



UNIVERSITÀ  
EUROPEA  
DI ROMA

## Manuale di immagine coordinata UER

## **Premessa**

Ogni Ente, Istituzione, Azienda, nazionale e internazionale, adotta dei criteri e delle regole di immagine coordinata e di comunicazione, che servono a garantire la trasmissione omogenea, all'interno e all'esterno, non solo dell'immagine ma dei valori stessi dell'Istituzione.

Il presente manuale di immagine coordinata nasce quindi dall'esigenza di definire l'immagine corporativa dell'Università Europea di Roma, in linea e tenendo conto dei dettami e regole adottate e promosse dalla Rete Internazionale alla quale apparteniamo.

**E' necessario che ogni dipendente e collaboratore si adegui alle 'normative' espresse nel presente manuale**, che racchiude la definizione delle varie tipologie di simboli, loghi e diciture così come il loro corretto impiego nei vari ambiti e circostanze.

I Responsabili di Dipartimento sono invitati a mettere a conoscenza di questo manuale i propri collaboratori e a vigilare sul rispetto delle disposizioni.

Comunicazioni ufficiali, stampa di materiale di qualunque tipo (ad esempio anche inviti, locandine, guide, materiale per gli studenti) che riguardano l'Università Europea di Roma o ne riportano il logo, devono essere sottoposti, per la verifica del rispetto delle linee guida di comunicazione, al Dipartimento Marketing e Promozione per approvazione preventiva o eventuali richieste di modifica.

## **Filosofia**

La filosofia che sta alla base della nostra Rete Internazionale di Università è quella di formare leader di cambiamento positivo. Nelle pagine dell'ordo accademico sono espressi molto bene i valori di riferimento della nostra istituzione, così come i significati dei simboli, come il logo, utilizzati. Senza dilungarci troppo in merito, pertanto, segnaleremo solo alcuni 'tratti' fondamentali relativi all'applicazione grafica delle linee guida che discendono dai nostri principi e valori.

## **Simbolo e motto**

Il nostro motto "Vince in Bono Malum" esprime e divulga i fondamenti dei valori e attitudini che ci contraddistinguono e definiscono come istituzioni di educazione superiore le quali, attraverso l'unione dei propri sforzi, riescono ad insegnare agli alunni a sfruttare al meglio il proprio potenziale di azione positiva.

**"Vincere il male con il bene"** è il fondamento e la sintesi dei punti seguenti:

- Vincere il male dell'ignoranza con il bene della scienza.
- Vincere il male dell'improvvisazione con il bene della formazione tecnica e professionale
- Vincere il male dell'antagonismo sociale con il bene della concordia, condivisione e armonia.



Il motto è parte integrante del logo e si utilizza lo stesso tipo di carattere del letteragramma: Optima.

## **Il logo**

Il logo è formato dal **simbolo**, dal **letteragramma** e dal **motto** dell'istituzione. Il documento di registro del marchio della denominazione "Università Anahuac" e il suo disegno sono stati depositati; il marchio è tutelato da imitazioni, contraffazioni o usi non corretti ed esprime la rete universitaria nel suo insieme. L'uso di tale logo è previsto solamente per uso ufficiale.

Il **letteragramma** o dicitura circolare è composto dagli elementi tipografici che danno il nome all'istituzione. In carattere "Optima bold", viene posizionato in maniera circolare.

Nella parte inferiore deve essere posizionato il **motto** con la stessa tipologia di carattere Optima. Il **simbolo** rappresenta un tessuto intrecciato, in riferimento al tessuto sociale e alla formazione umana; i colori, arancione e marrone, rappresentano la terra e il sole. Nel Messico, il significato etimologico della parola “Anáhuac” significa “vicino all’acqua”.

### Uso verticale

Per uso verticale; dovrà essere applicato in tutti gli usi consentiti, qualora il formato lo consenta.

### Uso orizzontale

Per gli usi orizzontali



UNIVERSITÀ EUROPEA DI ROMA



UNIVERSITÀ  
EUROPEA  
DI ROMA

### Proporzioni del logo

Nell’uso del logo devono essere tassativamente rispettate le proporzioni qui riportate affinché il simbolo non sia distorto né venga modificato il tratto. Non è consentito alcun uso difforme .



Il reticolo serve come guida per ottenere maggiore precisione nel caso non si possa riprodurre il logo a mezzo di supporto fotografico, tipolitografico o digitale.

### Area di protezione

Nell’impiego del logo è necessario che vi sia un’area circostante di protezione in modo che il formato del logo non risulti congestionato o impastato. Tutti gli elementi secondari come i testi o elementi decorativi devono essere posizionati a una distanza ragionevole dal logo.

Nell’esempio viene indicato, mediante l’impiego di linee intermitteni, lo spazio minimo necessario per definire l’area di protezione, la quale può essere ampliata ma mai ridotta al di sotto delle dimensioni riportate nell’esempio. La distanza è relazionata all’altezza delle barre che compongono il logo.

