



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

L'Univercittà
unipa.it



MANUALE D'IDENTITÀ VISIVA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

L'Univercittà
unipa.it



MANUALE D'IDENTITÀ VISIVA 1.0

INDICE

PRESENTAZIONE	pag. 9
GRUPPO DI PROGETTO	pag. 11
DAL SIGILLO AL MARCHIO, VERSO L'UNIVERCITTÀ	pag. 13
COME UTILIZZARE IL MANUALE D'IDENTITÀ VISIVA	pag. 17
SEZIONE I ELEMENTI DI BASE	pag. I. 1
SEZIONE II MODULISTICA	pag. II. 1
SEZIONE III MATERIALI PER LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	pag. III. 1
SEZIONE IV FORMATI GRAFICI PER EVENTI	pag. IV. 1
SEZIONE V COLLANA EDITORIALE	pag. V. 1
SEZIONE VI WEB	pag. VI. 1

PRESENTAZIONE

Roberto Lagalla

In questo periodo di straordinari cambiamenti strutturali nell'economia e nella società, nella politica e nella cultura, il sistema della ricerca e della formazione rappresentato dagli Atenei di tutto il mondo subisce forti scosse e necessita di profondi ripensamenti. Per adeguarsi alle sollecitazioni che le provengono dall'esterno, ma anche per arginarle rivendicando il proprio ruolo propulsivo, l'Università ha la necessità di saldare le fila della propria struttura (in modo che ogni singolo pezzo sia, e si senta, parte di un tutto) nonché di stringere relazioni robuste e produttive con i territori su cui insiste (per uscire da quella torre d'avorio in cui per troppo tempo è stata confinata). In questo contesto, l'Ateneo di Palermo sta lavorando parecchio, nella direzione di un adeguamento non pedissequo agli standard d'eccellenza europei e mondiali, rivendicando con ciò le proprie radici culturali e storiche, le proprie capacità acquisite nel tempo, le proprie professionalità.

A questo doppio movimento di riorganizzazione interna e di apertura esterna dell'Università degli studi di Palermo fornisce un cospicuo sostegno il lavoro della comunicazione, ormai avviato da alcuni anni, di cui questo *Manuale di Identità Visiva* è parte integrante e costitutiva. Motivo per cui sono lieto di introdurlo e fiero di presentarlo alla comunità accademica palermitana e a tutta l'area geografica e sociale che con tale comunità giorno per giorno si confronta.

Il Manuale ha molteplici finalità e usi diversificati. Adeguandosi alla normativa vigente e alle attuali politiche di comunicazione degli Enti pubblici e di ricerca, esso razionalizza e uniforma la componente grafica di tutti quei materiali di comunicazione dell'Ateneo che sinora sono stati realizzati in modo disorganico secondo il gusto personale di ognuno: dal nuovo marchio, ormai consolidatosi nell'uso, alla carta intestata, comune per tutte le strutture d'Ateneo, alla cancelleria e alla modulistica che ne consegue (buste, biglietti da visita, cartelline, blocchi per appunti, badge, timbri, attestati e così via); ma anche tutto quel che riguarda gli altri supporti dove, direttamente o indirettamente, viene espresso visivamente l'Ateneo: si pensi ai frontespizi delle tesi (ripensati secondo una logica comune), al layout dei power point e dei wallpaper, delle targhe e dei totem, per non parlare dei materiali necessari a conferenze e convegni (inviti, locandine, brochure etc.), di una collana editoriale e, *last but not least*, del nuovo sito web (radicalmente cambiato nella grafica e, fra pochi mesi, anche nella struttura dei contenuti e dei percorsi per accedervi).

Lo scopo di questo Manuale, al quale tutte le strutture e il personale d'Ateneo sono chiamati progressivamente ad adeguarsi, non si limita tuttavia a ciò. Esso si propone lo scopo di consolidare, rafforzare e gestire l'identità complessiva della nostra università, dove il termine identità deve esser preso nel suo senso più forte e coinvolgente. Come tutte le istituzioni e organizzazioni, l'Ateneo palermitano non è, e non deve essere, la sommatoria delle azioni e dei discorsi svolti degli attori che la compongono, ma un unico sistema che, accogliendoli, li trascende, un soggetto collettivo che parla e opera con un'identità propria da costruire, esibire e salvaguardare.

Rivendicare una tale identità, soggetta com'è ovvio a cambiamenti e innesti d'ogni tipo nel corso del tempo storico, vuol dire lavorare su due fronti complementari. Da una parte significa produrre e mantenere il senso di appartenenza a un'istituzione comune e condivisa, dove tutti - docenti, personale tecnico-amministrativo, studenti - svolgono un preciso ruolo, con diritti e doveri egualmente distribuiti in un tutto organico e, perciò, efficiente ed efficace. Riconoscersi in uno stesso marchio, usare i medesimi supporti comunicativi, non è desiderio d'uniformità stilistica ma senso d'appartenenza a un'unica comunità. D'altra parte, una tale comunità deve la propria compattezza anche al fatto d'essere riconoscibile all'esterno, di modo che i soggetti che a essa si rivolgono, o a cui essa si rivolge, devono poterne avere una percezione unitaria e stabile nel tempo.

L'auspicio è allora che, anche grazie a questo Manuale, l'Ateneo palermitano possa e sappia mantenere e rafforzare un intenso sentimento di appartenenza a un'istituzione accademica di prestigio che insiste su un'area geografica e sociale altrettanto importante e significativa.

GRUPPO DI PROGETTO

Istituito con decreto del D.A. del 11.11.2010, e integrato con nota del 24.2.2011, il Gruppo di lavoro per la realizzazione del Manuale dell'identità visiva d'Ateneo, è stato supportato dall'Agenzia Feedback, partner ufficiale dell'Ateneo per la comunicazione integrata, e da quattro giovani professionisti che hanno goduto di una borsa di studio erogata da Unicredit-Banco di Sicilia.

Gianfranco Marrone
*coordinatore, delegato del
 Rettore per la Comunicazione
 istituzionale e sociale*

Barbara Puccio
*responsabile dell'UOA
 Marketing*

Canzio Marcello Orlando
project leader Feedback

Massimo Bellomonte
web designer Feedback

Francesca Brigida
account executive Feedback

Maria Claudia Brucculeri
borsista (strategie)

Daniela Cataldo
Area ricerca

Michele Colletti
UOA Marketing

Luca De Bernardis
art director Feedback

Carmelo Domina
UOA Marketing

Giuseppe Ferrara
Direzione amministrativa

Rosolino Felice
Segreteria tecnica del Rettore

Daniela Graziano
graphic designer Feedback

Giuseppa Inzinna
Comunicazione istituzionale

Francesco Mangiapane
borsista (graphic designer)

Fabio Polisano
direttore creativo Feedback

Riccardo Riggi
Ufficio relazioni con il pubblico

Anna Tedesco
responsabile web Facoltà di Lettere

Ilaria Ventura Bordenca
borsista (art director)

Chiara Violante
borsista (copy writer)

DAL SIGILLO AL MARCHIO, VERSO L'UNIVERSITÀ

La nuova identità visiva dell'Università di Palermo sussume e aggiorna i valori e i segni che ne hanno caratterizzato fino a oggi l'esistenza, permettendone la riconoscibilità come istituzione accademica di grande prestigio. Questa operazione recupera una certa attenzione verso una dimensione unitaria che l'Ateneo palermitano ha spesso sottovalutato. L'enorme sviluppo che negli anni esso ha vantato, in una costante proliferazione di strutture e centri, di spazi e pratiche pienamente operativi e significativi, ha reso molto arduo attuare la dovuta sintesi fra di essi, di fatto costituendo un mosaico senza disegno unificante. Tutto ciò ha avuto come conseguenza la progressiva opacizzazione dei segni identitari di Ateneo, primo fra tutti il marchio (erede dell'antico sigillo universitario) che per la sua intrinseca complessità stilistica e la conseguente difficile riproducibilità ha finito per presentarsi come una macchia illeggibile agli occhi del pubblico.

Il nuovo marchio dell'Università di Palermo, permettendo la giusta leggibilità degli elementi raffigurati nel vecchio sigillo, pone alcune questioni basilari. Chi sono gli elementi e i soggetti ritratti? Perché questi elementi e questi soggetti sono stati a suo tempo scelti come 'testimonial' dell'istituzione universitaria palermitana? Qual è stata la ricaduta identitaria che la loro presenza garantiva nei confronti dell'istituzione? È questa ricaduta identitaria oggi utile per un riposizionamento dell'istituzione universitaria palermitana?

Tre sono le figure che sono identificabili nel sigillo:

- La **Trinacria**, simbolo della Sicilia, rappresenta una Gorgone dalla quale si irradiano tre gambe (rappresentative dei tre promontori della Sicilia, Capo Peloro, Capo Passero e Capo Lilibeo) piegate in modo da raffigurare un moto circolare.

- **Minerva**, dea romana della guerra, della sapienza e delle arti, rappresenta la ragione e la tecnica. Il suo compito è ricordare che la conoscenza e la perizia tecnica sono il più potente strumento di sviluppo, oltre che un vantaggio decisivo nei confronti del nemico. La sua competenza è pervasiva e strutturata, un apparato teorico da salvaguardare, tramandare e diffondere. La sua figura ricorre spesso nelle identità visive delle università, intese come istituzioni di promozione del sapere.

- **Mercurio** è il dio dell'eloquenza e del commercio. Egli è messaggero degli dèi e per questo viene spesso rappresentato con le ali ai piedi. La sua velocità ne fa il nume tutelare della comunicazione e degli scambi, ma anche un astuto ingannatore per mezzo della parola. L'uso della sua figura nelle identità visive delle università è molto raro.

Il suo impiego nel sigillo dell'Università di Palermo è quindi altamente caratterizzante.

Generalmente i riferimenti ai due dèi greci sono stati intesi, reciprocamente, in relazione alle discipline scientifiche (il Caduceo di Mercurio è simbolo della medicina) e di quelle umanistiche (Minerva dea della sapienza e depositaria del sapere fondatore della civiltà).

Quel che è più interessante è però riflettere sulla caratterizzazione che queste due figure, considerate nella loro relazione, possono veicolare in riferimento all'istituzione universitaria palermitana. Del resto, il sigillo dell'Università di Palermo è l'unico al mondo in cui



entrambi questi dèi sono presenti insieme. Una prima considerazione riguarda il fatto che le due divinità sono entrambe legate alla sfera della conoscenza: Minerva, direttamente, in quanto dea consacrata; Mercurio, più indirettamente, in quanto tutore della comunicazione e del logos. Ancora si può riflettere sul fatto che queste due figure della conoscenza si propongono attraverso qualità inverse. L'uno si presenta con le ali ai piedi, l'altra dotata di una pesante armatura. Se Mercurio è il dio veloce, effervescente e astuto, Minerva è la dea vergine e pura, colta ma posata e prudente oltre che espertissima delle arti fino alla perfezione. Sintetizzando nella tabella:

Minerva	Mercurio
Pesante e riflessiva	Leggero, veloce e irrequieto
Abile, prudente e perfezionista	Astuto ed eloquente

Lo studio dei caratteri e delle qualità di questi due personaggi autorizza pertanto ad allargare il raggio delle ricadute che il loro utilizzo in termini identitari per l'Università di Palermo può apportare, molto oltre una logica simbolica che associa le due divinità agli ambiti disciplinari tradizionali. Il vecchio sigillo palermitano sembra avvertire e ammonire che una vera conoscenza non è possibile se non nella relazione fra le due divinità, e ciò che esse, insieme, rappresentano. La conoscenza che fornisce l'Università di Palermo, allora, non è solo impalcatura concettuale da tramandare, e nemmeno è riducibile a artificio retorico fulmineo da utilizzare a discapito dell'interlocutore. Al contrario, il plus caratterizzante del modo dell'Università di Palermo, ci ricorda il nuovo marchio in continuità con il vecchio sigillo, è dato dalla relazione, dalla compresenza nella proposta formativa di ambedue queste attitudini conoscitive, trasversalmente alle varie discipline che qui vengono esercitate. Una volta riattivata la dimensione significativa e la sintesi che la fonda, l'Università di Palermo non sarà riducibile né alla figura di Minerva né a quella di Mercurio ma alla relazione fra loro: nella consapevolezza che una conoscenza strutturata e organica debba necessariamente essere associata a un'abilità tattica e retorica in grado di utilizzarla sul campo. È, questa, un'esigenza formativa che moltissime istituzioni accademiche stanno valutando e offrendo sul mercato della formazione italiana e internazionale, ma che nessuna di esse può vantare come fondativa e operativa al cuore della propria identità, fin dal proprio marchio.

Ricordare questa complessità visiva e identitaria significa riposizionare l'identità dell'Università di Palermo con una proposta di senso altamente suggestiva e moderna. Questa modernità getta le radici nella storia stessa dell'Ateneo e nella sua rappresentazione maestra, il sigillo, che riattualizzato secondo le regole della comunicazione di brand, rivela, scrollandogli la polvere di dosso, il fascino e la forza vitale dell'Ateneo. Il marchio dell'Università sintetizza così una preziosa conciliazione tra l'astrazione del sapere erudito e la concretezza frizzante del saper-fare, facendo sì che l'Ateneo palermitano si accrediti come

un luogo capace di trasformare gli individui che a vario titolo ne fanno parte in *cives*, parte integrante e attiva nel tessuto sociale e culturale del territorio.

Tenendo fede a questa originaria vocazione, impressa nell'antico sigillo, oggi l'Università di Palermo intende configurarsi, in modo ancora più forte, come laboratorio di idee e pratiche, conoscenze e competenze, in grado di agire fattivamente e positivamente sulla città ampiamente intesa come territorio geografico e tessuto sociale. Da qui il nuovo pay-off che accompagna il restyling del marchio, in cui l'Ateneo palermitano diventa per antonomasia l'Univercittà, luogo di sperimentazione e motore culturale che vive e opera in seno alla città, fondando con essa una comunità vitale, un tessuto di energie, intelligenze e passioni capaci di crescere insieme e di confrontarsi in un dialogo sempre aperto. L'Univercittà si propone così come attore protagonista della vita della *civitas* siciliana, forza propulsiva che alimenta e insieme trae energia da quelle reti di relazioni ed esperienze che dal basso fondano l'idea stessa di comunità, ben oltre i limiti fisici della città propriamente intesa. Il legame con il territorio, già contenuto nel sigillo originario, viene rilanciato da una Università che si vuole sempre più capace di raccogliere stimoli e istanze, ma anche in grado di offrirgli nuovi spunti e occasioni di crescita.



vecchio sigillo

COME UTILIZZARE IL MANUALE D'IDENTITÀ VISIVA



nuovo sigillo

Questo manuale istituisce le linee essenziali della grafica d'Ateneo a cui strutture e personale sono chiamati ad adeguarsi. Ed è anche una guida pratica per la realizzazione dei supporti comunicativi di cui l'Università ha quotidianamente bisogno.

A questo scopo, gran parte dei materiali e dei modelli presentati nelle pagine che seguono è a disposizione della comunità universitaria all'indirizzo <http://comunicazione.unipa.it> nell'area riservata "download materiali di comunicazione". Effettuato il login (con i medesimi *userID* e *password* della posta elettronica), il personale docente e amministrativo può reperire e scaricare i seguenti file: *nuovo marchio*, *carta intestata d'Ateneo*, *carta intestata di Dipartimento*, *biglietti da visita*, *badge*, *presentazioni di PowerPoint*, *frontespizi per tesi*, *wallpaper per monitor*, *formati grafici per eventi (convegni, seminari etc.)*.

A eccezione del marchio, che non può essere modificato, tutti gli altri modelli scaricati da internet possono essere personalizzati secondo le linee guida indicate in questo manuale, disponibile in versione pdf nella medesima "area download".

Il manuale è suddiviso in sezioni, ciascuna delle quali contiene sia i modelli, validi come esempi, sia le indicazioni grafiche, valide come istruzioni, per la corretta applicazione della nuova identità visiva d'Ateneo. Ogni sezione può essere letta e utilizzata in maniera autonoma dalle altre, in base alle informazioni che si desidera conoscere e al supporto comunicativo che si intende realizzare. Tuttavia, è bene fare attenzione ad alcuni rimandi interni tra una sezione e l'altra che, di volta in volta, meglio chiariscono le modalità applicative.

Nella sezione dedicata ai formati grafici per eventi si fa frequente riferimento, tra l'altro, al QR code. Si tratta di un codice a barre, leggibile dagli smartphone, che rimanda al sito internet dell'evento e che può essere ottenuto gratuitamente via web mediante sistemi automatici di generazione (ad esempio all'indirizzo <http://www.qrify.com/it/>).

Si precisa che questa versione del manuale, per l'appunto 1.0, non intende porsi come definitiva, ma è il primo passo di un lavoro in progress, che in futuro potrà essere ulteriormente arricchito e ampliato.

Per chiarimenti o informazioni sulle regole fornite nelle pagine che seguono, scrivere a comunicazione@unipa.it, marketing@unipa.it o sviluppoweb@unipa.it.

Sezione I
**ELEMENTI
DI BASE**

I.a	MARCHIO	pag. I. 5
	I.a.1 SIGILLO	pag. I. 6
	I.a.2 LOGOTIPO	pag. I. 7
	I.a.3 PAY OFF	pag. I. 8
I.b	COLORI DEL MARCHIO	pag. I. 9
I.c	CONFIGURAZIONI AMMESSE	pag. I. 10
I.d	ALTRE SPECIFICAZIONI SUL MARCHIO	pag. I. 12
	I.d.1 DIMENSIONI MINIME	pag. I. 12
	I.d.2 AREA DI RISPETTO	pag. I. 13
	I.d.3 SFONDI UTILIZZABILI	pag. I. 15
I.e	ERRORI	pag. I. 16

I.a MARCHIO

Il marchio è costituito dall'unione del sigillo e del logotipo. Quest'ultimo è posto alla destra del sigillo e centrato verticalmente rispetto a esso.

Il marchio dev'essere trattato come unità di modo che i suoi due elementi non possano essere usati in modo autonomo. La proporzione e la spaziatura degli elementi non devono essere alterate in alcun modo.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

I.a MARCHIO
I.a.1 SIGILLO

Il sigillo ufficiale dell'Università degli Studi di Palermo è composto dalle figure di Mercurio e Minerva e dallo scudo centrale con la Trinacria, il tutto contornato in lettere capitali dalla dicitura latina: SIGILLVM PANORMITANÆ STVDIORVM VNIVERSITATIS.



I.a MARCHIO
I.a.2 LOGOTIPO

Il logotipo ufficiale è costituito dalla dicitura UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO composta su tre linee impaginate a blocchetto: "UNIVERSITÀ" sulla linea superiore, "DEGLI STUDI" sulla linea mediana, "DI PALERMO" sulla linea inferiore.

Questa è la configurazione preferita, tuttavia sono possibili alcune varianti (vedi pag. I. 10).

Il logotipo deve essere trattato come unità. Il font, creato appositamente per questo marchio, non può essere modificato o sostituito con altri.

La proporzione e la spaziatura degli elementi non devono essere alterate.

UNIVERSITÀ
 DEGLI STUDI
 DI PALERMO

I.a MARCHIO
I.a.3 PAY OFF

Il marchio può essere seguito dal pay off "L'Univercittà" che sintetizza il concetto di apertura dell'Ateneo nei confronti della città e del territorio.

La posizione del pay off rispetto al marchio qui indicata non può essere modificata in alcun modo.

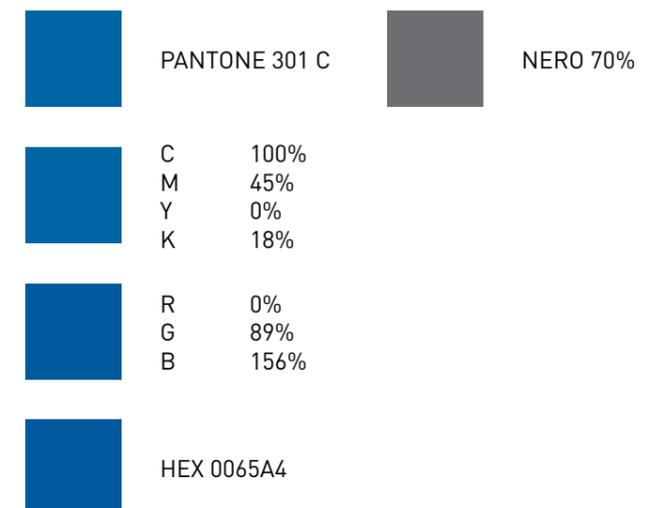
Il pay off va utilizzato nella comunicazione esterna dell'Ateneo e non nella modulistica ufficiale (vedi sezione II).



I.b COLORI DEL MARCHIO

Il marchio dell'Università degli Studi di Palermo può essere riprodotto in nero pieno (100%) o nella versione a colori (sigillo blu Pantone 301C, logotipo nero 100%, payoff nero 70%). Nel caso di stampa in quadricromia CMKY sono indicate qui sotto le percentuali dei 4 colori da utilizzare.

Per la riproduzione su video o web sono indicati i riferimenti RGB e Esadecimale.



I.c CONFIGURAZIONI AMMESSE

Le configurazioni ammesse del marchio sono esclusivamente quelle riportate in questo manuale (A, B, C, D, E). Il sigillo può essere riprodotto alla destra o sopra il logotipo, nelle proporzioni indicate che vanno rispettate (vedi pag. I. 12).

Per il materiale promozionale (locandine, brochure etc.) o editoriale (guida dello studente, annuario etc.) è ammesso anche un altro tipo di configurazione (D ed E), basata su due riquadri affiancati. L'uso di tale configurazione è vietato per la modulistica ufficiale, ad eccezione della cartella del Rettorato (vedi sezione II).

CONFIGURAZIONI AMMESSE PER LA MODULISTICA



CONFIGURAZIONI AMMESSE PER IL MATERIALE PROMOZIONALE ED EDITORIALE



I.d ALTRE SPECIFICAZIONI SUL MARCHIO
I.d.1 DIMENSIONI MINIME

Affinché il marchio dell'Università degli Studi di Palermo risulti sempre leggibile, dovrà essere utilizzato in dimensioni mai inferiori a quelle qui prescritte.

