipartimenti e neppure all'amministrazione centrale). Tali progetti, attività o articolazioni hanno nella maggior parte dei casi la caratteristica di usare la parola Sapienza nella propria denominazione (Musica Sapienza, Radio Sapienza, Digital Library Sapienza ecc.). Inoltre esprimono la necessità di un sito autonomo con una testata autonoma fortemente riconoscibile all'interno della comunicazione digitale Sapienza, ma non assimilabile né alla testata del sito centrale Sapienza né alle testate di Facoltà e Dipartimenti.

Per rispondere a questa esigenza il Comitato, sentito i propri esperti grafici di riferimento, propone di creare una nuova architettura di *brand*. Tale architettura, descritta con numerosi esempi nell'allegato parte integrante "Architettura di brand derivata per progetti, attività o articolazioni di rilievo centrale per l'Ateneo", prevede l'introduzione nel sistema di identità visiva Sapienza di un marchio derivato che conserva il Cherubino come icona, aggiungendovi il nome del progetto, dell'attività o dell'articolazione, seguita dalla dicitura Sapienza, ma omettendo l'ulteriore descriptor Università di Roma. Questo nuovo marchio derivato consente la creazione di testate web coerenti con il template digitale Sapienza, ma significativamente autonome sia rispetto al sito centrale che rispetto ai siti delle strutture accademiche.

Rimane invariato, come caso a sé, il marchio della casa editrice di Ateneo, "Sapienza Università Editrice".

La nuova architettura di *brand* sarà riportata all'interno del Manuale di identità visiva.

La composizione dei nuovi marchi derivati sarà coordinata dall'Ufficio comunicazione ([comunicazione@uniroma1.it](mailto:comunicazione@uniroma1.it)), in collaborazione con il Comitato editoriale web e gli esperti grafici di riferimento dell'Ateneo.

Il Presidente comunica che analoga relazione istruttoria è stata presentata al Senato Accademico del 16 luglio 2013.

#### ALLEGATI PARTE INTEGRANTE

- Denominazione dei siti delle strutture della Sapienza
- Architettura di brand derivata per progetti, attività o articolazioni di rilievo centrale per l'Ateneo



16 LUG. 2013

..... O M I S S I S .....

**DELIBERAZIONE N. 179/13**

**IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**

- **Letta la relazione istruttoria;**
- **Considerata l'esigenza di tutelare l'identità comunicativa unitaria dell'Ateneo e contemporaneamente di sviluppare soluzioni flessibili adeguate alle nuove esigenze comunicative che si presentano nel corso del tempo;**
- **Ritenuto che sia necessario dare indicazioni cogenti circa la denominazione degli Url dei siti di Ateneo, per evitare una dispersione della presenza dell'Ateneo sulla rete;**
- **Ritenuto che sia opportuno conferire visibilità e autonomia comunicativa in rete a nuovi progetti, attività o articolazioni, di rilevanza centrale, non assimilabili né al sito centrale né ai siti della strutture, e che ciò comporti la composizione di testate autonome per le quali risulta adeguata la creazione di una architettura di brand derivata;**
- **Esaminati gli allegati parte integrante;**
- **Preso atto di quanto deliberato dal Senato Accademico nella seduta del 16 luglio 2013;**
- **Presenti e votanti n. 16: con voto unanime espresso nelle forme di legge dal rettore, dal prorettore, dal direttore generale e dai consiglieri: Barbieri, Calvano, Cavallo, Laganà, Mauceri, Merafina, Mussino, Saponara, Sobrero, Lucchetti, Maniglio, Rizzo e Romano**

**DELIBERA**

- **che le strutture dell'Ateneo devono attenersi alle indicazioni per la Denominazione dei siti delle strutture della Sapienza e per la nuova Architettura di brand derivata per progetti, attività o articolazioni di rilievo centrale per l'Ateneo, così come descritte nei rispettivi allegati parte integrante. Per la Denominazione dei siti delle strutture il Centro InfoSapienza – Settore informatico per la comunicazione in rete – Web rappresenterà la Registration Authority di Ateneo, mentre per i nuovi marchi derivati si dovrà fare riferimento all'Ufficio comunicazione;**
- **di predisporre idonea regolamentazione per i domini di II livello.**

**Letto, approvato seduta stante per la sola parte dispositiva.**

**IL SEGRETARIO**  
Carlo Musto D'Amore

**IL PRESIDENTE**  
Luigi Fratini

..... O M I S S I S .....