## Reticolo



## Area di protezione



## Pay-off

L'Università Europea di Roma ha adottato come pay-off (o slogan) la dicitura: **"Formiamo persone, prepariamo professionisti."**

Tale slogan dovrà essere riportato in tutte le comunicazioni ufficiali e in tutto il materiale promozionale. Di norma tale dicitura è apposta, a seconda del tipo di grafica, a chiusura della grafica stessa in calce alla pagina oppure vicino al logo. Deve essere apposto in questa maniera:

**Formiamo persone,**  
**prepariamo professionisti.**

Il testo deve essere **rigorosamente in font optima**, carattere ufficiale.

## Usi non consentiti del logo

Qualsiasi cambio di posizione, proporzione, colore, simbolo o logotipo differente da quelli specificamente indicati nel presente manuale dovrà essere **totalmente evitato**.

Gli esempi qui riportati mostrano alcuni degli usi scorretti e non consentiti.



## Colori

### Colori base

Al fine di facilitare l'identificazione del logotipo sono stati stabiliti i colori istituzionali i quali, in linea con il manuale di immagine istituzionale della Rete Internazionale sono:

- Arancione Pantone 144 PMS
- Marrone (testa di moro) 168 PMS

I colori selezionati sono gli unici autorizzati per poter essere applicati nel sistema di immagine coordinata. La contrapposizione dei suddetti colori rappresenta la terra ed il sole.



Café Pantone 168 PMS



Naranja Pantone 144 PMS

## Colori secondari

Per assicurare una certa flessibilità, sono state autorizzate alcune variazioni nell'applicazione del logotipo quando, per ragioni di disegno e/o tecniche grafiche, non sia possibile impiegare il logo nella combinazione di colori istituzionali. In tali casi si possono utilizzare i colori seguenti:

- Nero pantone Nero



- Grigio pantone Cool Gray 5



- Oro (il colore oro implica un passaggio in colore oro non il pantone )

Incisione in bianco (quest'ultimo verrà impiegato su sfondi colorati di uno dei colori istituzionali già menzionati o su fondo scuro al fine di dargli maggior risalto)

## Colori di riferimento per i corsi di laurea

Ai corsi di laurea ed ai corsi Post Lauream dell'Università Europea di Roma sono stati attribuiti i seguenti colori di riferimento:

- Verde - Economia e Gestione Aziendale: pantone 339



PANTONE  
339 U

- Blu - Giurisprudenza pantone: 647



- Fucsia - Scienze e Tecniche Psicologiche: pantone 213



- Marrone - Storia e Filosofia: pantone 168



PANTONE  
168 U

- Violetto - Scienze della Formazione Primaria: pantone 5145



Pantone 5145

- Grigio – Post Lauream: pantone cool gray 11



Pantone  
coolgray 11

## Font e caratteri

La famiglia tipografica è una parte indispensabile che interviene nella definizione dell'identità grafica di una istituzione; aiuta a creare una personalità unica nel simbolo e a uniformare la sua applicazione in un unico formato testuale. Non si dovrà impiegare tale tipologia di caratteri per redigere altri tipi di testi. L'uso consentito di questo tipo di alfabeti gli conferisce ufficialità e distinzione.

### Font primario

Il font che si deve impiegare nel nome dell'istituzione.

E' applicato al logotipo.

Il carattere consentito è **Optima bold**.

a b c

Optima  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

d e f

Optima Bold  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

### Font secondari

La tipografia secondaria o ausiliare si impiega come complemento dell'identità grafica per qualsiasi informazione stampata o visiva.

Si possono utilizzare le famiglie di **Bell Gothic**, **Galliard** o **Tahoma**.

In alternativa, in particolare per il web e le e-mail, si possono utilizzare anche **Verdana** e **Arial**.

a b c

Bell Gothic  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

a b c

Galliard  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I  
J K L M N Ñ O P Q  
R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

a b c

Tahoma  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I  
J K L M N Ñ O P Q  
R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

d e f

Bell Gothic Bold  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

d e f

Galliard Bold  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I  
J K L M N Ñ O P Q  
R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

d e f

Tahoma Bold  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
A B C D E F G H I  
J K L M N Ñ O P Q  
R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ &

## Foto (policy)

Per quanto concerne l'impiego delle foto occorre attenersi a quanto segue:

- Le foto devono essere copyright free ovvero libere da diritti di utilizzo;
- oppure devono essere autorizzate per l'uso previsto nel caso specifico o i diritti devono essere acquistati.

Le fotografie possono essere richieste presso i dipartimenti abilitati come ad esempio l'Archivio Storico, il Dipartimento di Marketing e Promozione, etc.

Per l'impiego di altre foto è possibile acquistarle presso le banche immagine a pagamento o gratuite purché il contenuto delle stesse sia consono ai dettami morali ed etici dell'istituzione. Di norma non è consigliabile deformare le foto ma cercare di mantenere nei limiti del possibile le proporzioni.