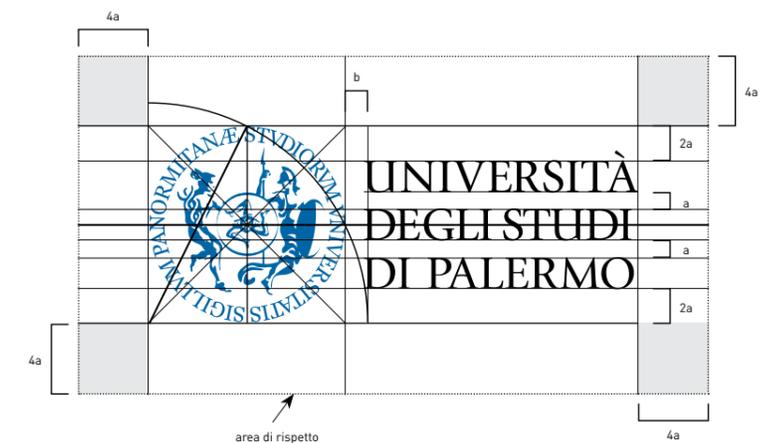
Le misure minime di seguito riportate per ogni configurazione sono espresse in millimetri e si riferiscono all'ingombro alla base del marchio.

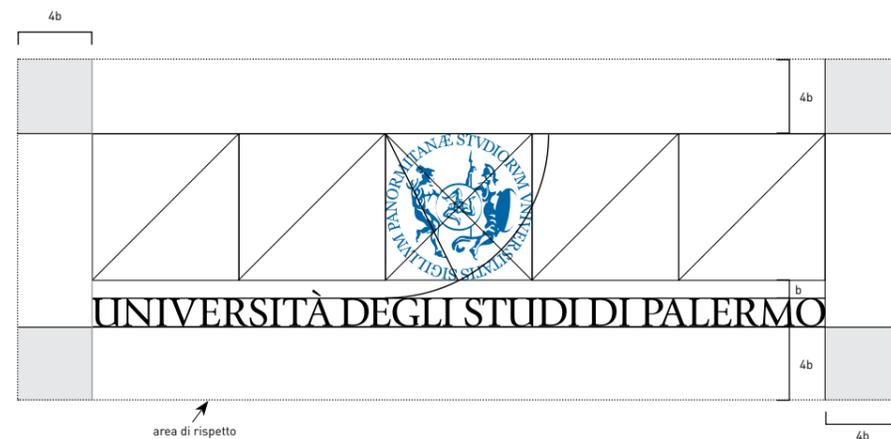


I.d ALTRE SPECIFICAZIONI SUL MARCHIO
I.d.2 AREA DI RISPETTO

I due elementi che compongono il marchio dell'Università di Palermo (sigillo e logotipo) devono essere riprodotti mantenendo le proporzioni e le distanze reciproche qui stabilite.

Essenziale parte del marchio è, inoltre, l'area di "bianco" o "area di rispetto": quella fascia vuota minima attorno al marchio e proporzionata ad esso che ne garantisce una leggibilità ottimale.





I.d ALTRE SPECIFICAZIONI SUL MARCHIO
I.d.3 SFONDI UTILIZZABILI

In generale in presenza di uno sfondo non bianco o molto chiaro è preferibile la versione monocromatica del marchio. Su sfondi scuri, anche fotografici, il marchio va riprodotto in bianco. Su sfondi chiari uniformi non fotografici il marchio va stampato in nero 100% in sovrastampa. Su sfondi chiari non uniformi, o su sfondi fotografici chiari, non va utilizzata la sovrastampa.

SU SFONDI CHIARI



SU SFONDI SCURI



SU SFONDI FOTOGRAFICI



ELEMENTI DI BASE

I.e ERRORI

Non alterare in alcun modo le proporzioni del marchio.

Non applicare effetti, come ombreggiature, trasparenze o altro, che potrebbero compromettere la leggibilità del marchio.

Non alterare o cambiare i colori (vedi pag. I. 9) e non disporre gli elementi in configurazioni diverse da quelle espressamente indicate in questo manuale (vedi pag. I. 10).



Sezione II MODULISTICA

II.a	CARTA INTESTATA	pag. II. 5
II.b	CARTA INTESTATA DI DIPARTIMENTO	pag. II. 8
II.c	BIGLIETTI DA VISITA	pag. II. 10
II.d	CARTELLE ISTITUZIONALI	pag. II. 12
	II.d.1 CARTELLA DEL RETTORATO	pag. II. 12
	II.d.2 CARTELLA DELL'AMMINISTRAZIONE	pag. II. 13
II.e	BUSTE	pag. II. 14
II.f	TIMBRI	pag. II. 18
II.g	DIPLOMI E ATTESTATI	pag. II. 19
II.h	BADGE DEL PERSONALE	pag. II. 21
II.i	CAVALIERI DEL PERSONALE	pag. II. 22

II.a CARTA INTESTATA

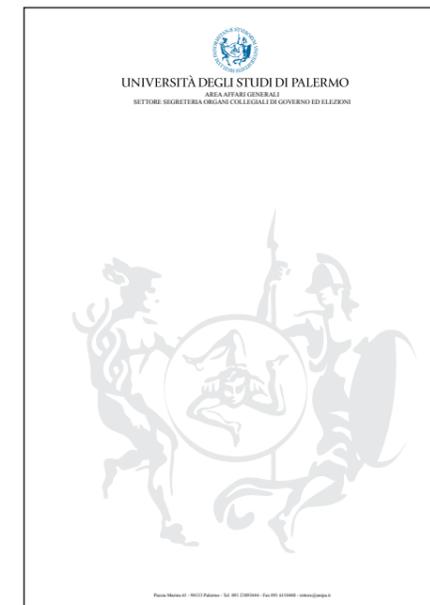
La carta intestata di tutte le strutture dell'Ateneo (amministrative, didattiche, di ricerca etc.) è in formato UNI A4. Ad eccezione di quanto illustrato in II. b, è ammessa solo la configurazione C del marchio (vedi pag. I. 10). L'area utilizzabile per il testo è al netto dei margini sinistro e destro (1,5 cm), superiore (6 cm) e inferiore (1,5 cm).

La carta intestata presenta sullo sfondo un'immagine in filigrana del sigillo di Ateneo. È prevista una versione senza sfondo per venire incontro a eventuali problemi di stampa.

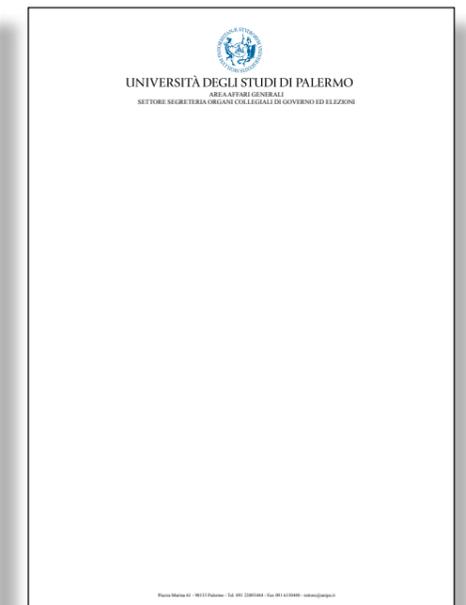
Si raccomanda di non modificare in alcun modo gli stili dell'intestazione e del piede pagina qui indicati, evitando di utilizzare caratteri in grassetto, corsivo o sottolineato.

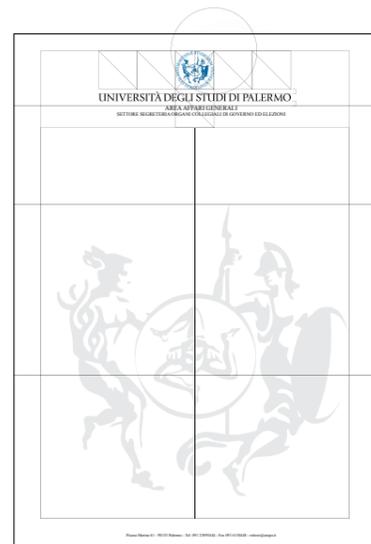
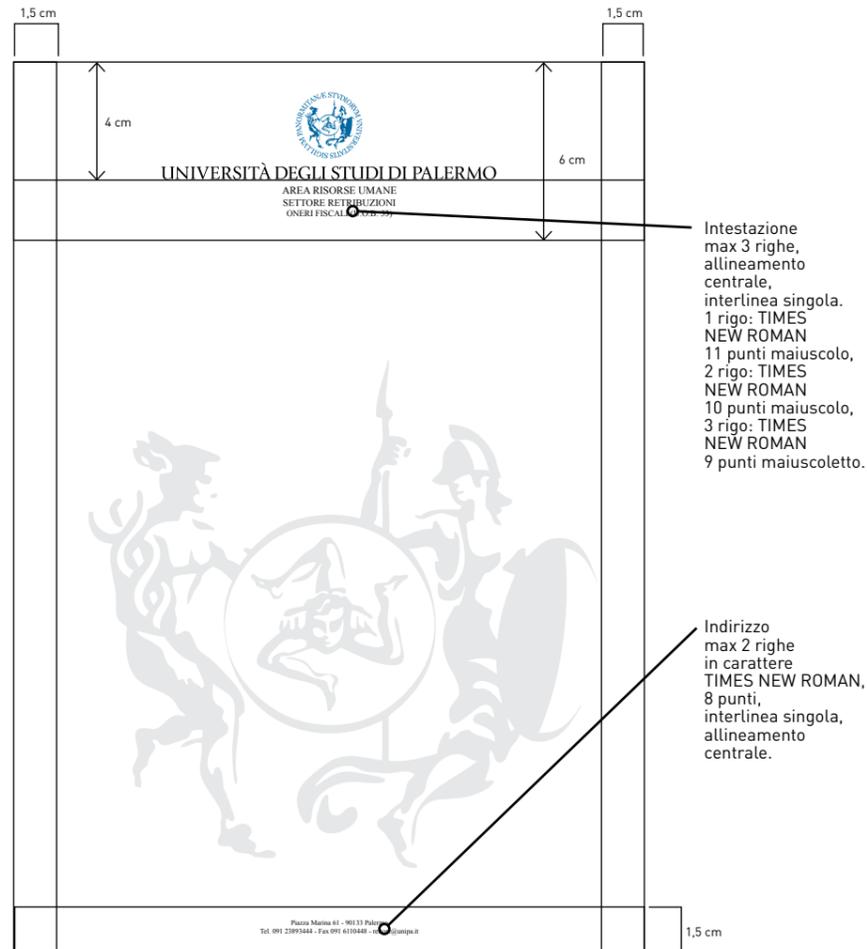
Si ricorda, inoltre, che non è permessa nessuna modifica al marchio o al logotipo.

CON SFONDO

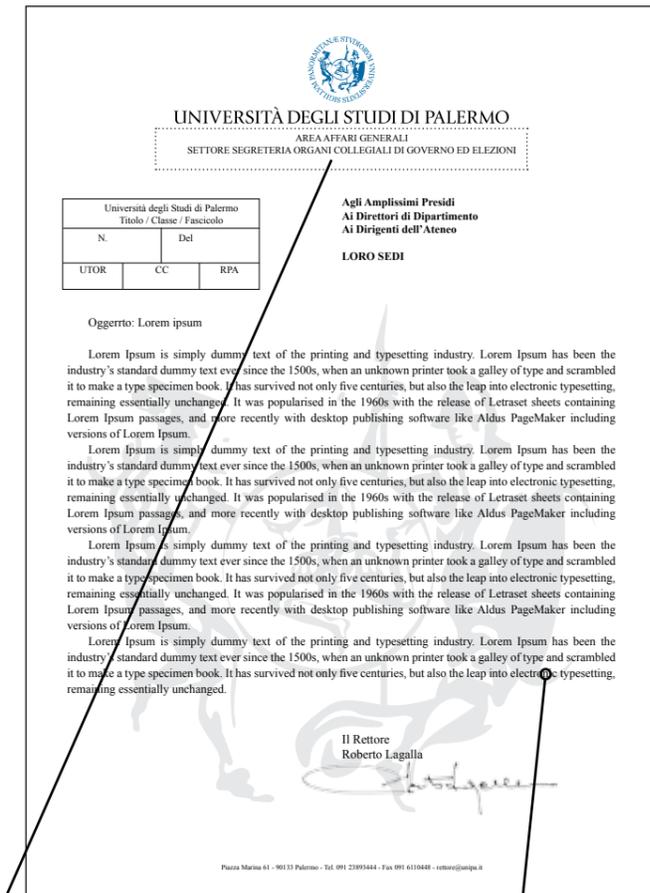


SENZA SFONDO





L'esempio illustra il corretto proporzionamento degli elementi nella carta intestata e la formattazione della lettera.



ZOOM

AREA AFFARI GENERALI
SETTORE SEGRETERIA ORGANI COLLEGIALI DI GOVERNO ED ELEZIONI

TIMES NEW ROMAN,
11 punti,
interlinea 14 punti,
allineamento a
bocchetto,
rientro prima riga 1 cm,
tabulazione a 9 cm.

II.b CARTA INTESATA DI DIPARTIMENTO

La carta intestata dei Dipartimenti (o di quelle altre strutture per le quali è necessario l'uso di un secondo marchio, oltre a quello di Ateneo) è in formato UNI A4.

L'area utilizzabile per il testo è al netto dei margini sinistro e destro (1,2 cm), superiore (6 cm) e inferiore (1,5 cm).

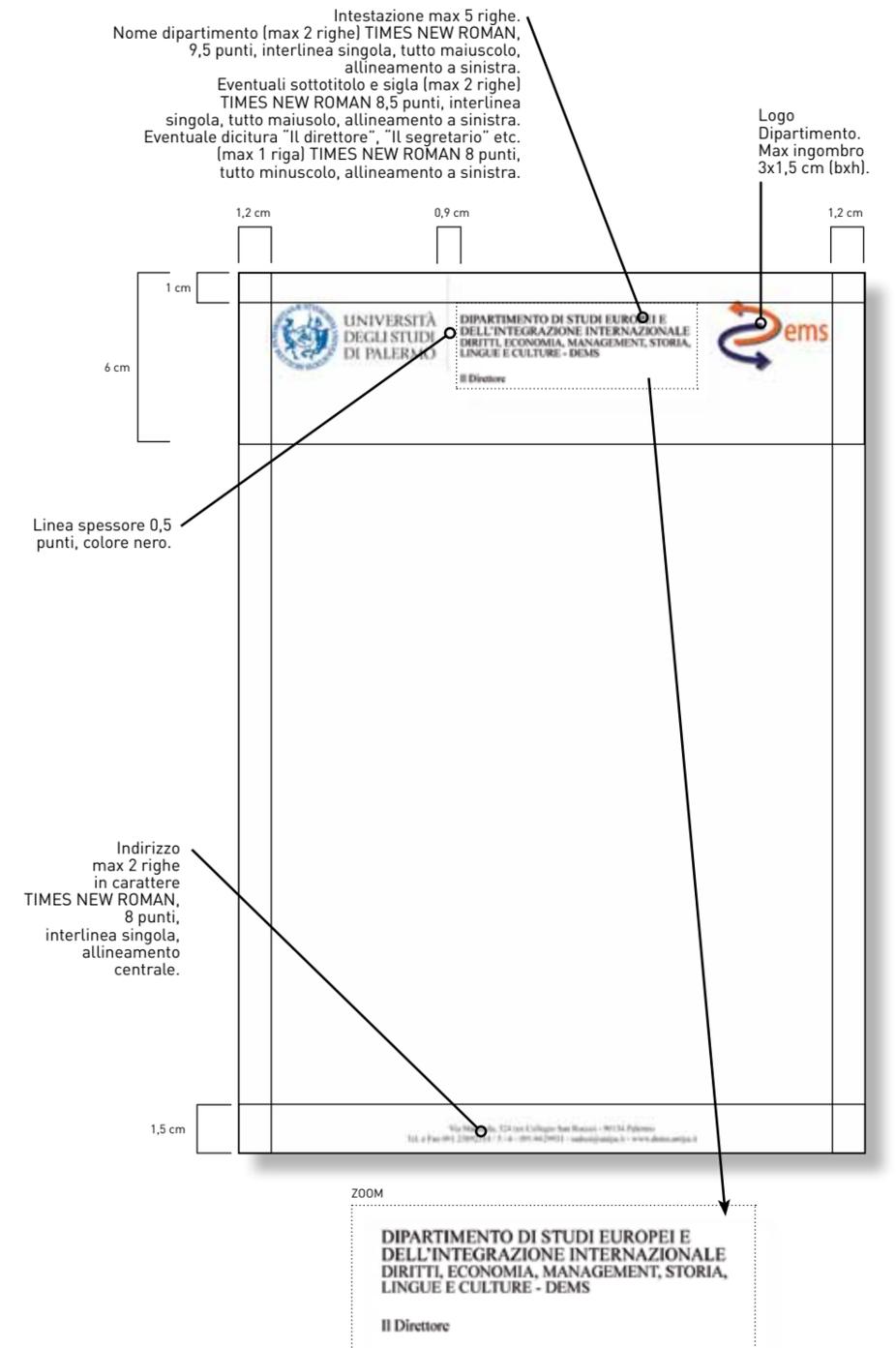
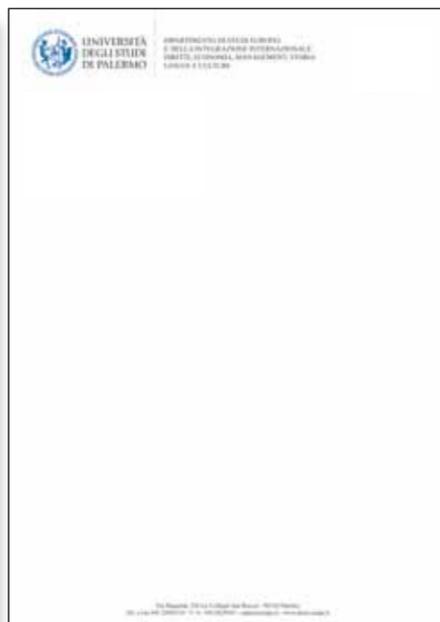
Per questo modello viene utilizzata la configurazione A del marchio d'Ateneo (vedi pag. I. 10) che non può essere sostituita da altra versione del marchio. A destra è previsto lo spazio per un eventuale logo di Dipartimento (o altra struttura), la cui area di ingombro non può superare le dimensioni qui previste.

L'intestazione prevede quattro righe per il nome della struttura (comprensive di sottotitolo e sigla) e una riga per la carica dello scrivente (direttore, segretario etc.), per un massimo di cinque righe. Si raccomanda di non modificare in alcun modo gli stili dell'intestazione e del piede pagina qui indicati, evitando di utilizzare caratteri in grassetto, corsivo o sottolineato.

CON DOPPIO LOGO



SENZA LOGO DI DIPARTIMENTO



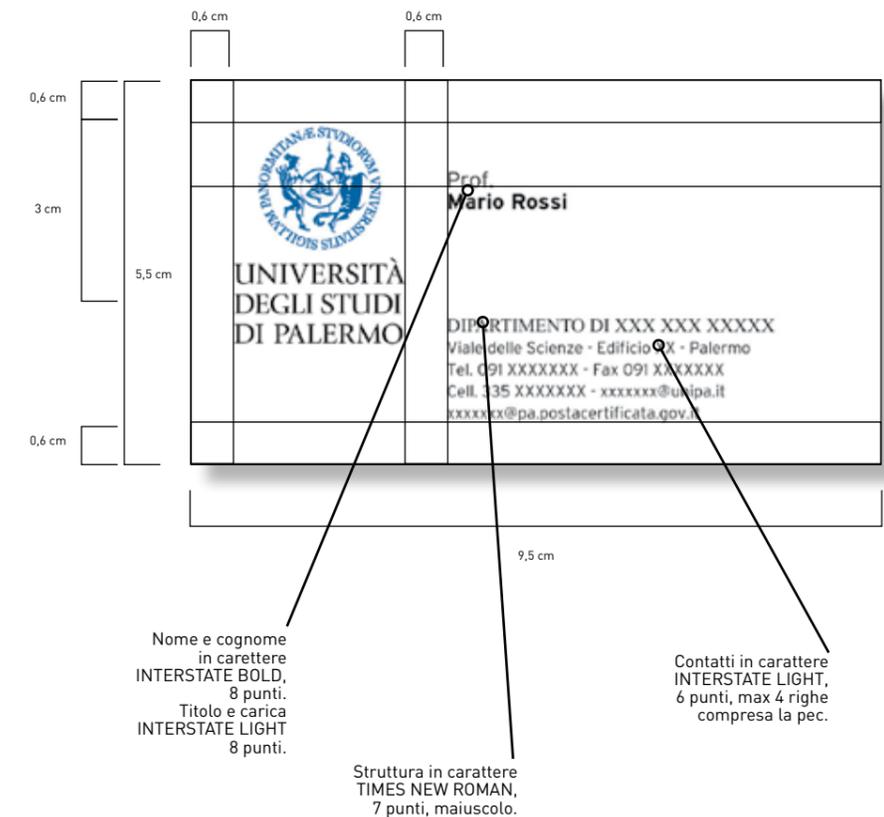
II.c BIGLIETTI DA VISITA

Il biglietto da visita ha dimensioni standard (9,5x5,5 cm) che si raccomanda di non modificare.

La struttura del biglietto prevede tre aree, oltre allo spazio per il logo:

1. il nome, in alto, che può essere preceduto dal titolo (prof., arch., ing. etc.) e seguito dalla carica (preside, direttore etc.);
2. la struttura cui si affrisce (facoltà, dipartimento, area amministrativa etc.);
3. i contatti.

Non si possono usare altre versioni del logo diverse da quella qui indicata. Inoltre, il logo non può essere modificato né nelle dimensioni né nella posizione.