6.2



## **DENOMINAZIONE DEI SITI DELLE STRUTTURE DELLA SAPIENZA**

1. I siti delle strutture della Sapienza (Facoltà, Dipartimenti ecc.), rappresentato un dominio di terzo livello all'interno del dominio della Sapienza uniroma1. Essi sono denominati con un Url composto secondo lo schema "nomestruttura.uniroma1.it". al fine di rendere palese l'appartenenza alla Sapienza e di garantire immediata riconoscibilità all'Ateneo sulla rete.
2. Il nome della struttura può essere scritto per esteso, abbreviato o composto in forma di acronimo, ma deve comunque mantenere una stretta attinenza con la denominazione reale della struttura. Sono ammessi da un minimo di 3 a un massimo di 40 caratteri.
3. Per le Facoltà è previsto che la denominazione del sito faccia riferimento direttamente al nome della Facoltà stessa; per i Dipartimenti è previsto che la denominazione inizi con la lettera "d".
4. È possibile creare domini di quarto livello per progetti o iniziative che dipendono da strutture della Sapienza; in questo caso l'Url sarà composto secondo lo schema "nome iniziativa.nomestruttura.uniroma1.it".
5. Sono da evitare nomi eterogenei, semplificazioni e riferimenti in altre lingue senza attinenza con la denominazione reale, nomi composti con segni di interpunzione diversi dal trattino alto. Il punto è riservato alla funzione di separare i domini di diversi livelli
5. È sconsigliata la proliferazione di alias, cioè di denominazioni diverse per indicare lo stesso sito.
5. Con la denominazione "nomestruttura.uniroma1.it" si identifica un dominio che corrispondere al sito ufficiale della struttura stessa.
6. Le strutture, una volta denominato il sito secondo questi criteri, dovranno chiedere al Centro InfoSapienza – Settore informatico per la comunicazione in rete – Web ([webmaster@uniroma1.it](mailto:webmaster@uniroma1.it)) di attuare il collegamento con il sito centrale. Il webmaster avrà le prerogative di una Registration Authority e potrà quindi invitare a modificare la denominazione dell'Url qualora essa non risponda ai criteri stabiliti dall'Ateneo. Il webmaster potrà inoltre implementare eventuali nuove soluzioni per esigenze future.



## Esempi di composizione corretta della denominazione dei siti di struttura

**Facoltà di Architettura**  
[architettura.uniroma1.it](http://architettura.uniroma1.it)

**Dipartimento di Matematica**  
[dmatematica.uniroma1.it](http://dmatematica.uniroma1.it)

**Centro di ricerca Euro Sapienza**  
[eurosapienza.uniroma1.it](http://eurosapienza.uniroma1.it)

**Polo Museale Sapienza**  
[Musei.uniroma1.it](http://Musei.uniroma1.it)



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

## **ARCHITETTURA DI BRAND DERIVATA PER PROGETTI, ATTIVITÀ O ARTICOLAZIONI DI RILIEVO CENTRALE PER L'ATENEO**

1. I nuovi progetti, attività o articolazioni della Sapienza, di rilievo centrale e strategico, che non possono essere incardinati nella struttura accademica dell'Ateneo (non appartengono cioè a Facoltà, Dipartimenti e neppure all'amministrazione centrale), possono dotarsi di un marchio derivato finalizzato a conferire a tali iniziative visibilità e autonomia comunicativa, garantendo allo stesso tempo la coerenza con il sistema di identità visiva della Sapienza.

2. Tale marchio/logotipo derivato è composto dal Cherubino e dalla denominazione del progetto, dell'attività o dell'articolazione, scritto in font Sapienza, al massimo su due righe e concluso obbligatoriamente con la parola Sapienza.

Nelle pagine successive la nuova architettura di marchio è presentata, con numerosi esempi, così come sarà integrata nel Manuale di identità visiva della Sapienza, nel capitolo "Brand architecture" ..

## Brand architecture



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA

Versione 02, Aprile 2013

## Indice Brand architecture

1. Brand architecture Strutture accademiche e Aree amministrative
2. Costruzione e area di rispetto Strutture accademiche e Aree amministrative
3. Esempi di composizione Strutture accademiche e Aree amministrative
4. Brand architecture Strutture accademiche di secondo livello e Uffici
5. Costruzione e area di rispetto Strutture accademiche di secondo livello e Uffici
6. Esempi di composizione Strutture accademiche di secondo livello e Uffici
7. Brand architecture Progetti
8. Costruzione e area di rispetto Progetti
9. Esempi di composizione Progetti

## 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 25 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 modulare quadrato X. La scansione modulare, definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

La leggibilità del Marchio/Logo con specificità e rigore, bene si realizza in un'area e sufficientemente ampia, questo spazio, definito area di rispetto, e da considerarsi minimo, pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

### 3. Esempi di composizione Strutture accademiche e Aree amministrative

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

#### 4. Brand architecture Strutture accademiche di secondo livello e Uffici

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



# SAPIENZA

## UNIVERSITÀ DI ROMA

Ufficio Comunicazione  
Lorem ipsum dolor est sit  
amet consectetur

## AREA SUPPORTO STRATEGICO E COMUNICAZIONE



# SAPIENZA

## UNIVERSITÀ DI ROMA

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 Marchionome Sapienza è inserito all'interno di un rettangolo non ripartito molto allungato, genera un piccolo rettangolo quadrato. La scansione modulare del tracciato esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

La leggibilità del Marchionome è specifica e migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio, questo spazio, all'interno dell'area di rispetto, e da considerarsi minimo; pertanto, quando è possibile, deve essere allargato.

## 6. Esempi di composizione Strutture accademiche di secondo livello e Uffici

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 caratterizzare 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



LOREM IPSUM  
DOLOR EST 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 maiuscoltto  
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 maiuscoltto e dovranno 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 modulare quadrato. La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

La fedeltà del Marchio/Logo è di primaria importanza e la misura del rispetto che lo circonda è sufficientemente ampia, questo spazio, definito area di rispetto, è da considerarsi minimo, pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

9. Esempi di composizione Progetti



DIGITAL LIBRARY  
SAPIENZA



RADIO  
SAPIENZA



POLO MUSEALE  
SAPIENZA



MUSICA  
SAPIENZA