Scaricare foto da internet per uso ufficiale è un'attività illegale.

L'uso indiscriminato di materiale fotografico senza la dovuta autorizzazione è passibile di sanzione.

## Materiale di distribuzione e utilizzo

L'Università può adottare una vasta gamma di materiale e gadget ad uso ufficiale e/o promozionale, tra cui penne, brochure, depliant, cartelle, schede, raccolta informazioni, ordo accademico, porta blocco e altri.

L'uso di tale materiale è consentito esclusivamente a fini di comunicazione, promozione e relazioni istituzionali. L'uso non consentito di tale materiale (contraffazione, imitazione, vendita, distribuzione non autorizzata) o il suo impiego per scopi difforni da quelli consentiti è passibile di sanzione.

## Allegato A

Specifiche tecniche concernenti le possibili applicazioni del logo e delle diciture su vari supporti.

### Premessa:

Le indicazioni elencate dal presente manuale inerenti l'impiego del logo, dei pantoni colore e delle diciture ufficiali sono da ritenersi **vincolanti** per quanto concerne la veicolazione dell'immagine istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa tradizionali quali la carta stampata, le lettere intestate, i manifesti, le bandiere, gli standardi, gli striscioni etc.

Tuttavia, vi sono dei casi (oggetto del presente allegato) ove occorre contemplare una casistica di adattamenti necessari a seconda del materiale e/o forma dello strumento su cui s'intende veicolare il logo e/o la dicitura di riferimento.

Qui di seguito sono riportate in linea generale un elenco indicativo, non esaustivo, delle casistiche più comuni ove l'impiego del logo deve essere circostanziato per consentire una migliore resa comunicativa.



## **Forme dei supporti:**

Per quanto riguarda le forme occorre precisare che il supporto deve consentire un'immediata e corretta lettura del nome e identificazione del logo dell'istituzione. Qualora non fosse possibile apporre sia le diciture che il logo si tenderà a privilegiare l'una o l'altra purché il risultato sia sempre leggibile in maniera chiara ed il messaggio veicolato risulti inequivocabile. A questo proposito si possono contemplare due ipotesi; l'impiego del logo da solo oppure del logo ripetuto come matrice di fondo dell'immagine (ad es. nei palloni e cravatte). Le forme di uso più comune per la realizzazione di vari supporti (gadget, merchandising promozionale) etc. sono:

- Cilindriche (penne – porta penna – matite etc.)
- Concave (ciotola svuota tasche)
- Convesse (ferma carte)
- Sferiche (portachiavi - pallone da calcio – pallina da golf – tennis etc.)
- Ovali (pallone da Rugby)
- Cubiche/quadrate/rettangolari (ferma carte – sostegno per fogli A4.)
- Esagonali (porta soldi)
- Piramidali/ triangolari (ferma carte)
- Forme irregolari (occhiali - cravatte)

## **Stili e tecniche di raffigurazione:**

Le tecniche di raffigurazione comportano un necessario adattamento del logo e delle diciture secondo il risultato da conseguire. Lo stile dovrà essere sempre il più appropriato in modo da non trascurare in nessun caso la leggibilità e identificazione immediata e univoca dell'immagine istituzionale. A questo proposito valgono le stesse direttive necessarie per la determinazione della forma. Le tecniche più comuni adoperate per le rappresentazioni grafiche sono:

- Stampa laser (supporti in pvc e tela)
- Stampa a caldo (vinile - pelle)
- Ricamo (stoffa - tessuti sintetici)
- Verniciatura (pareti - pannelli o mezzi di locomozione)
- Incisioni a mano (timbri, targhe e medaglie)
- Incisioni laser (porta chiavi e ferma carte)
- Incisioni in 3D (ferma carte)
- Serigrafie (penne e porta penne)
- Pressofusioni (monete - statue)
- Sculture (targhe commemorative)

## **Materiali:**

La diversa composizione dei materiali produce una vasta gamma di risultati. Pertanto, si dovranno privilegiare quei materiali che assicurano una resa grafica migliore mantenendo al contempo una qualità costante nel tempo. Anche il materiale impiegato non dovrà compromettere in alcun modo l'identificazione del logo e/o nome dell'istituzione. Qualora il materiale non consenta una riproduzione fedele delle diciture e del logo si tenderà a privilegiare l'una o l'altra purché il risultato sia sempre leggibile in maniera chiara ed il messaggio veicolato risulti inequivocabile. In questo caso si rimanda a quanto indicato per la scelta della forma. I materiali di uso più comune sono:

- Materiali sintetici (penne, porta cellulare, porta ipod, freesbee etc.)
- Materiali legnosi (matite, ferma carte, porta matite, custodie etc.)
- Metalli (penne, targhe, timbri, medaglie, monete etc.)
- Stoffe (magliette, felpe, tute, berretti, etc.)
- Pietre (targhe commemorative, accessori)
- Vetro (vetrofanie, bicchieri, occhiali, etc.)