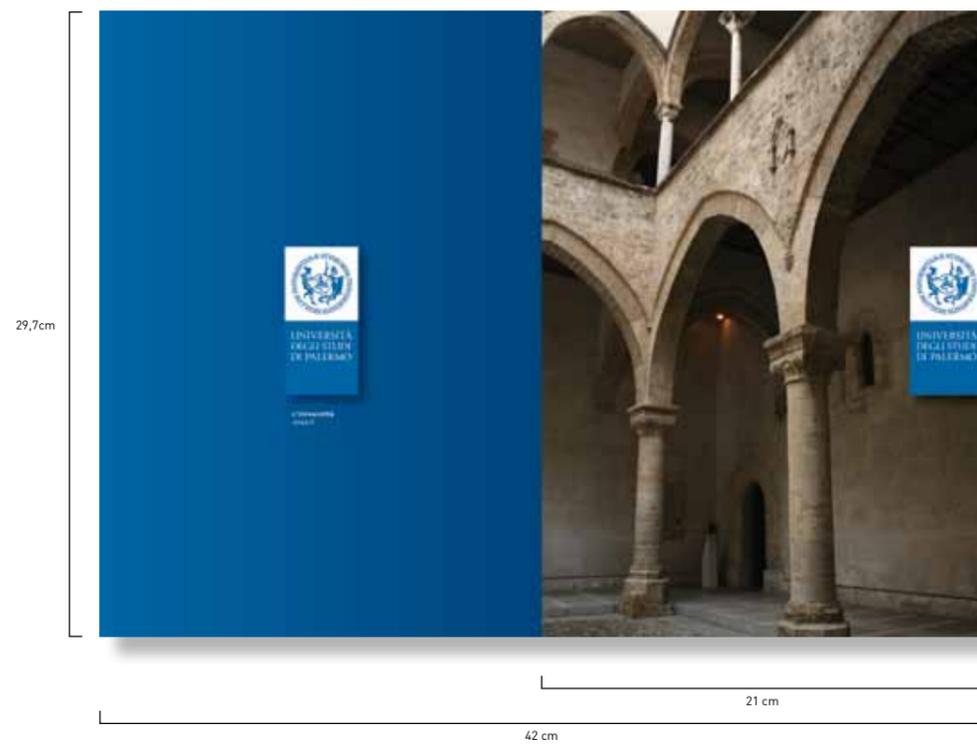
II.d CARTELLE ISTITUZIONALI

Le cartelle istituzionali sono di due tipi: quella specifica per il Rettorato (a uso del Cerimoniale o della comunicazione istituzionale) e quella più generale per tutta l'amministrazione dell'Ateneo.

II.d.1 CARTELLA DEL RETTORATO

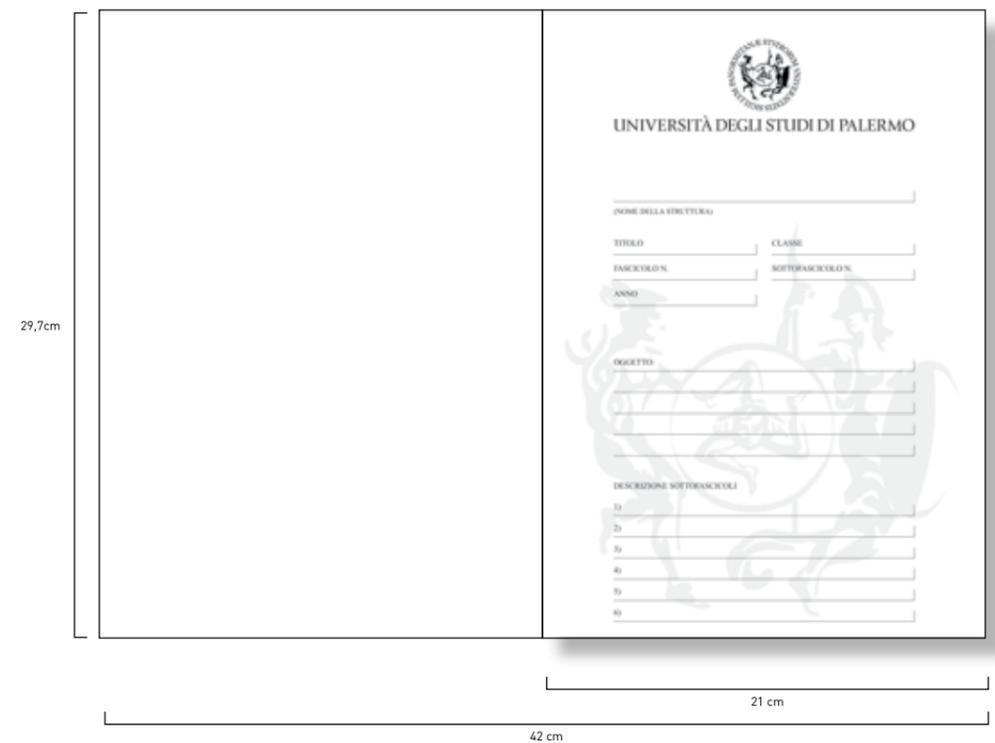
La cartella del Rettorato è in formato aperto A3. In copertina la fotografia di uno scorcio del cortile dello Steri, il retro di colore blu (Pantone 301C). Il marchio dell'Università degli Studi di Palermo è presente sia sul fronte che sul retro.

Si raccomanda di usare solo il logo a due riquadri affiancati, in orientamento verticale.



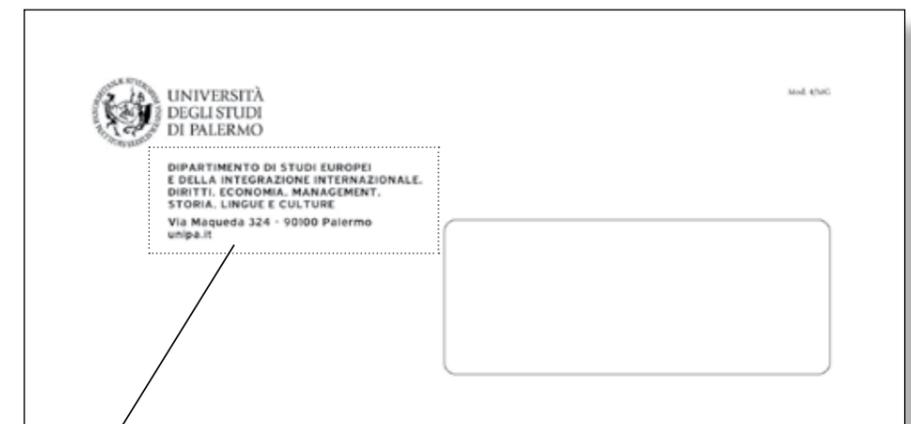
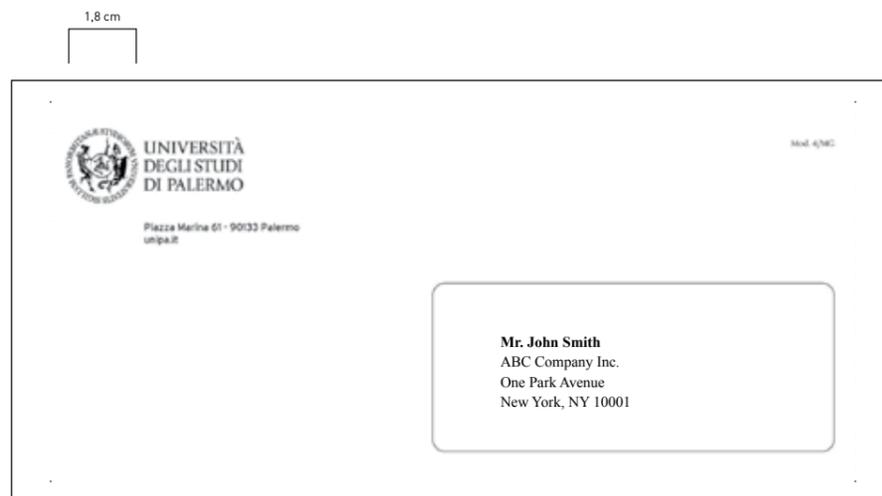
II.d.2 CARTELLA DELL'AMMINISTRAZIONE

La cartella dell'amministrazione è in formato aperto A3 e presenta sullo sfondo il sigillo dell'Ateneo in filigrana.



II.e BUSTE

Busta in formato 23x11cm, con e senza finestra.



Indirizzo
max 2 righe
in carattere
INTERSTATE
10 punti,
interlinea 9 punti,
allineamento a
sinistra.

Intestazione
max 4 righe
in carattere
INTERSTATE
10 punti,
interlinea 9 punti,
allineamento
a sinistra.

Busta in formato 23,9x17,6 cm, con e senza indirizzi.

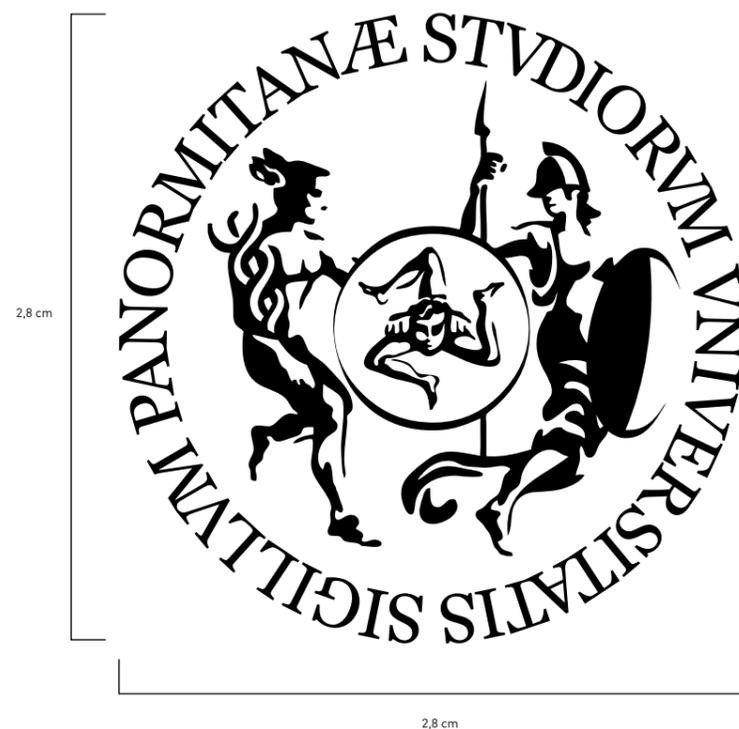


Busta in formato 33x23 cm.



II.f TIMBRO

Il timbro autoinchiostante è il sigillo ufficiale dell'Università degli Studi di Palermo.



II.g DIPLOMI E ATTESTATI

I diplomi e gli attestati sono in formato 25x20,5 cm e presentano sullo sfondo in filigrana una sezione del sigillo dell'Università degli Studi di Palermo.

Il marchio d'Ateneo non può essere modificato né nelle dimensioni né nella posizione.

Non si possono usare altre versioni di esso né altri colori.

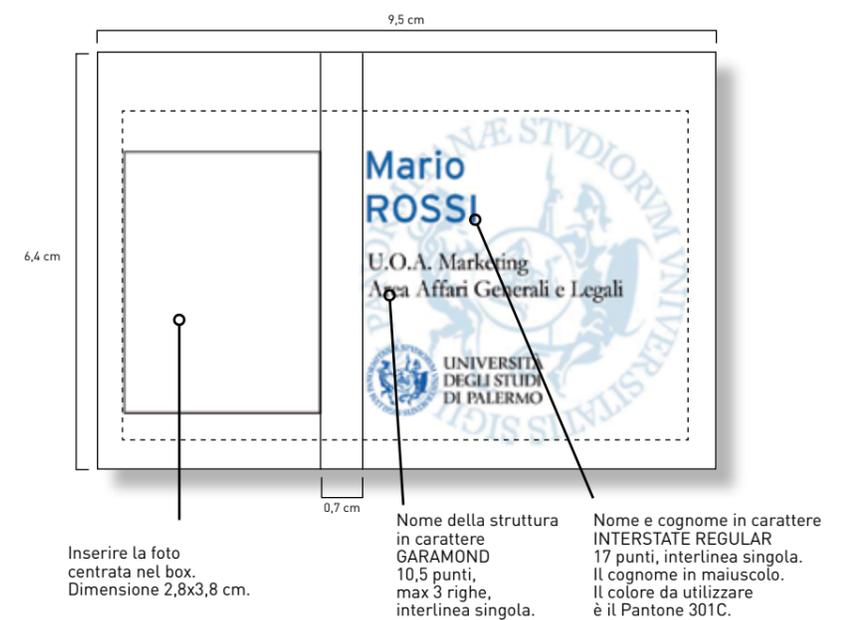
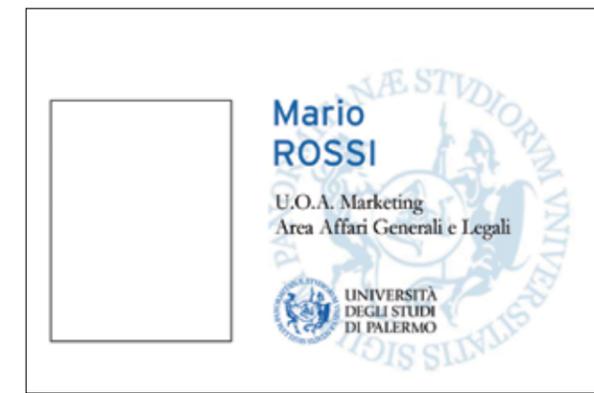
Al pari della carta intestata dei Dipartimenti (vedi pag. II. 8), è possibile inserire, accanto al marchio, la dicitura e il logo di un'altra struttura.





II.h BADGE DEL PERSONALE

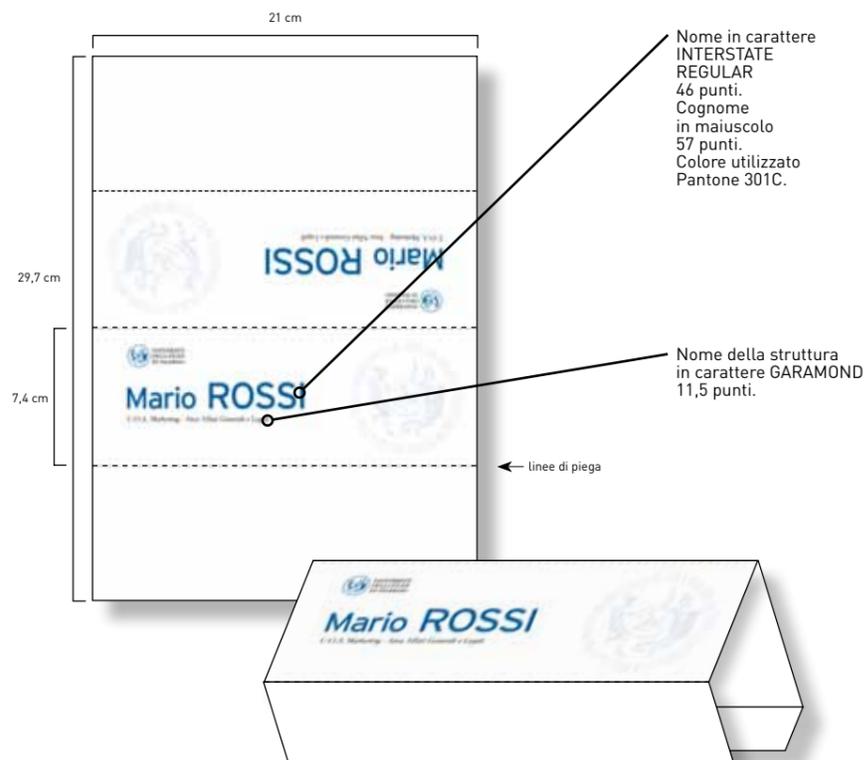
Il badge ha dimensioni standard che non possono essere modificate (9,5x6,4 cm).
 Il sigillo in filigrana sullo sfondo e il marchio non possono essere alterati né nelle dimensioni né nella posizione. Altre versioni del marchio o altri colori non sono ammessi.
 Sono previste due aree:
 1. il box per la foto che non deve superare le dimensioni indicate;
 2. lo spazio per nome/cognome e per la struttura di appartenenza (Unità Operativa e Area).



II.i CAVALIERI DEL PERSONALE PER SCRIVANIE

I cavalieri del personale sono in formato A4, con 3 pieghe.

Il sigillo in filigrana sullo sfondo e il marchio non possono essere modificati nella dimensione né nella posizione. Altre versioni del marchio o altri colori non sono ammessi.



Sezione III MATERIALI PER LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

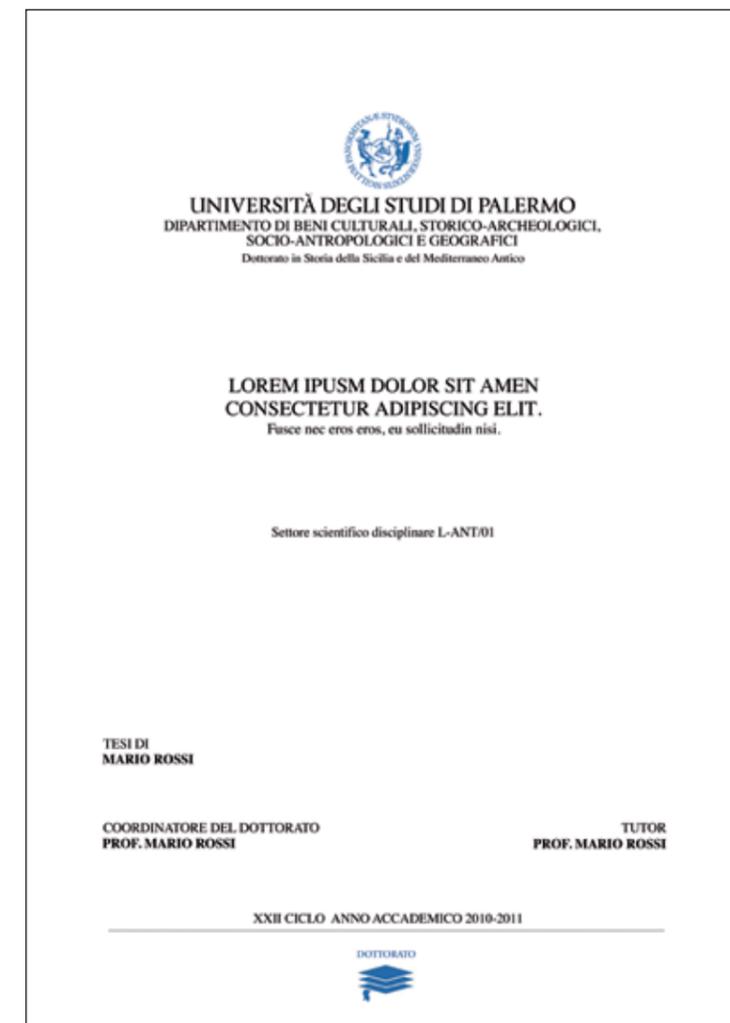
III.a	FRONTESPIZI DELLE TESI	pag. III. 5
III.b	POWERPOINT	pag. III. 12
III.c	WALLPAPER	pag. III. 14
III.d	BLOCCO NOTE	pag. III. 15
III.e	BADGE DELLO STUDENTE	pag. III. 16
III.f	MANIFESTO DELL'OFFERTA FORMATIVA	pag. III. 17
III.g	ROLL-UP	pag. III. 19
III.h	TARGHE FUORI PORTA	pag. III. 20
III.i	TOTEM	pag. III. 23
III.l	CD	pag. III. 25



III.a FRONTESPIZI DELLE TESI

I frontespizi per le tesi sono in formato UNI A4. L'area utilizzabile per il testo è al netto dei margini sinistro e destro (2,5 cm), superiore (6 cm) e inferiore (3 cm). Si raccomanda di non modificare in alcun modo gli stili dell'intestazione e del piede pagina, evitando di utilizzare caratteri in grassetto, corsivo o sottolineato laddove non indicato.

Il numero di feluche nel piede pagina corrisponde al grado di istruzione conseguito. Per assicurare chiarezza e riconoscibilità del tipo di elaborato, non è ammessa alcuna deroga al modello qui fornito.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI, STORICO-ARCHEOLOGICI,
SOCIO-ANTROPOLOGICI E GEOGRAFICI
Dottorato in Storia della Sicilia e del Mediterraneo Antico

LOREM IPUSM DOLOR SIT AMEN
CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.
Fusce nec eros eros, eu sollicitudin nisi.

Settore scientifico disciplinare L-ANT/01

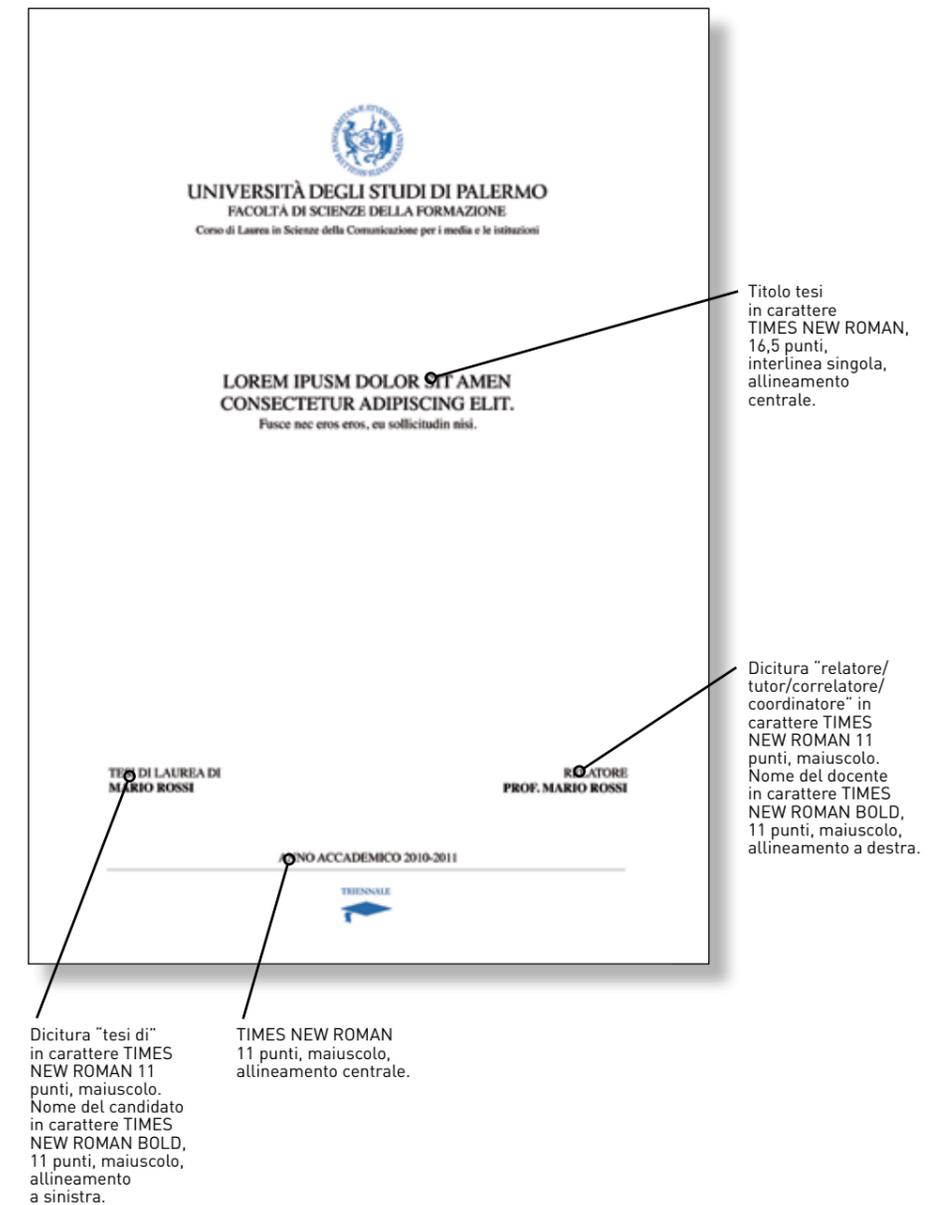
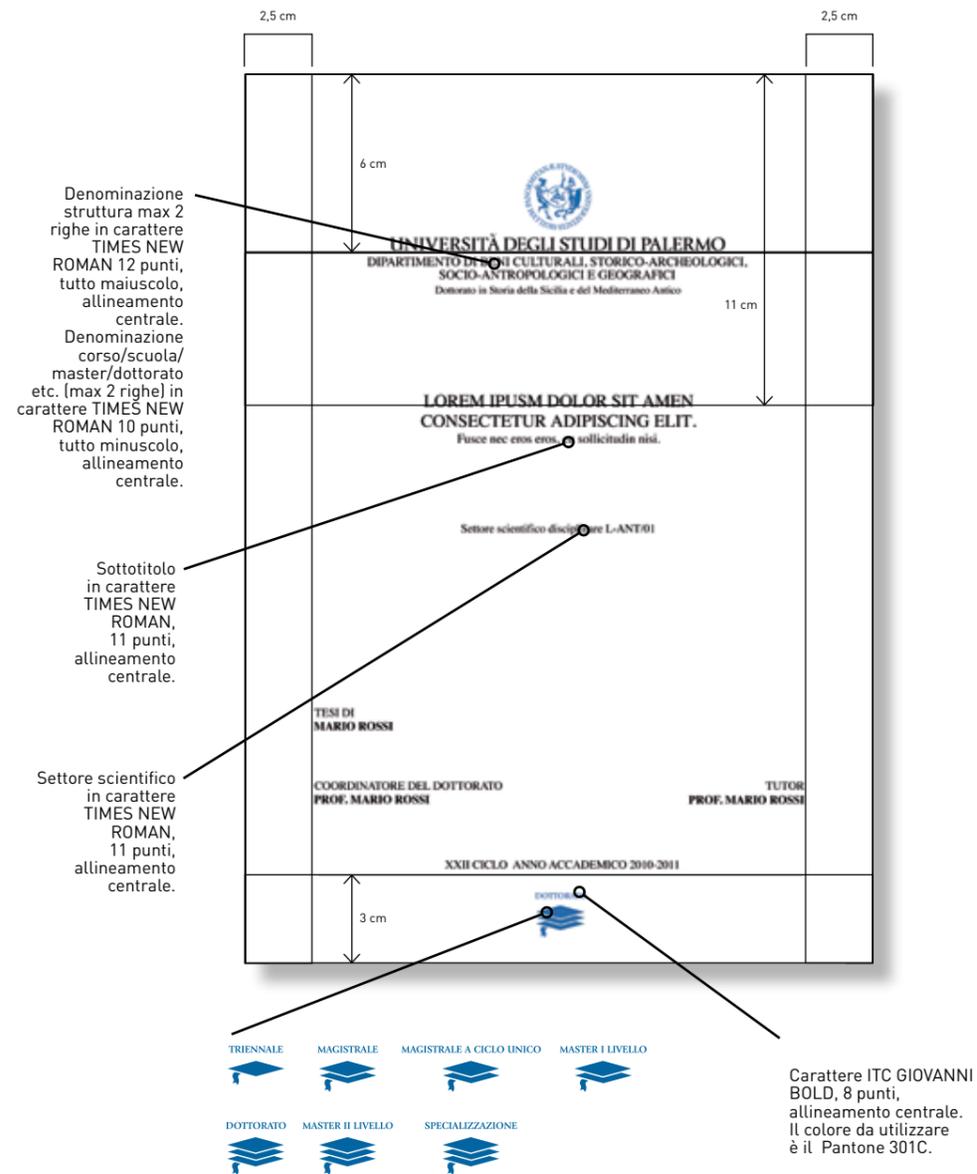
TESI DI
MARIO ROSSI

COORDINATORE DEL DOTTORATO
PROF. MARIO ROSSI

TUTOR
PROF. MARIO ROSSI

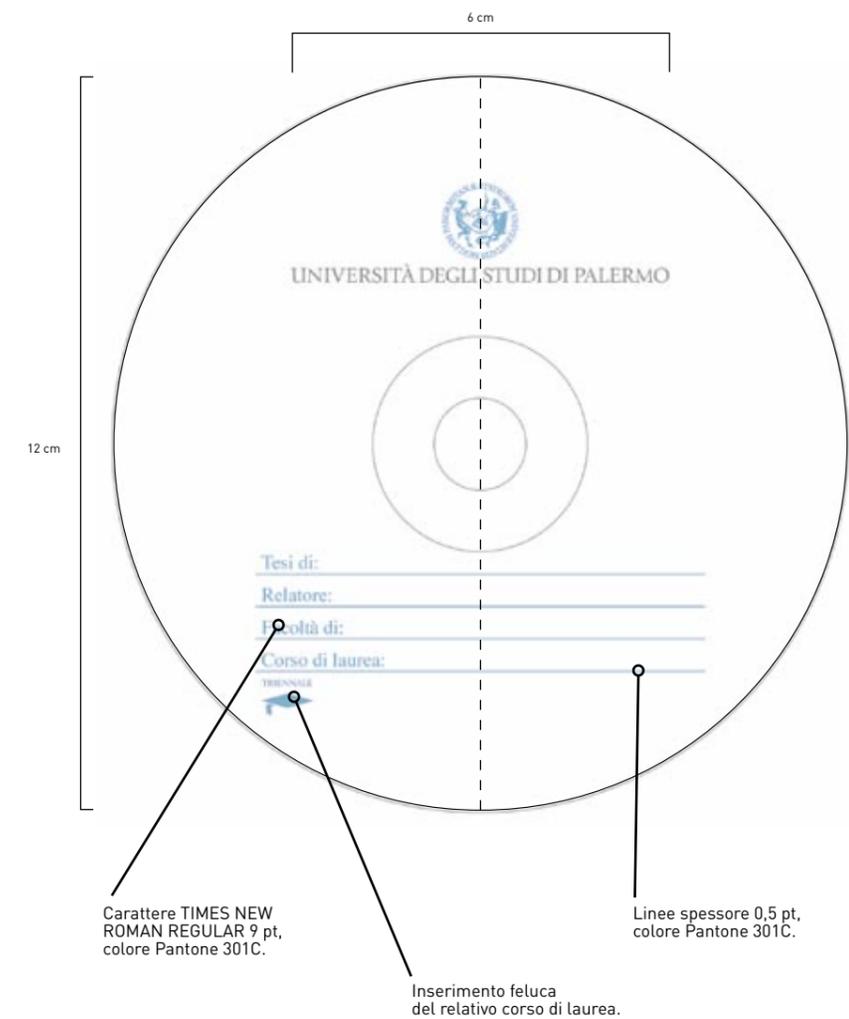
XXII CICLO ANNO ACCADEMICO 2010-2011

DOTTORATO



Per adattarsi al sistema di archiviazione elettronica delle tesi, è previsto anche un formato dei frontespizi per cd. La serigrafia dei cd (12x12 cm) contiene le seguenti informazioni: titolo della tesi, nome del candidato e del relatore/tutor, nome della facoltà/dipartimento, nome del corso di laurea/dottorato/scuola di specializzazione, immagine della feluca che rappresenta il relativo grado di istruzione conseguito.

CD



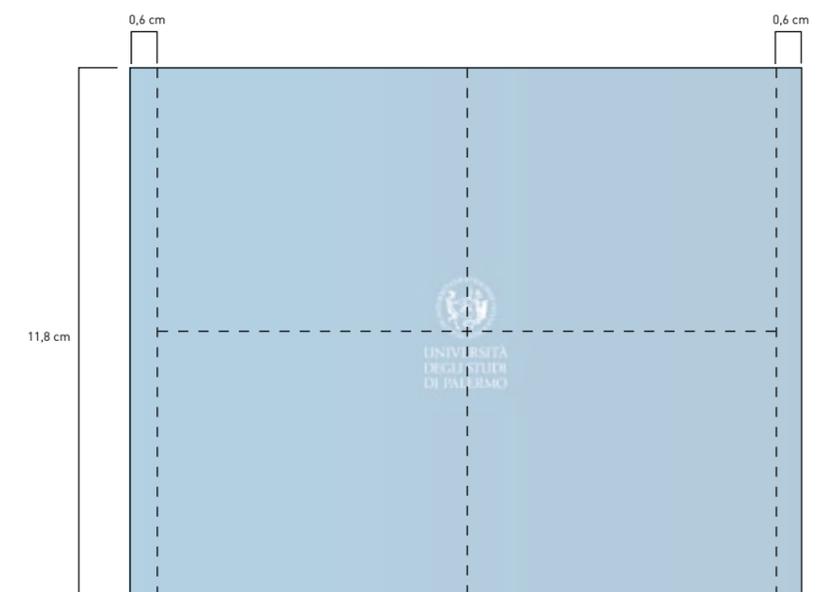
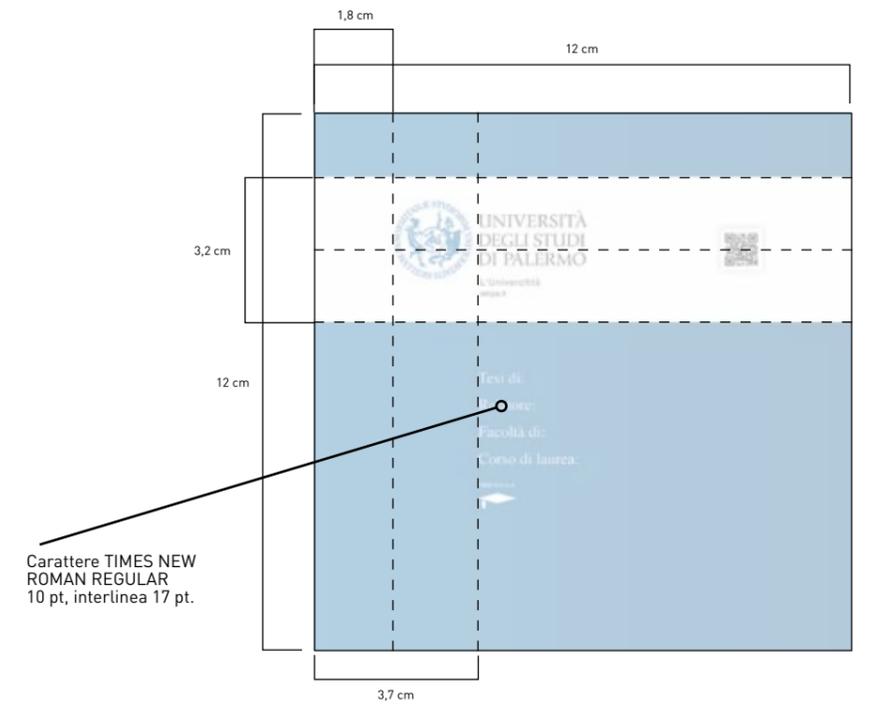
La cover dei cd da utilizzare per le tesi ha i colori ufficiali dell'Ateneo, bianco e blu (Pantone 301C), e contiene le seguenti informazioni: titolo della tesi, nome del candidato e del relatore/tutor, nome della facoltà/dipartimento, nome del corso di laurea/dottorato/ scuola di specializzazione, immagine della feluca che rappresenta il relativo grado di istruzione conseguito.

COVER CD

FRONTE



RETRO



III.b POWERPOINT

Il format dei documenti in PowerPoint è costituito da una cornice di 1 cm e in basso dall'immagine in filigrana di una sezione del sigillo dell'Università degli Studi di Palermo.

Intestazione max 3 righe, allineamento centrale, carattere TIMES NEW ROMAN.
1 riga: 11 punti, maiuscolo.
2 riga: 10 punti, maiuscolo.
3 riga: 9 punti, maiuscoletto.

Titolo della presentazione max 3 righe, carattere TIMES NEW ROMAN, 20 punti, interlinea singola, allineamento centrale.

Nome e cognome del curatore, carattere TIMES NEW ROMAN, 15 punti, allineamento centrale.

Luogo e data, carattere INTERSTATE, 16 punti, allineamento centrale.

Titolo diapositiva in carattere TIMES NEW ROMAN, 28 punti, interlinea singola, allineamento centrale.

Testo in carattere TIMES NEW ROMAN, 14 punti, interlinea singola.

Luogo e data in carattere INTERSTATE, 14 punti, interlinea singola, allineamento a sinistra.

Titolo presentazione e nome del curatore. Max 3 righe, carattere TIMES NEW ROMAN, 12 punti, interlinea singola, allineamento a destra.

III.c WALLPAPER

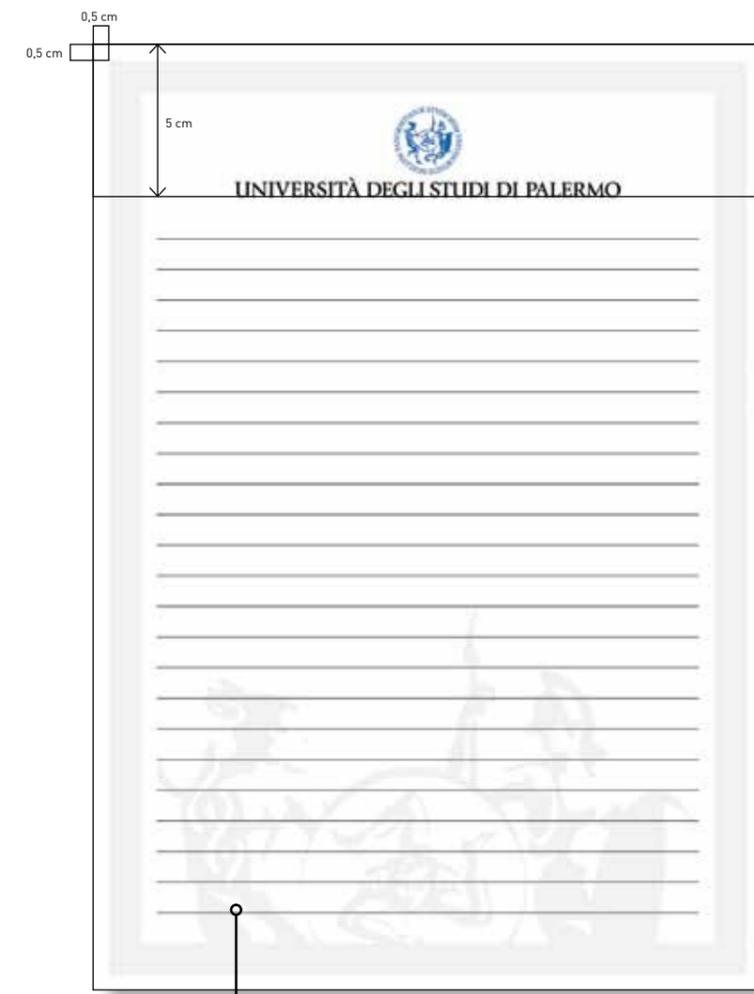
Due i format di wallpaper dell'Università degli Studi di Palermo.
 Marchio con pay off al centro di una texture, da utilizzare come sfondo per i computer personali.
 Marchio con pay off al centro su fondo bianco, da utilizzare preferibilmente per gli schermi informativi presenti nelle varie sedi dell'Ateneo.



Misure wallpaper:
 640x480 pxl
 720x480 pxl
 800x500 pxl
 800x600 pxl
 1024x640 pxl
 1024x768 pxl
 1152x720 pxl
 1280x800 pxl

III.d BLOCCO NOTE

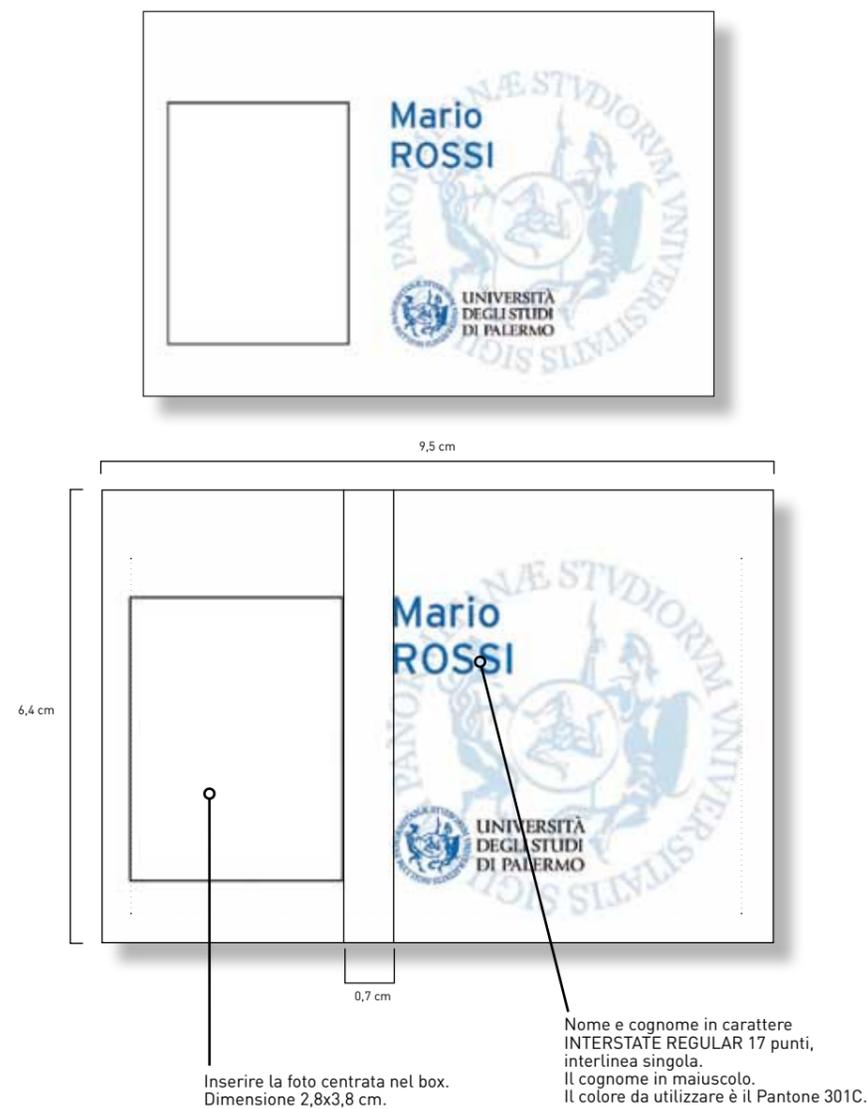
Il blocco note è in formato UNI A4. È costituito da una cornice di 1 cm, al centro il marchio, e, in basso, una sezione in filigrana del sigillo dell'Università degli Studi di Palermo.



Righe disponibili per gli appunti.
 Spessore 0,5 punti, colore nero.

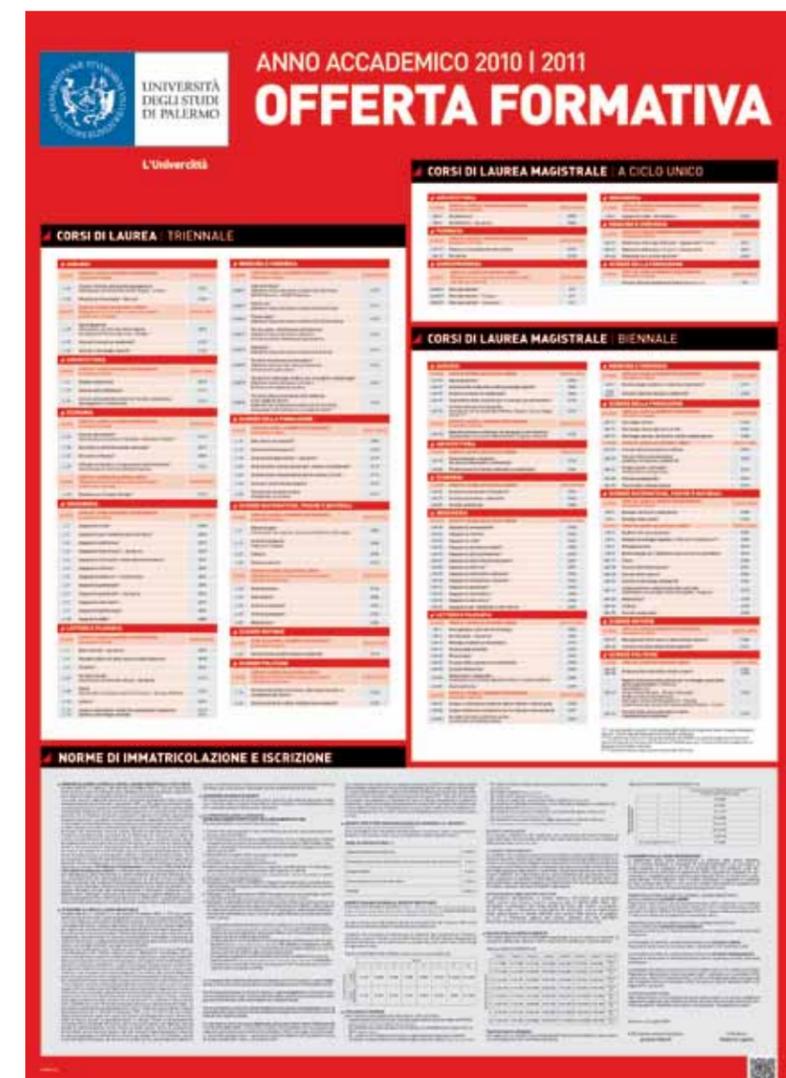
III.e BADGE DELLO STUDENTE

Il badge ha dimensioni standard che non possono essere modificate (9,5x6,4 cm).
Il sigillo sullo sfondo e il marchio non possono essere modificati né nelle dimensioni né nella posizione. Non si possono usare altre versioni del marchio né altri colori.
È previsto un box per la foto che non deve superare le dimensioni indicate.



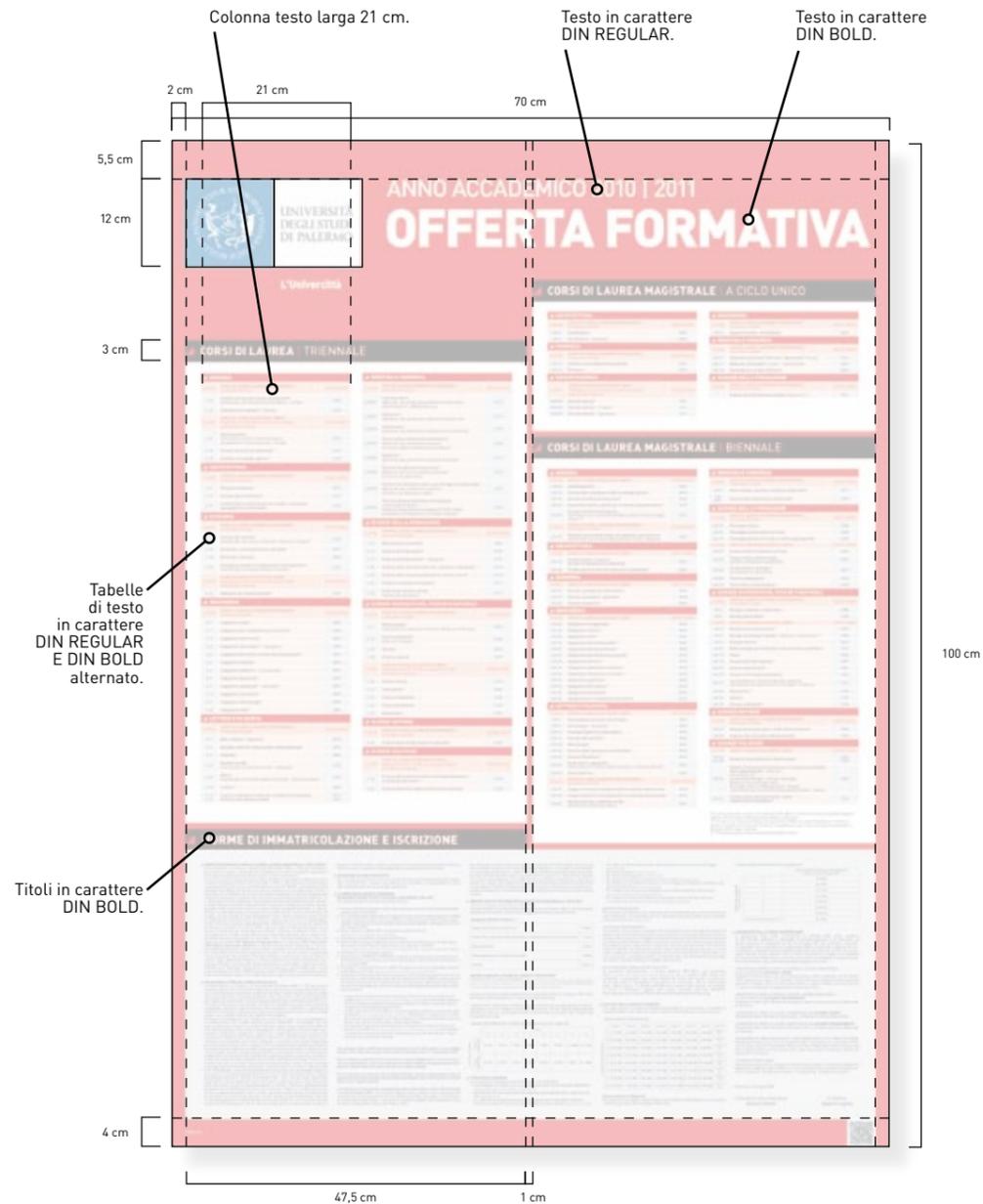
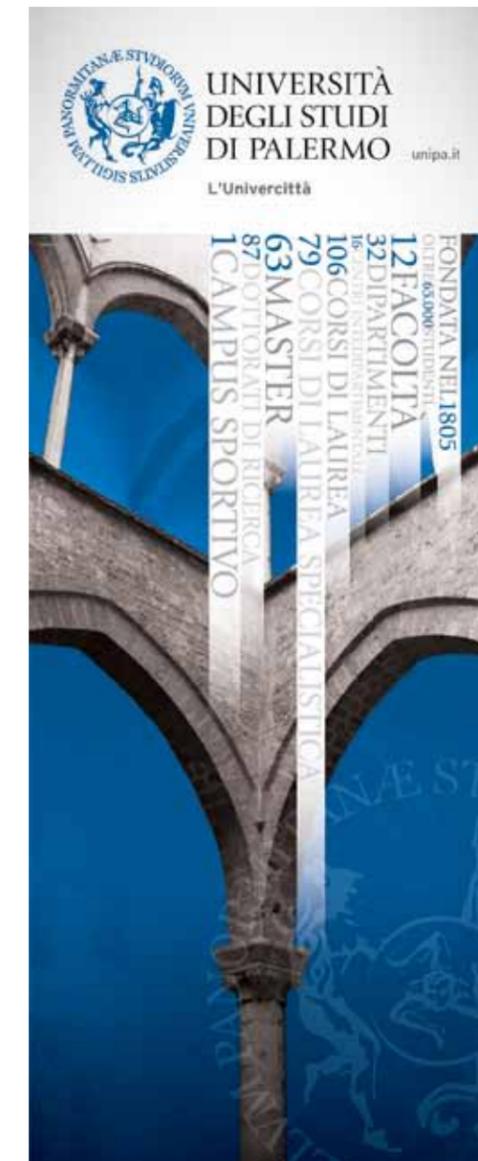
III.f MANIFESTO DELL'OFFERTA FORMATIVA

Il manifesto dell'offerta formativa è in formato 70x100 cm. Contiene l'elenco dei corsi di laurea triennale e magistrale attivati dall'Università degli Studi di Palermo nell'anno accademico di riferimento e le norme di iscrizione e d'immatricolazione. Il colore rosso dell'esempio di seguito non è prescrittivo e può essere modificato.



III.g ROLL-UP

Il roll-up è in formato 80x200 cm. In alto su sfondo chiaro il marchio dell'Università degli Studi di Palermo. Su uno sfondo blu (Pantone 301C) un particolare degli archi dello Steri.



III.h TARGHE FUORIORTA

Le targhe fuoriporta sono caratterizzate da una parte bianca e dal fondo blu (Pantone 301C).

Il marchio dell'Università degli Studi di Palermo è collocato sempre in alto a sinistra, al centro nel box blu seguono le informazioni.

La configurazione del marchio ammessa è la A (vedi pag. I. 10).

1)



Le targhe fuoriporta possono avere misure diverse.
La targa può essere realizzata in plexiglass (vedi esempio 2), in ottone (vedi esempio 3) o altri materiali.
In questi casi, è ammessa la configurazione D del marchio (vedi pag. I. 10).

2)



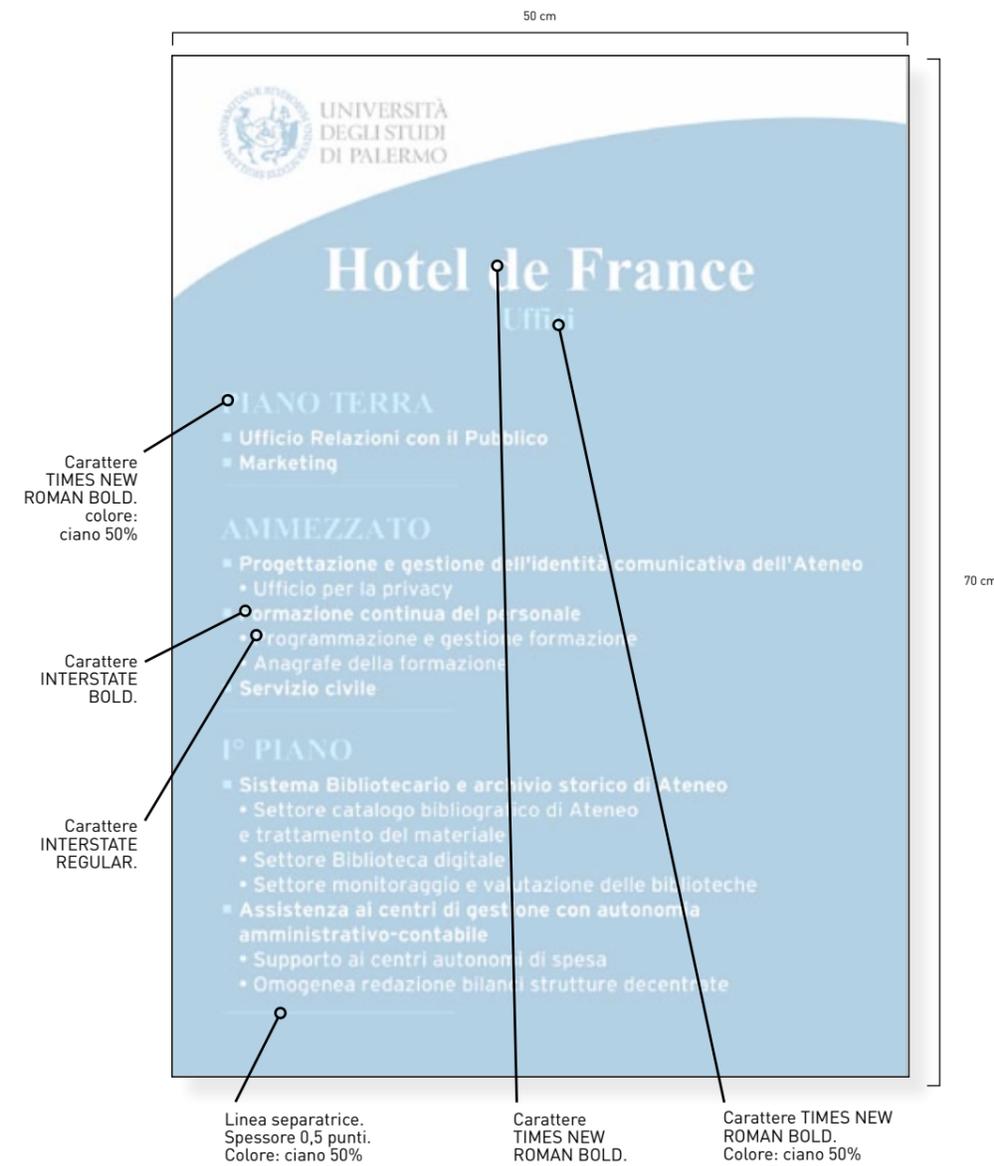
3)



III.i TOTEM

I totem sono caratterizzati da una parte bianca e dal fondo blu (Pantone 301C).
Il marchio dell'Università degli Studi di Palermo (applicato con la stessa configurazione delle targhe fuoriporta) è collocato sempre in alto a sinistra, al centro nel box blu seguono le informazioni.

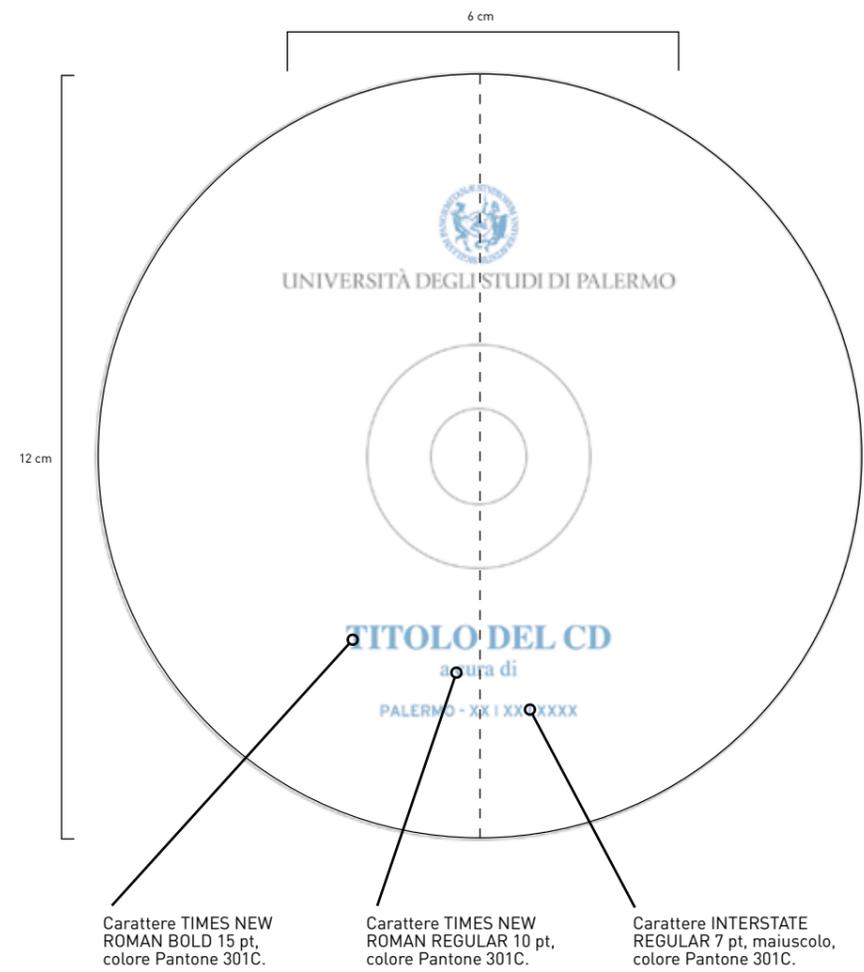




III.1 CD

La serigrafia per i cd che ha un formato di 12x12 cm prevede l'inserimento di tre elementi: titolo del cd, nome della persona o del gruppo che lo ha curato, sede e data di realizzazione.





La cover del cd da utilizzare per presentazioni di Ateneo ha i colori ufficiali, bianco e blu (Pantone 301C), e contiene le seguenti informazioni: titolo del cd, nome della persona o del gruppo che lo ha curato, sede e data di realizzazione.

COVER CD

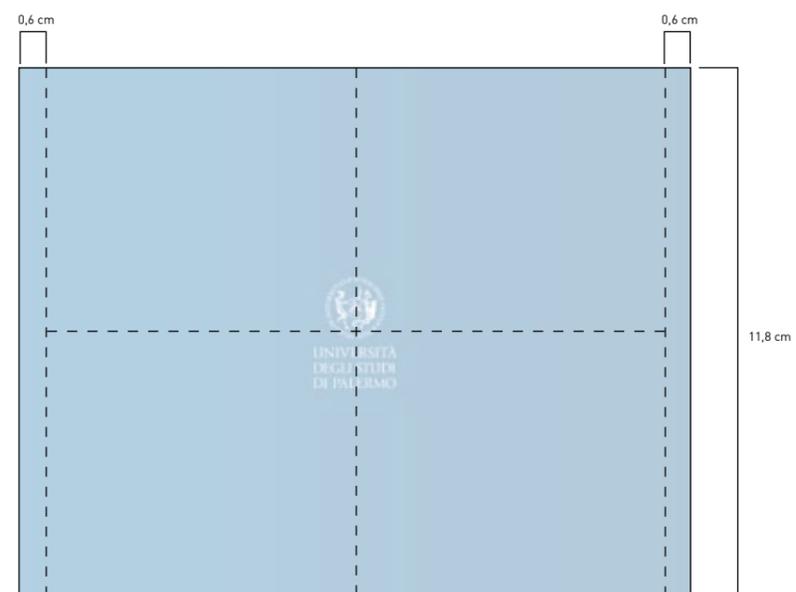
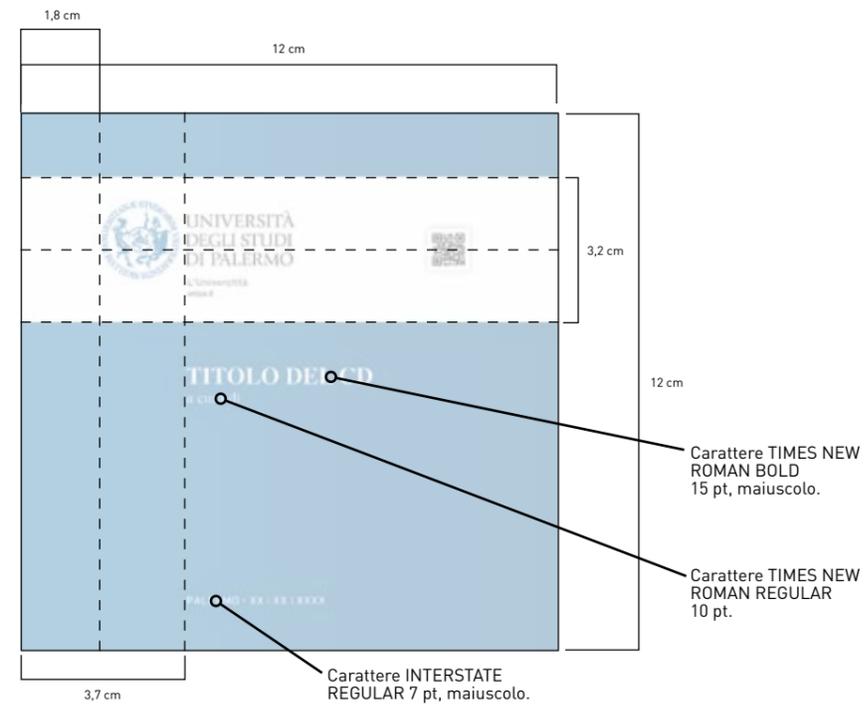
FRONTE



RETRO



MATERIALI PER LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



Sezione IV FORMATI GRAFICI PER EVENTI

IV.a	EVENTI ISTITUZIONALI	pag. IV. 7
IV.b	ALTRI EVENTI	pag. IV. 19
IV.c	EVENTI CON PARTNER ESTERNI	pag. IV. 45
IV.d	RASSEGNE	pag. IV. 63



In questa sezione sono presentati i formati grafici per la promozione degli eventi organizzati dall'Ateneo. I modelli e gli esempi proposti sono distinti in quattro categorie, in relazione al tipo di evento considerato:

1. **Eventi istituzionali.** Vi rientrano i formati grafici degli appuntamenti istituzionali più importanti che si svolgono annualmente o con cadenza periodica e che riguardano l'Ateneo nella sua interezza (inaugurazione dell'anno accademico, conferenza generale d'Ateneo, presentazione dell'offerta formativa etc.).

2. **Altri eventi.** Si tratta degli eventi che scandiscono abitualmente la vita accademica (convegni, seminari, giornate di studio etc.) e sono promossi da diversi soggetti (facoltà, dipartimenti, biblioteche etc.).

3. **Eventi con partner esterni.** Vi si trovano gli esempi dei formati grafici da utilizzare nel caso di eventi organizzati dall'Università degli Studi di Palermo in collaborazione con partner esterni di particolare prestigio.

4. **Rassegne.** Questa categoria comprende i formati messi a punto per la promozione delle rassegne culturali organizzate dall'Ateneo e riporta l'esempio dei materiali di comunicazione elaborati per *Univercittà in Festival*.

IV.a EVENTI ISTITUZIONALI

IV.a.1 CONFERENZA GENERALE D'ATENEO

pag. IV. 11

IV.a.2 WELCOME WEEK

pag. IV. 15



Per realizzare i materiali comunicativi degli eventi istituzionali di Ateneo, di cui vengono di seguito presentati due esempi (la conferenza generale di Ateneo e la presentazione dell'offerta formativa), sono valide le seguenti indicazioni:

1. Per quanto riguarda il marchio, va utilizzata la configurazione A completa del payoff "L'Univercittà" (vedi pag. I. 10).
2. La posizione e le proporzioni del marchio e, in generale, la struttura complessiva dei layout grafici mostrate negli esempi che seguono non devono essere alterate. I colori non sono prescrittivi e possono essere modificati.
3. I logo di eventuali partner o sponsor e il QR Code (il codice a barre che viene letto dagli smartphone e che rimanda alla pagina internet dell'evento) devono trovare posto nelle posizioni indicate di seguito.

IV.a EVENTI ISTITUZIONALI IV.a.1 CONFERENZA GENERALE D'ATENEIO

La locandina, che fornisce i dati essenziali dell'evento, è in formato UNI A3.
Stampa in quadricromia.

LOCANDINA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO
L'Università una.it

CONFERENZA GENERALE DI ATENEIO
Conferenza sullo stato dell'Università a Palermo ed in Sicilia

9.30 Saluti del sindaco di Palermo
Diego Cammarata
Relazione del Magnifico Rettore
Roberto Lagella

Relazioni
Antonio Valenti
Direttore Amministrativo
Alfredo Salerno
Presidente del Senato di Palazzo di Ateneo
Antonio Maria Greco
Coordinatore del Consiglio dei Direttori di Dipartimento
Denada Corrao
Rappresentante Universitario
Portanza degli assessori di ricerca
Angelo Saitta
Presidente del Consiglio degli Studenti
Martina Allotta
Rappresentante del Personale T.A.

12.00 Light Lunch
Complesso Politecnico

14.30 Conversazione
Palermo, 14 febbraio
Domenico Ruffa, Direttore ex 8 fino 24 ore

L'Università incontra il Sistema Regionale

15.00 La Ricerca e l'Innovazione
Mario Vasturi
Assessore Regionale della Attività Produttive
Franco Testa
Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Messina
Nicola Verroccio
Dirigente Operativo del Dipartimento Regionale della Attività Produttive
Isabelle Lo Bello
Presidente di Confindustria Sicilia

16.00 Il sostegno al sistema universitario e l'internazionalizzazione
Michela Cimino
Assessora Regionale dell'Economia
Salvo Anò
Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Foggia
Francesca Emanuele
Reggente Comunale della Regione Siciliana
Martina Bregazzo
Presidente di Banca Toscana

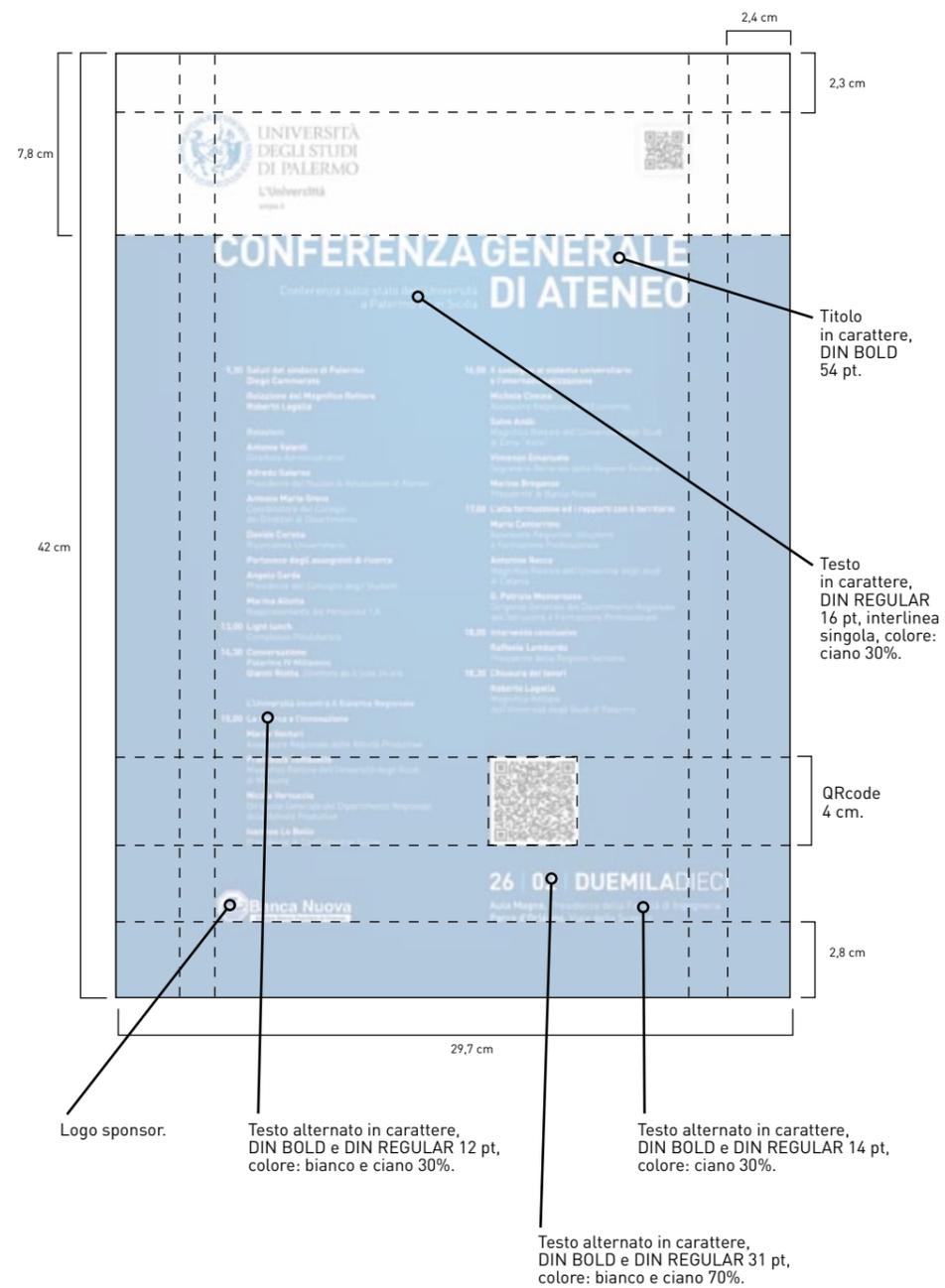
17.00 La Formazione ed i rapporti con il territorio
Mario Costantino
Assessore Regionale Istruzione e Sportività Professionale
Antonino Rizza
Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Catania
S. Patrizia Montarossa
Dirigente Generale del Dipartimento Regionale per Istruzione e Formazione Professionale

18.00 Intervento conclusivo
Raffaello Lombardo
Presidente della Regione Siciliana

18.30 Chiusura dei lavori
Roberto Lagella
Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Palermo

26 | 02 | DUEMILADIECI
Aula Magna, Presidenza della Facoltà di Ingegneria
Parco d'Orléans, Viale della Scienza

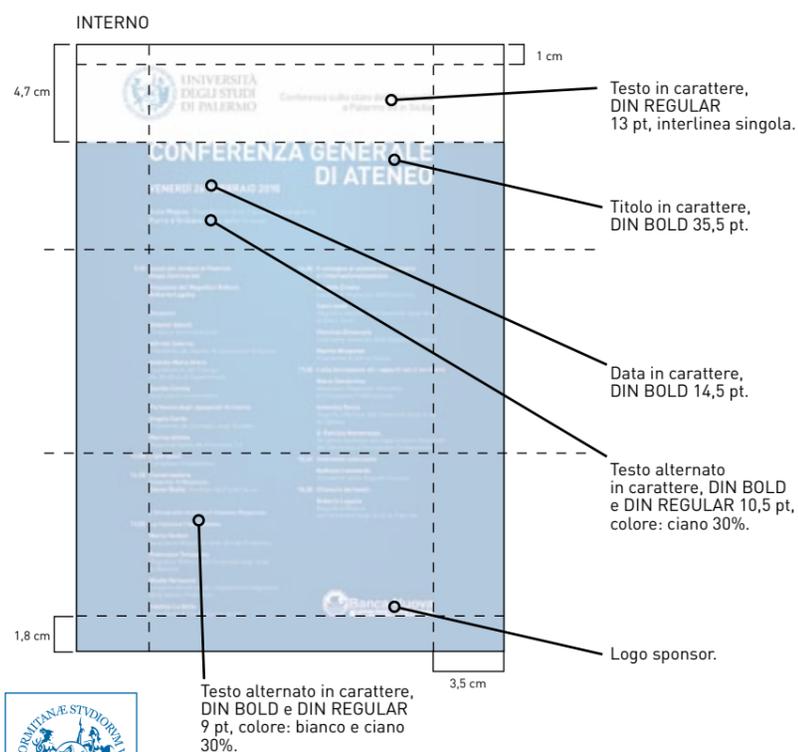
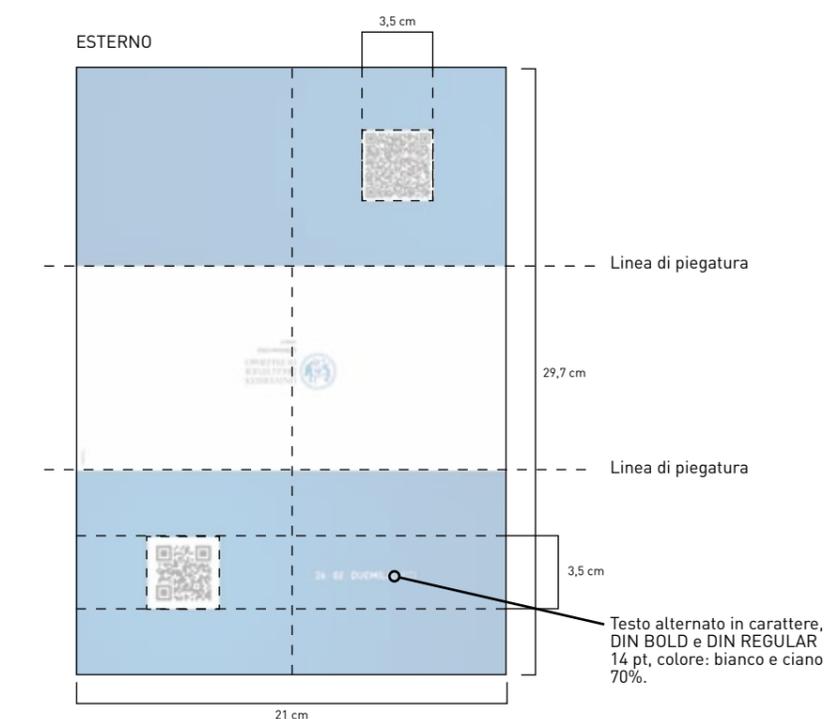
Banca Nuova
Banca di Credito Cooperativo e di Interesse Generale



L'invito a tre ante, contenente il programma dell'evento, è in formato chiuso 21x10 cm (aperto 21x29,7 cm). Stampa in quadricromia bianca e volta.

INVITO



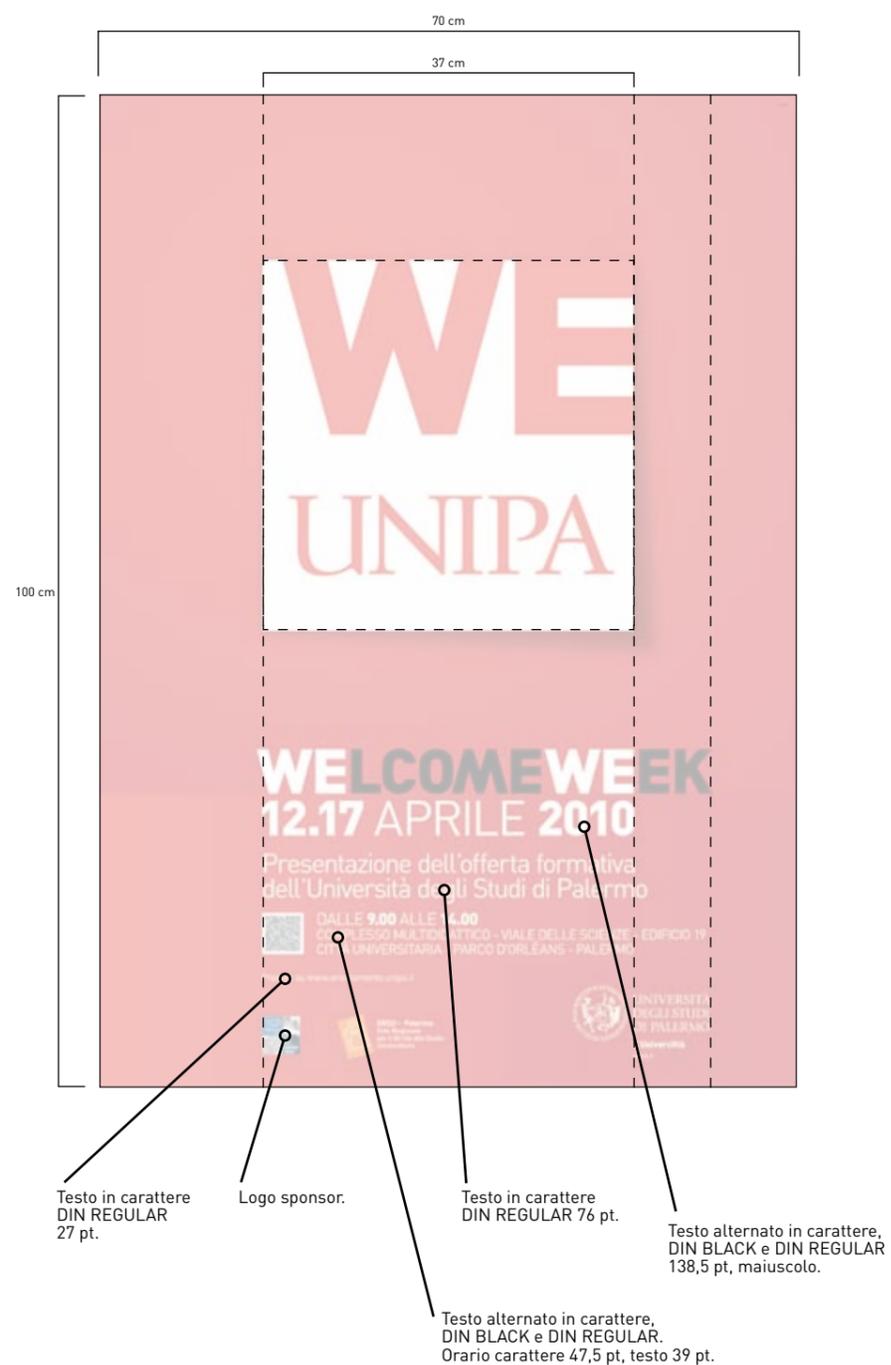


IV.a EVENTI ISTITUZIONALI IV.a.2 WELCOME WEEK

Il manifesto è in formato 70x100 cm. Il colore rosso dell'esempio di seguito non è prescrittivo e può essere modificato.

MANIFESTO





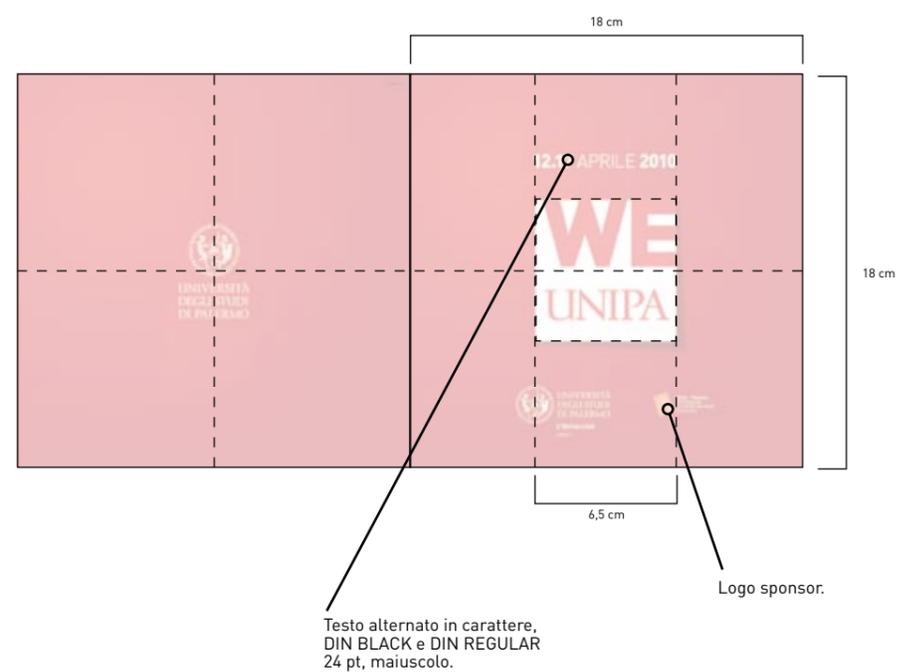
La brochure è in formato chiuso 18x18 cm, e contiene il programma dettagliato dell'evento. A differenza di un pieghevole a due ante, ha più pagine e può contenere un numero maggiore di informazioni.
Stampa in quadricromia.

BROCHURE



ESEMPIO DI PAGINE INTERNE





IV.b ALTRI EVENTI

IV.b.1 INVITO CARTACEO

pag. IV. 23

IV.b.2 INVITO ELETTRONICO

pag. IV. 26

IV.b.3 LOCANDINA

pag. IV. 28

IV.b.4 PIEGHEVOLE

pag. IV. 31

IV.b.5 CARTELLA

pag. IV. 35

IV.b.6 BADGE

pag. IV. 38

IV.b.7 CAVALIERE

pag. IV. 40

IV.b.8 RETROFONDALE

pag. IV. 42

Per la realizzazione dei materiali relativi a convegni, seminari etc. valgono le seguenti indicazioni:

1. Per quanto riguarda il marchio, va utilizzata solo la versione a due riquadri affiancati (configurazioni D ed E; vedi pag. I. 10), di volta in volta con e senza payoff a seconda del formato scelto e come indicato negli esempi di seguito.

2. La griglia grafica delle locandine, dei badge, dei cavalieri e delle copertine esterne di inviti, brochure-pieghevoli e cartelline va sempre strutturata in due metà, superiore e inferiore, ed eventuali immagini vanno poste solo in quella superiore. I colori utilizzati negli esempi non sono prescrittivi e possono essere modificati.

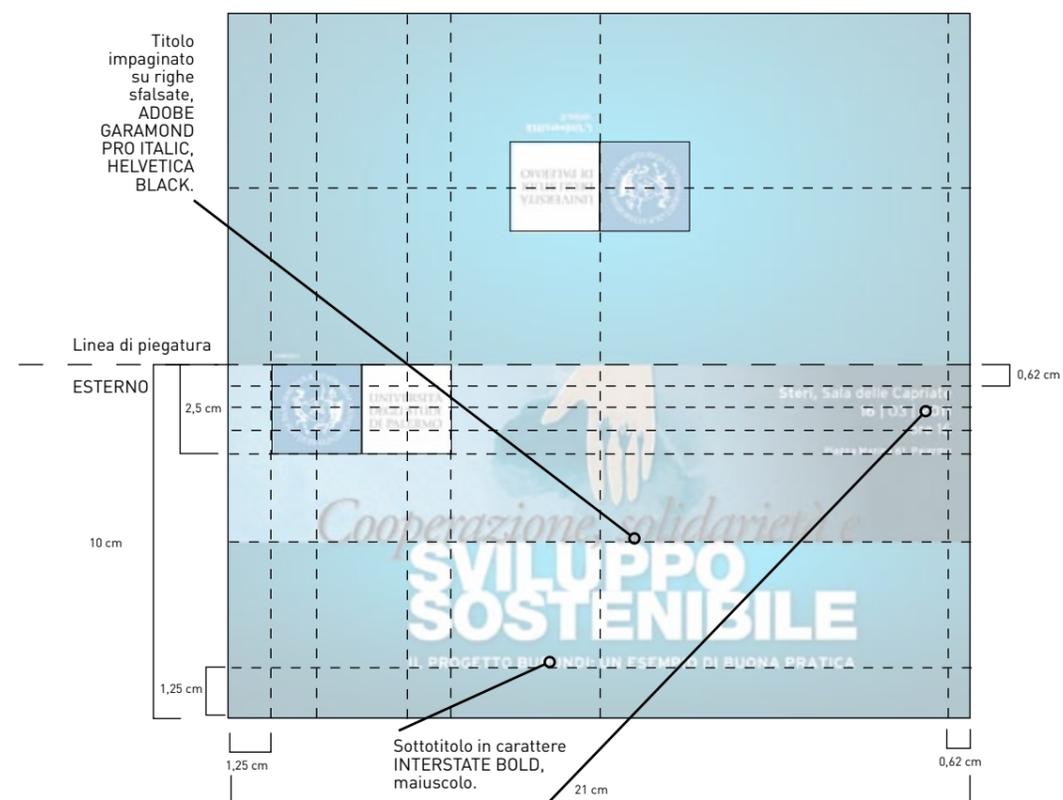
3. I logo di eventuali partner o sponsor andranno collocati nelle posizioni indicate come da esempio.

4. La posizione e le proporzioni del marchio d'Ateneo e del layout grafico generale dei formati non vanno alterate.

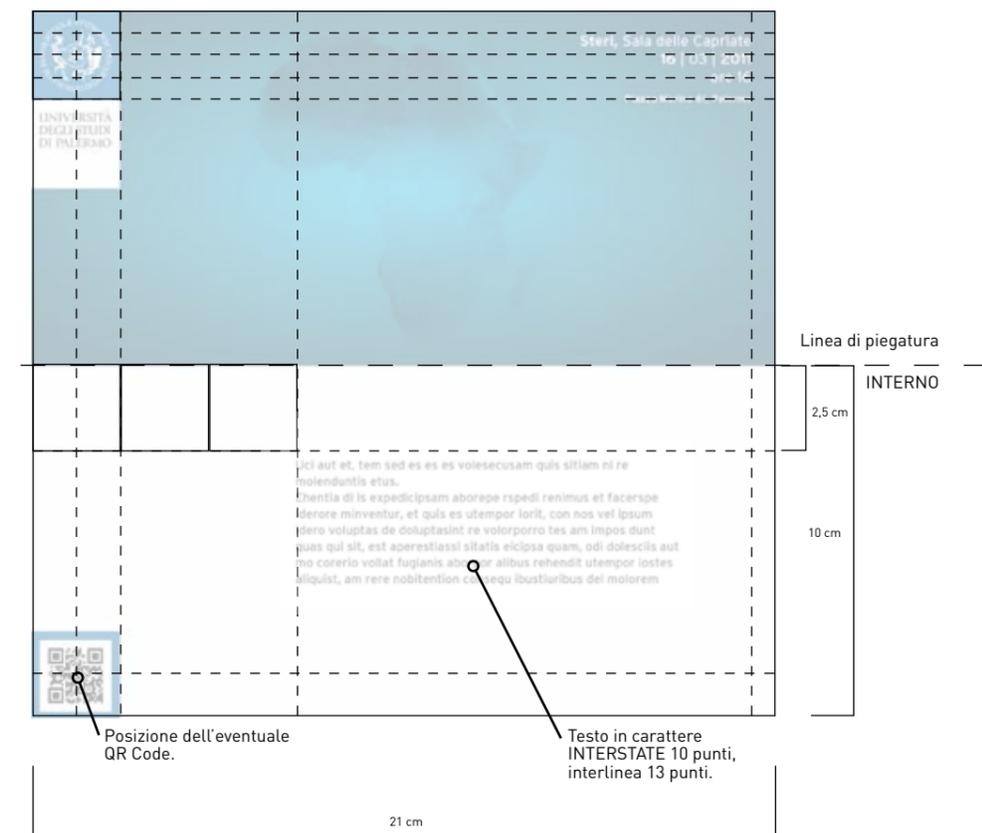
5. Il QR Code (il codice a barre che può essere letto dagli smartphone e che rimanda al sito internet dell'evento) deve essere collocato in basso a sinistra all'interno degli inviti cartacei e in basso a destra sull'esterno di locandine, pieghevoli e cartelle.

IV.b ALTRI EVENTI IV.b.1 INVITO CARTACEO

L'invito a due ante, contenente una breve descrizione dell'evento, è in formato chiuso 21x10 cm (aperto 21x20 cm). Stampa in quadricromia bianca e volta.



Data e indirizzo, in carattere INTERSTATE REGULAR e BOLD alternati, 12 punti, interlinea 14,4 punti.
Luogo, in carattere INTERSTATE BOLD, 8 punti, interlinea 16 punti.



ALTRI ESEMPI DI INVITO CARTACEO



ESTERNO

Spazio per eventuale logo partner.



INTERNO



ESTERNO

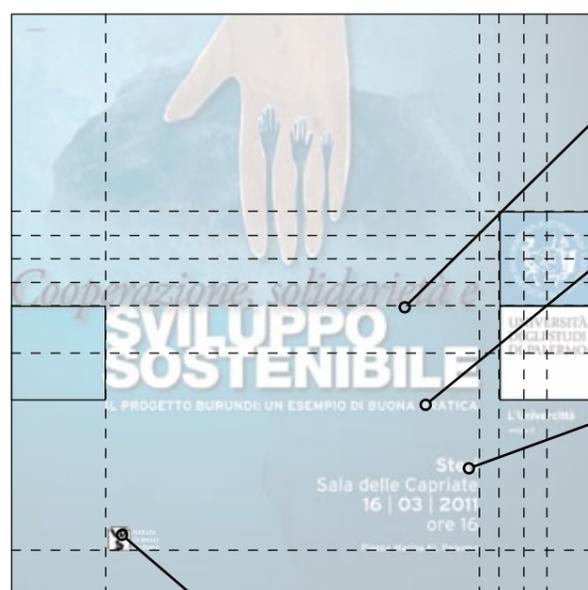
Spazio per eventuale logo partner.



INTERNO

IV.b ALTRI EVENTI IV.b.2 INVITO ELETTRONICO

L'invito elettronico, predisposto per l'invio tramite email, ha dimensioni 800x800 pixel, colore RGB.



Titolo impaginato su righe sfalsate. ADOBE GARAMOND PRO ITALIC, HELVETICA BLACK.

Sottotitolo in carattere INTERSTATE BOLD, maiuscolo.

Data e indirizzo, in carattere INTERSTATE REGULAR e INTERSTATE BOLD alternati, 26 punti, interlinea 27 punti. Luogo, in carattere INTERSTATE BOLD, 13 punti, interlinea automatica.

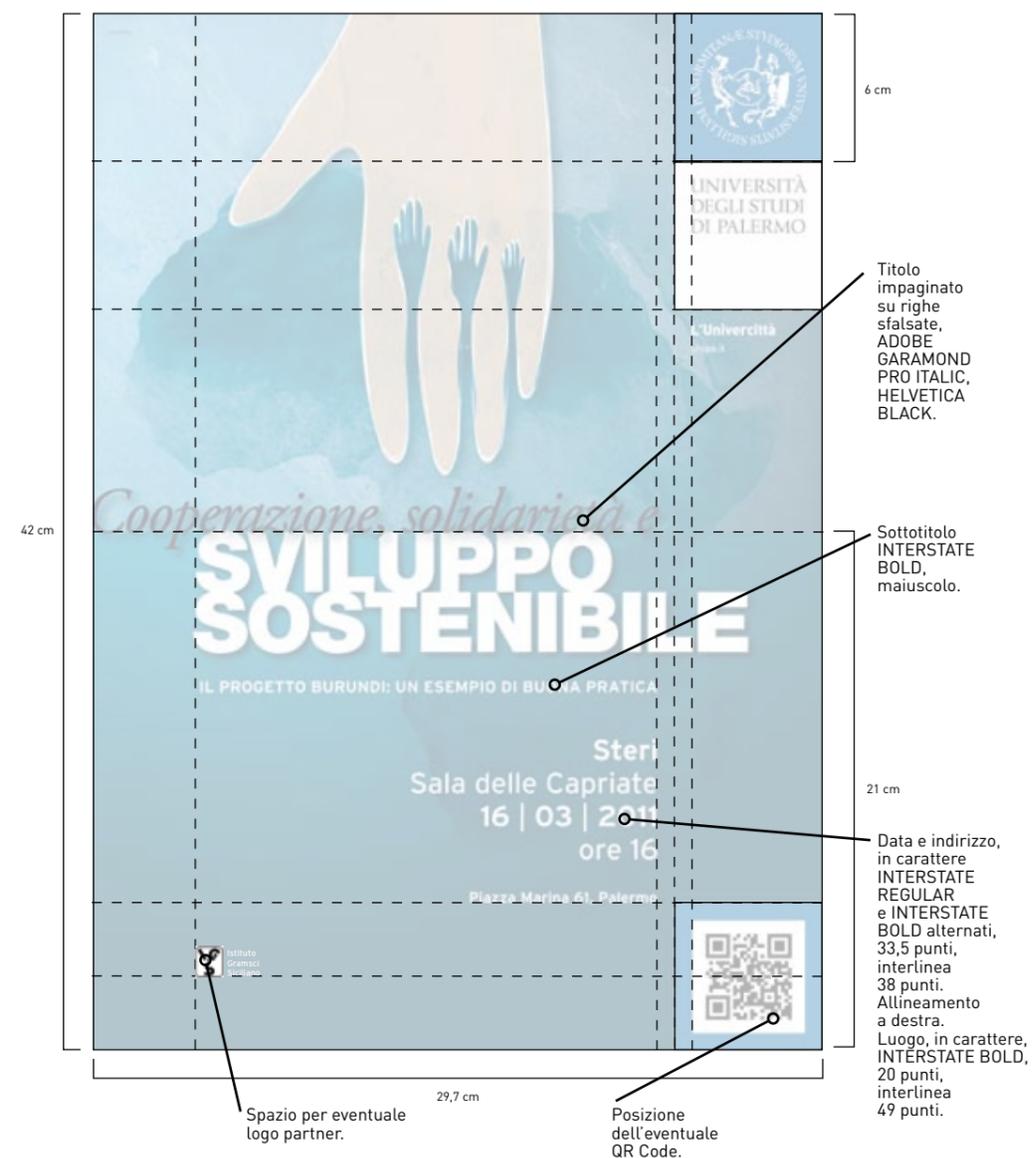
Spazio per eventuale logo partner.

ALTRI ESEMPI DI INVITO ELETTRONICO



IV.b ALTRI EVENTI IV.b.3 LOCANDINA

La locandina, che fornisce i dati essenziali dell'evento, è in formato UNI A3.
Stampa in quadricromia.



ALTRI ESEMPI DI LOCANDINA



Spazio per eventuale logo partner.

IV.b ALTRI EVENTI IV.b.4 PIEGHEVOLE

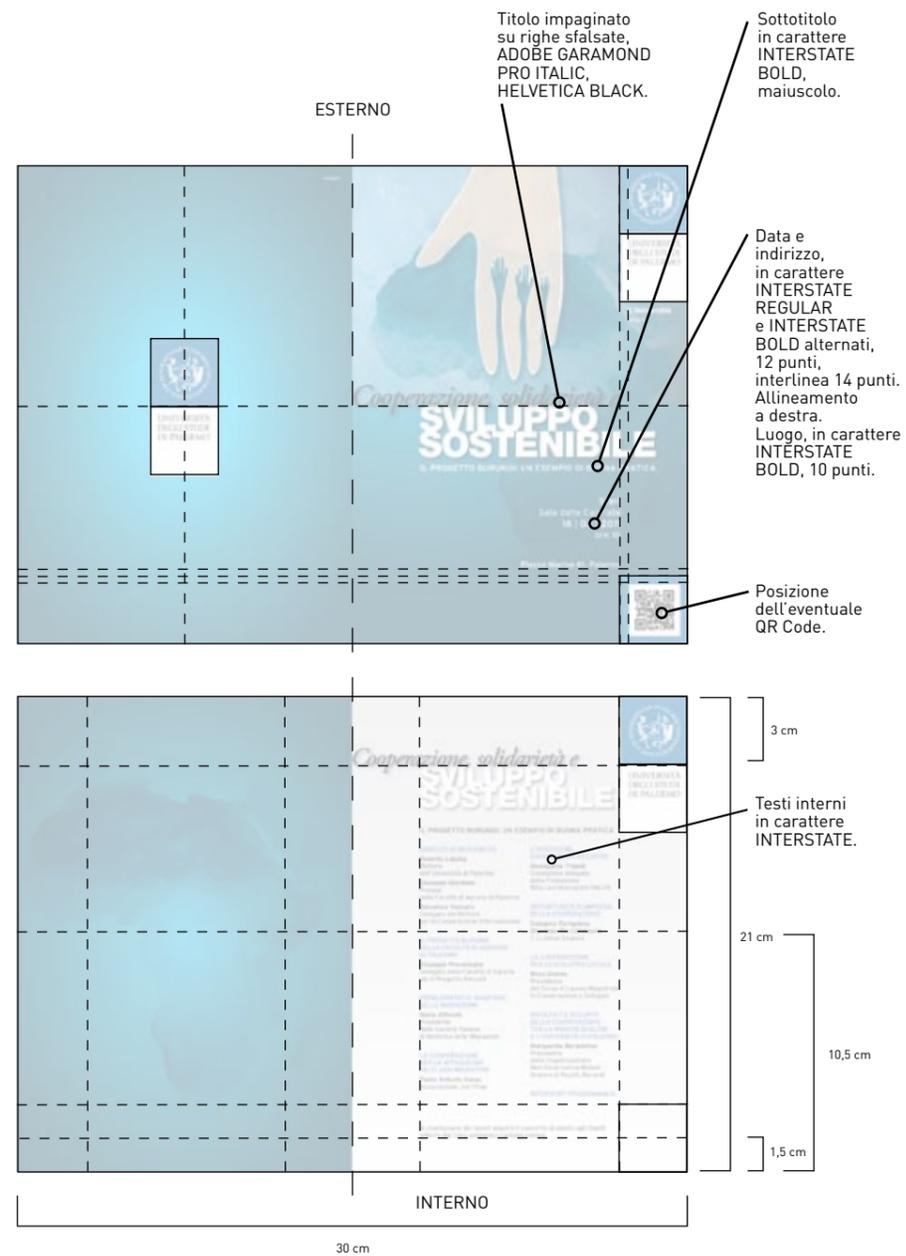
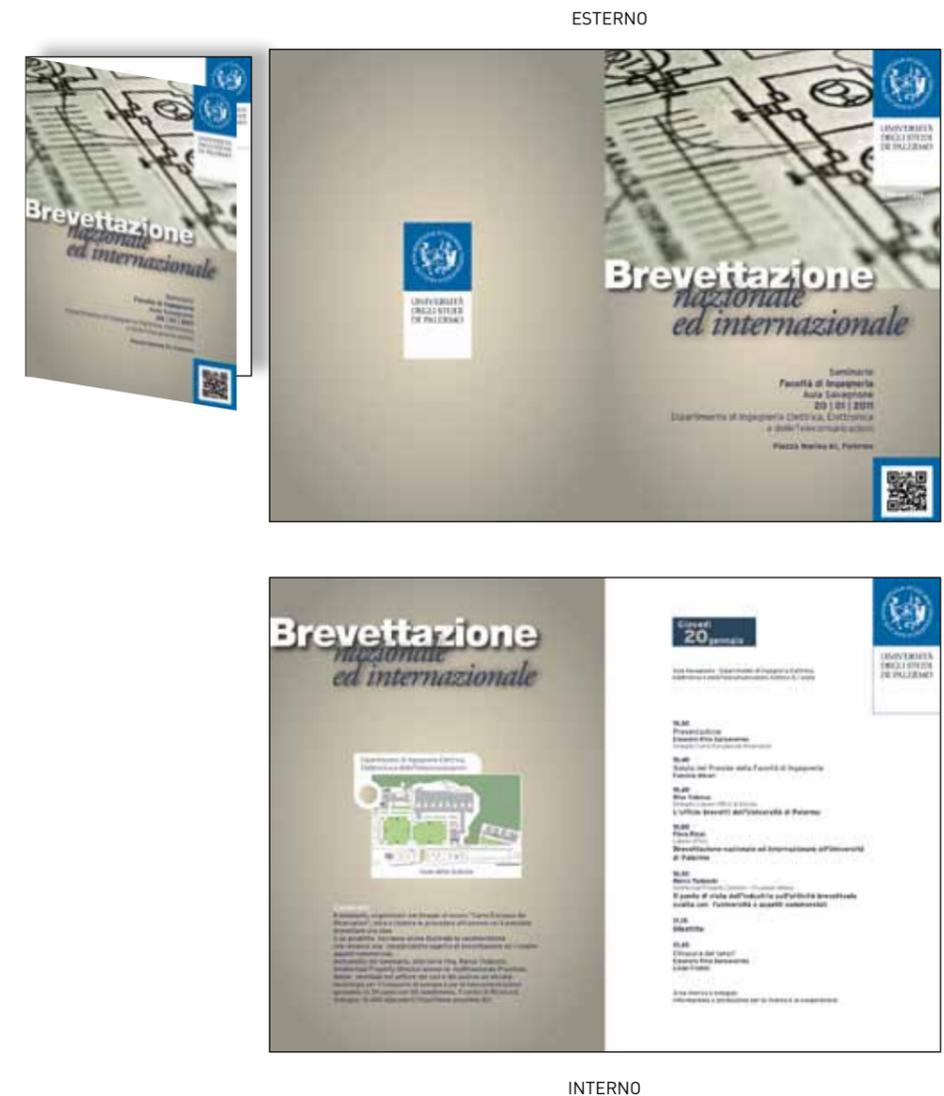
I pieghevoli a due ante, contenenti il programma dettagliato dell'evento, sono in formato chiuso 15x21 cm (aperto 30x21 cm).
Stampa in quadricromia bianca e volta.

ESTERNO



INTERNO

ALTRI ESEMPI DI PIEGHEVOLE



IV.b ALTRI EVENTI 4.b.5 CARTELLA

La cartella a due ante, che serve a contenere documenti e materiali utili per l'evento, è in formato chiuso UNI A3 (aperto UNI A2).

Stampa in quadricromia.

ESTERNO

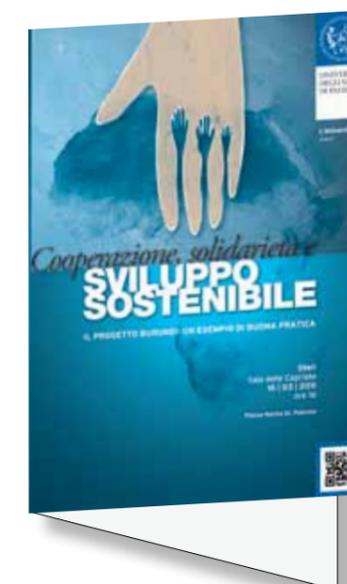


Spazio per eventuale logo partner.

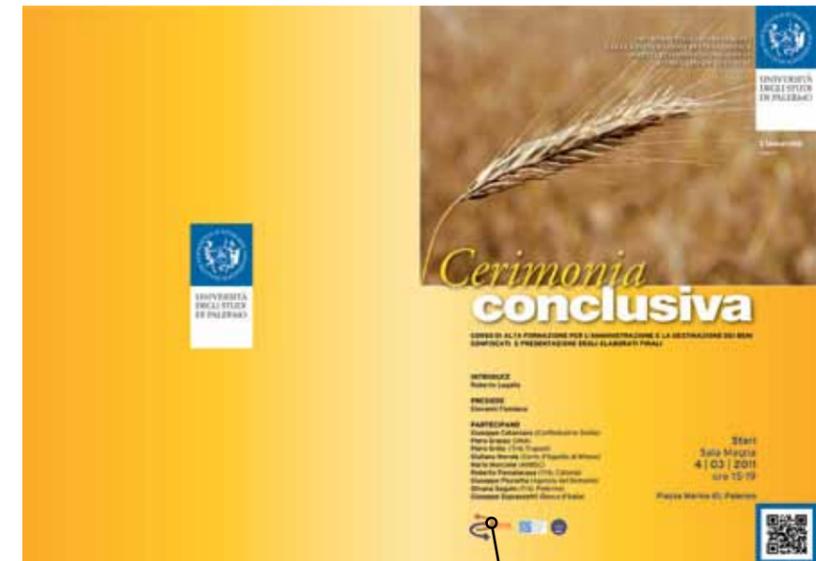
INTERNO



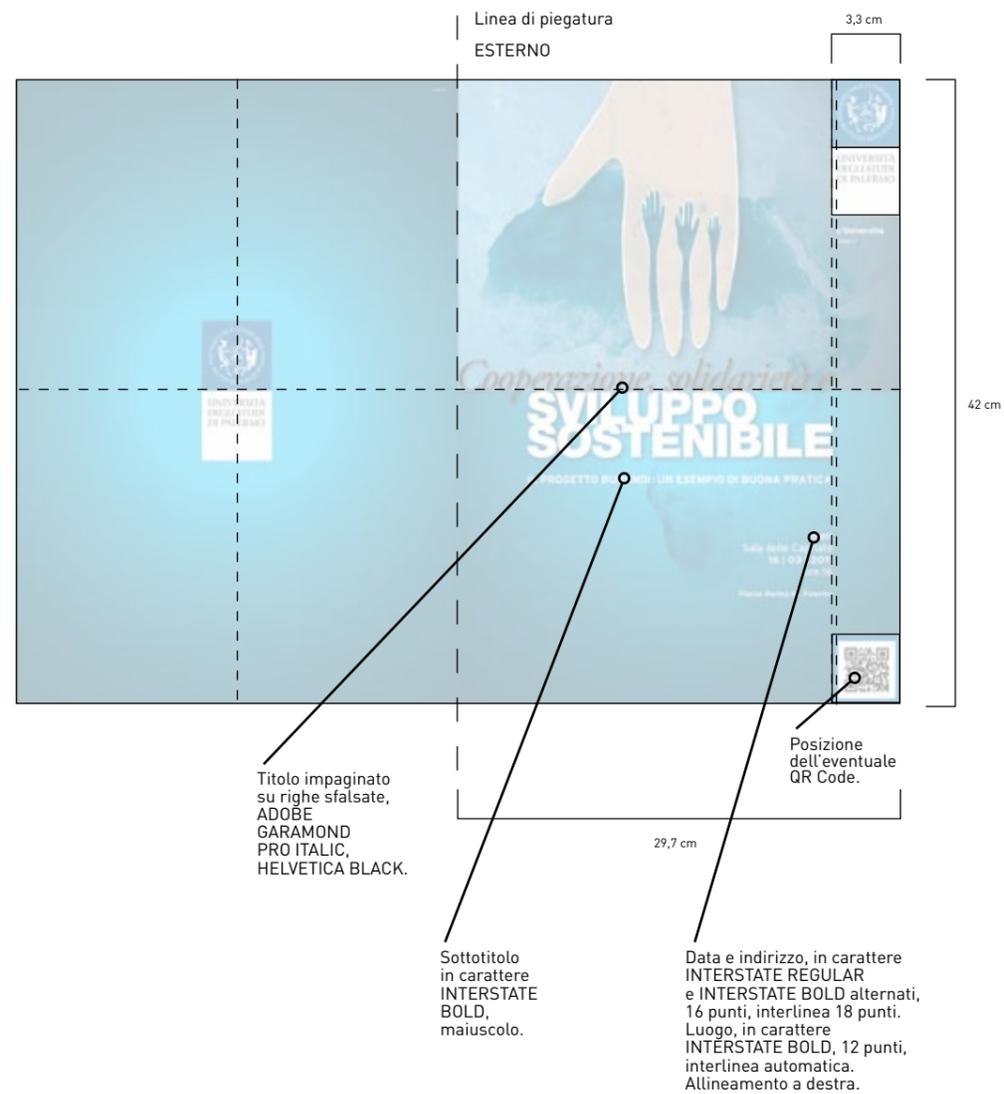
ESTERNO



ALTRI ESEMPI DI CARTELLA



Spazio per eventuale logo partner.



IV.b ALTRI EVENTI IV.b.6 BADGE

Il badge per i partecipanti all'evento è in formato 9x6 cm.



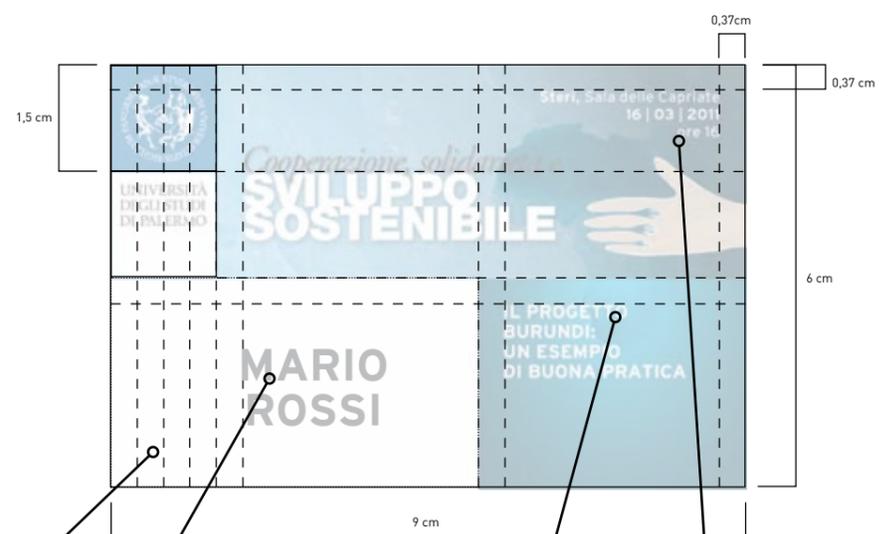
ALTRI ESEMPI DI BADGE



Spazio per eventuale logo partner.



Spazio per eventuale logo partner.



Spazio per etichetta standard 5,2x3 cm.

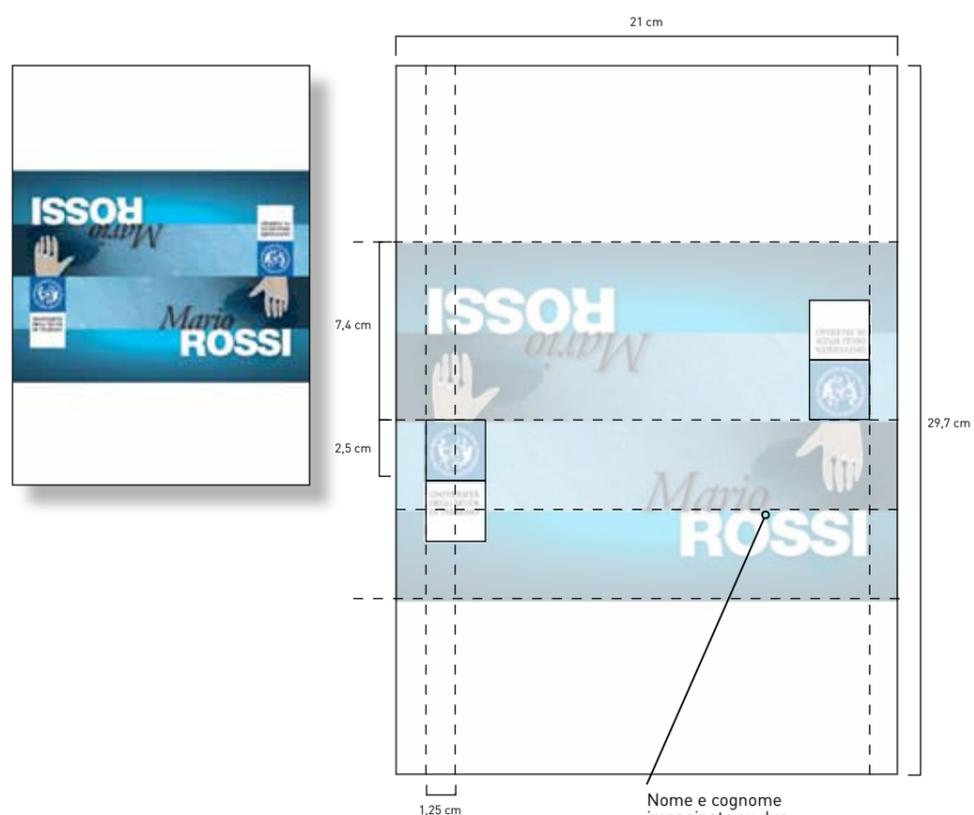
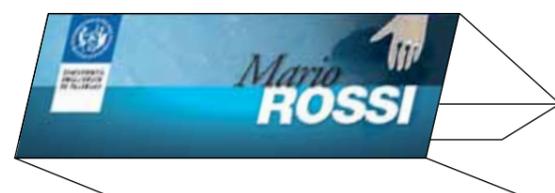
Nome e cognome in carattere INTERSTATE BOLD, 18 punti, interlinea 18 punti, maiuscolo.

Sottotitolo in carattere INTERSTATE BOLD, maiuscolo.

Data e indirizzo, in carattere INTERSTATE REGULAR e INTERSTATE BOLD alternati, 6 punti, interlinea 7 punti. Allineamento a destra.

IV.b ALTRI EVENTI IV.b.7 CAVALIERE

Il cavaliere, che identifica i nomi dei relatori, è in formato UNI A4, 3 pieghe.



Nome e cognome
impaginato su due
righe sfalsate.
Prima riga:
ADOBE GARAMOND
PRO ITALIC
Seconda riga:
HELVETICA BLACK.

ALTRI ESEMPI DI CAVALIERE



IV.b ALTRI EVENTI IV.b.8 RETROFONDALE

Il retrofondale, da collocare alle spalle dei relatori, ha un formato standard di 300x150 cm.



Titolo impaginato su righe sfalsate, ADOBE GARAMOND PRO ITALIC, HELVETICA BLACK.

Sottotitolo in carattere INTERSTATE BOLD, maiuscolo.

Data e indirizzo, in carattere INTERSTATE REGULAR e INTERSTATE BOLD alternati, 150 punti, interlinea 180 punti. Allineamento a destra.

ALTRI ESEMPI DI RETROFONDALE



Spazio per eventuale logo partner.



IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI

IV.c.1 INVITO CARTACEO	pag. IV. 49
IV.c.2 INVITO ELETTRONICO	pag. IV. 51
IV.c.3 LOCANDINA	pag. IV. 52
IV.c.4 PIEGHEVOLE	pag. IV. 54
IV.c.5 CARTELLA	pag. IV. 56
IV.c.6 BADGE	pag. IV. 58
IV.c.7 CAVALIERE	pag. IV. 59
IV.c.8 RETROFONDALE	pag. IV. 60



Nel caso di eventi realizzati in partnership con enti esterni di particolare prestigio, nella realizzazione dei formati grafici si deve tenere conto delle seguenti indicazioni:

1. Per quanto riguarda il marchio dell'Università degli Studi di Palermo, va utilizzata solo la versione a due riquadri affiancati (configurazioni D ed E; vedi pag. I. 10), di volta in volta con e senza payoff a seconda del formato scelto come indicato negli esempi di seguito.

2. Il logo dell'ente partner va inserito accanto a quello dell'Ateneo, seguendo le dimensioni e le posizioni indicate negli esempi di seguito.

3. Nel caso di invito cartaceo, pieghevoli e cartelle, il logo dell'ente partner, analogamente al marchio di Ateneo, va inserito sia sul fronte sia sul retro dell'esterno.

4. Non è vietata l'eventuale applicazione di una texture sullo sfondo. I colori utilizzati negli esempi non sono prescrittivi e possono essere modificati.

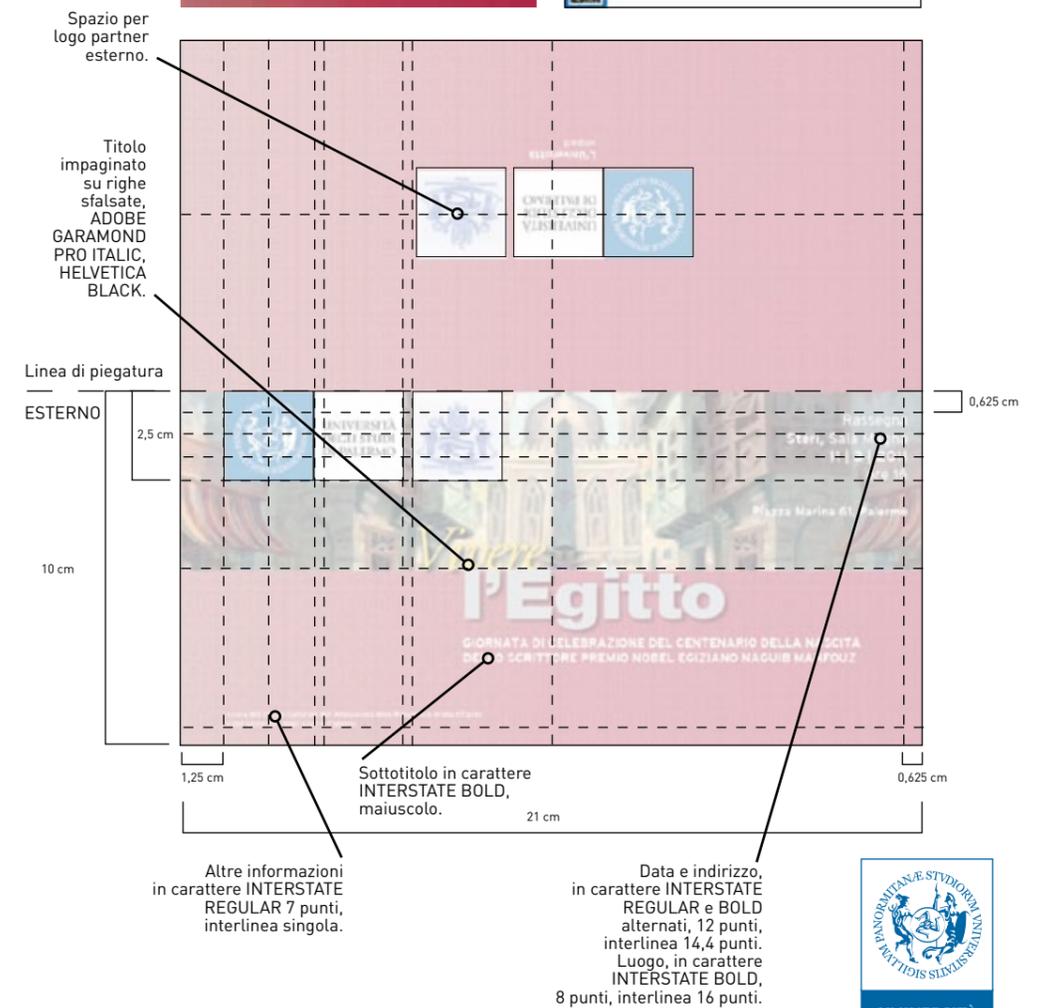
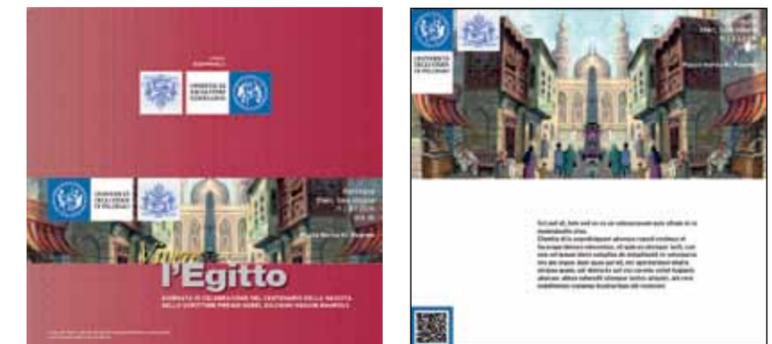
5. La griglia grafica delle locandine, dei badge, dei cavalieri e delle copertine esterne di inviti, brochure-pieghevoli e cartelline va sempre strutturata in due metà, superiore e inferiore, ed eventuali immagini vanno poste solo in quella superiore.

6. La posizione e la proporzione dei logo e degli elementi grafici presenti negli esempi che seguono non vanno alterate.

7. Il QR Code (il codice a barre che può essere letto dagli smartphone e che rimanda al sito internet dell'evento) deve essere collocato in basso a sinistra all'interno degli inviti cartacei e in basso a destra sull'esterno di locandine, pieghevoli e cartelle.

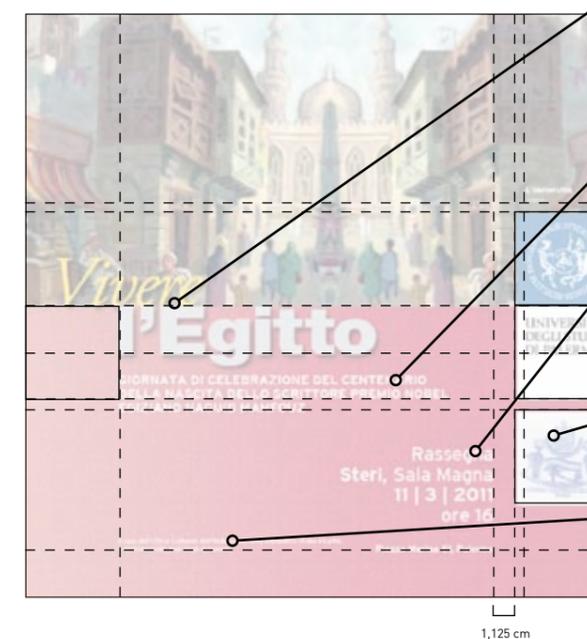
IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI IV.c.1 INVITO CARTACEO

L'invito a due ante, contenente una breve descrizione dell'evento, è in formato chiuso 21x10 cm (aperto 21x20 cm). Stampa in quadricromia bianca e volta.



IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI IV.c.2 INVITO ELETTRONICO

L'invito elettronico, predisposto per l'invio tramite email, ha dimensioni 800x800 pixel, colore RGB.



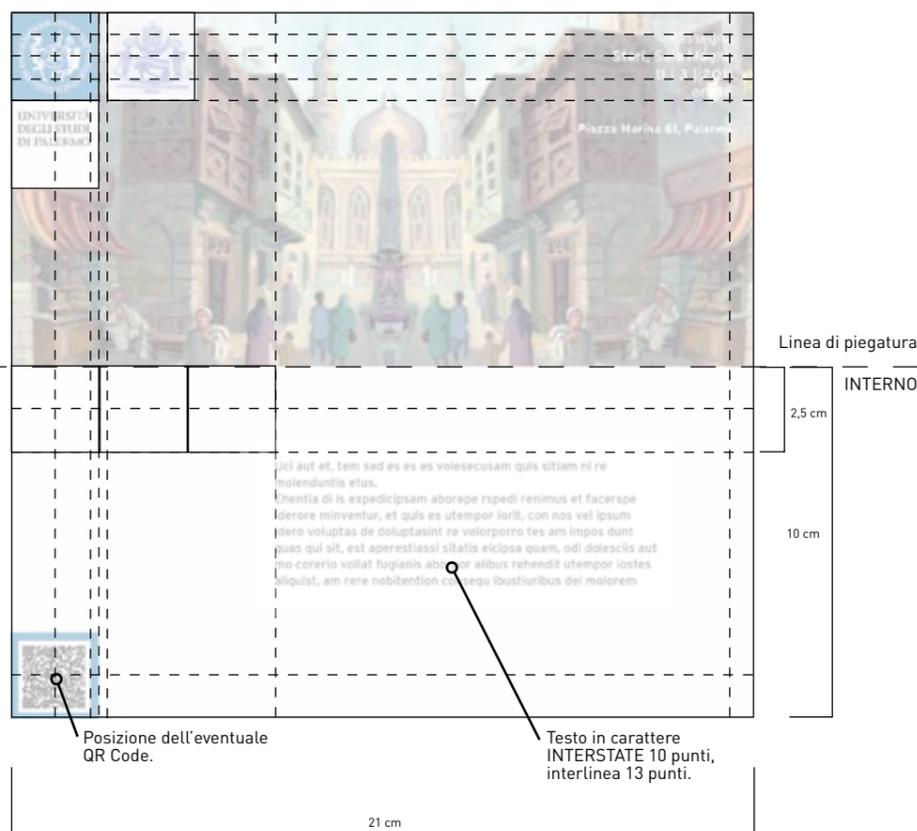
Titolo impaginato su righe sfalsate. ADOBE GARAMOND PRO ITALIC, HELVETICA BLACK.

Sottotitolo in carattere INTERSTATE BOLD, maiuscolo.

Data e indirizzo, in carattere INTERSTATE REGULAR e INTERSTATE BOLD alternati, 26 punti, interlinea 27 punti. Luogo, in carattere INTERSTATE BOLD, 13 punti, interlinea automatica.

Spazio per logo partner esterno.

Altre informazioni in carattere INTERSTATE REGULAR 12 punti, interlinea singola.



Linea di piegatura

INTERNO

2,5 cm

10 cm

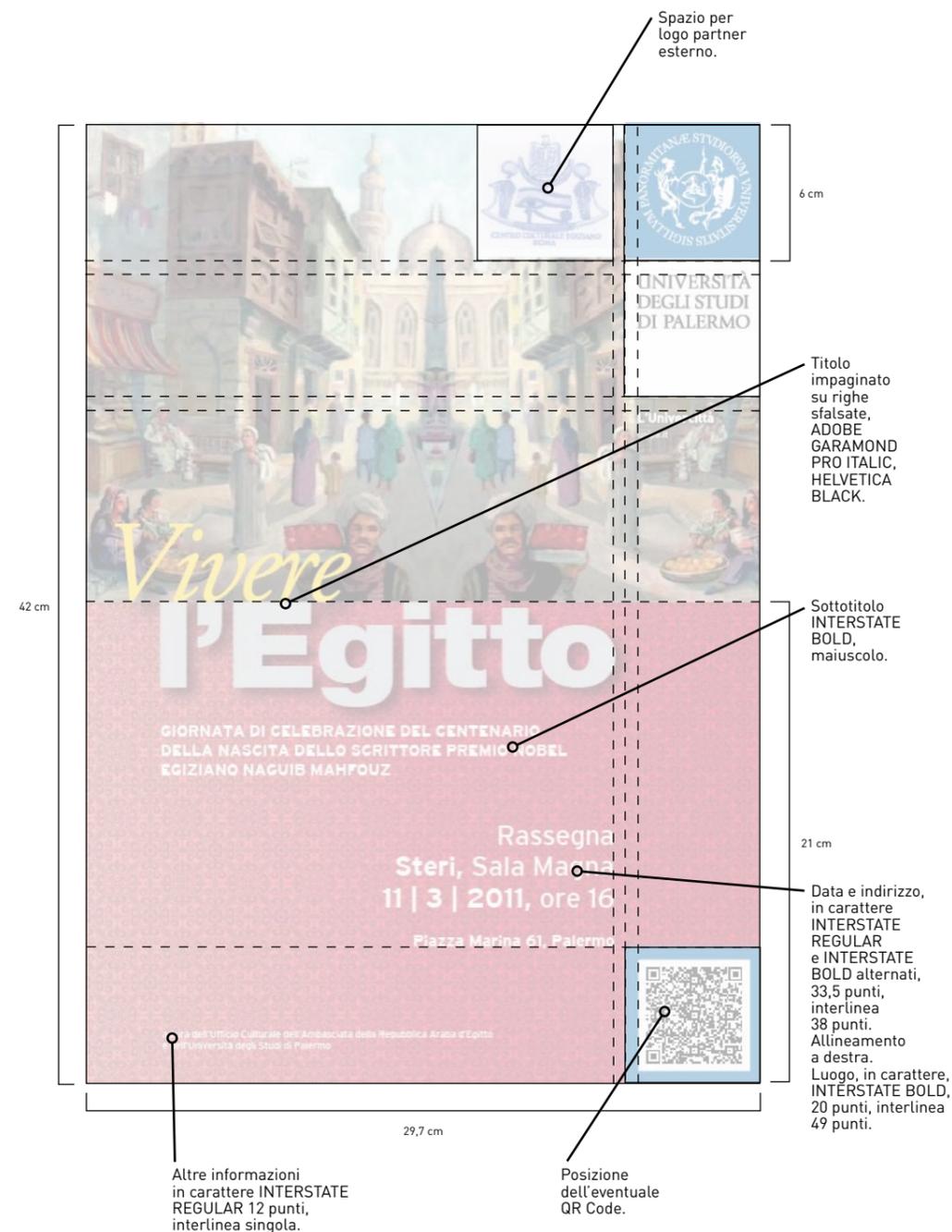
21 cm

Posizione dell'eventuale QR Code.

Testo in carattere INTERSTATE 10 punti, interlinea 13 punti.

IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI IV.c.3 LOCANDINA

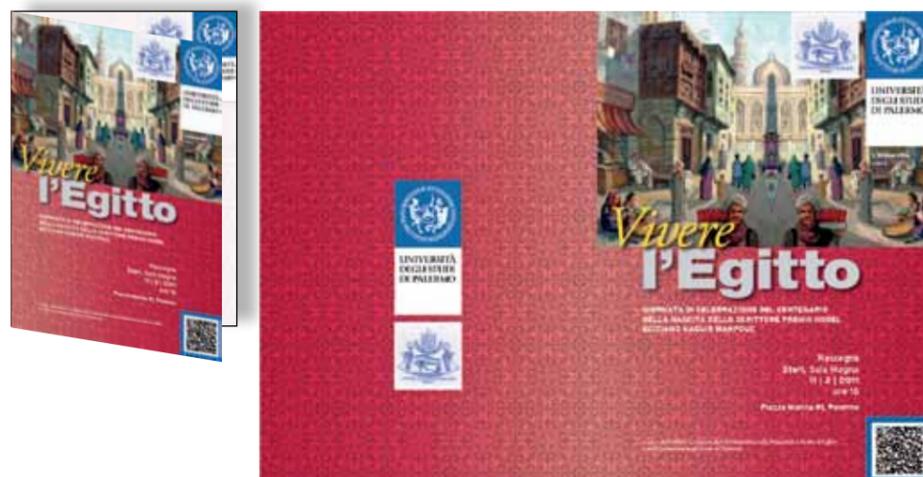
La locandina, che fornisce i dati essenziali dell'evento, è in formato UNI A3.
Stampa in quadricromia.



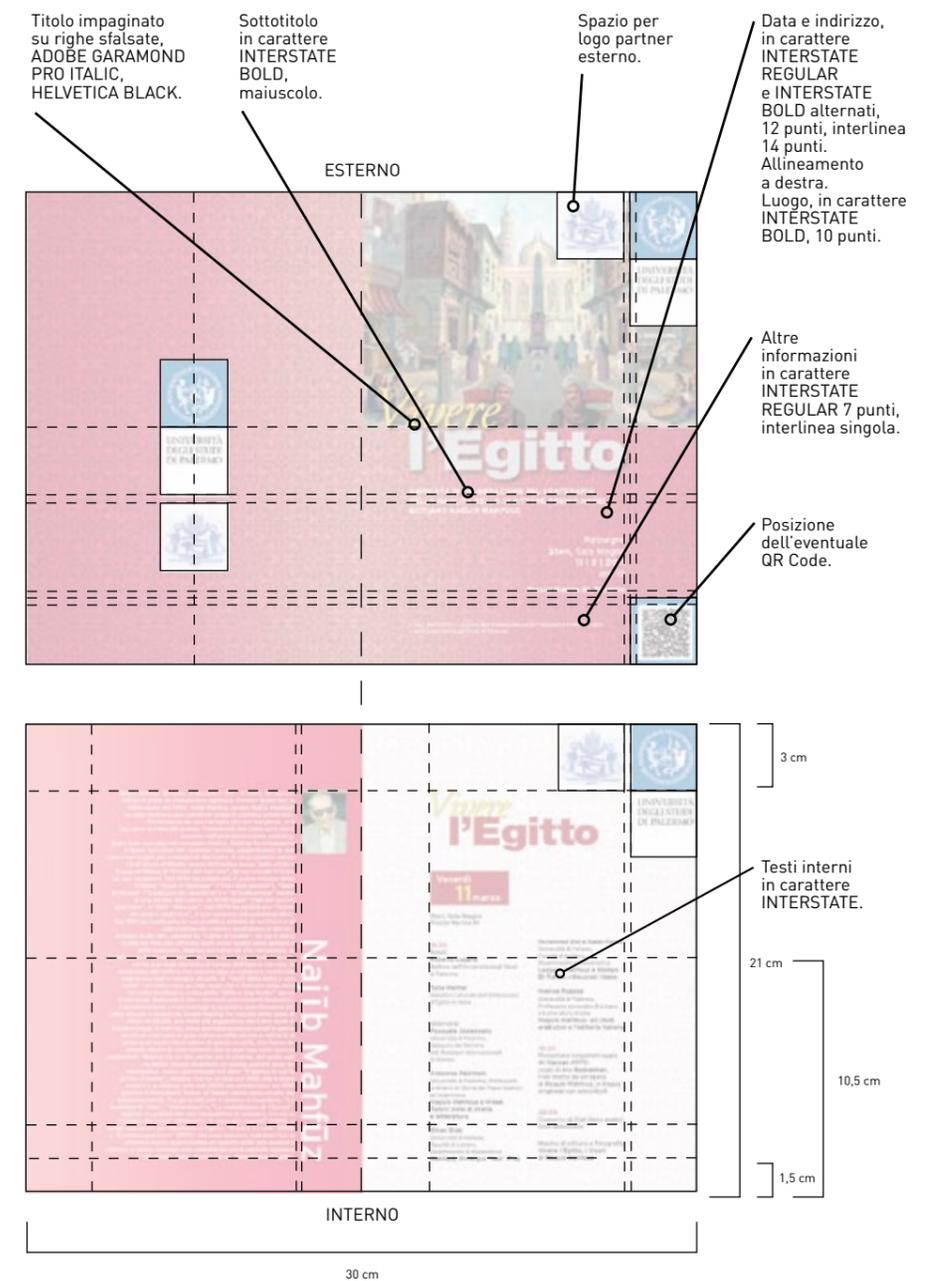
IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI IV.c.4 PIEGHEVOLE

I pieghevoli a due ante, contenenti il programma dettagliato dell'evento, sono in formato chiuso 15x21 cm (aperto 30x21 cm).
Stampa in quadricromia bianca e volta.

ESTERNO



INTERNO



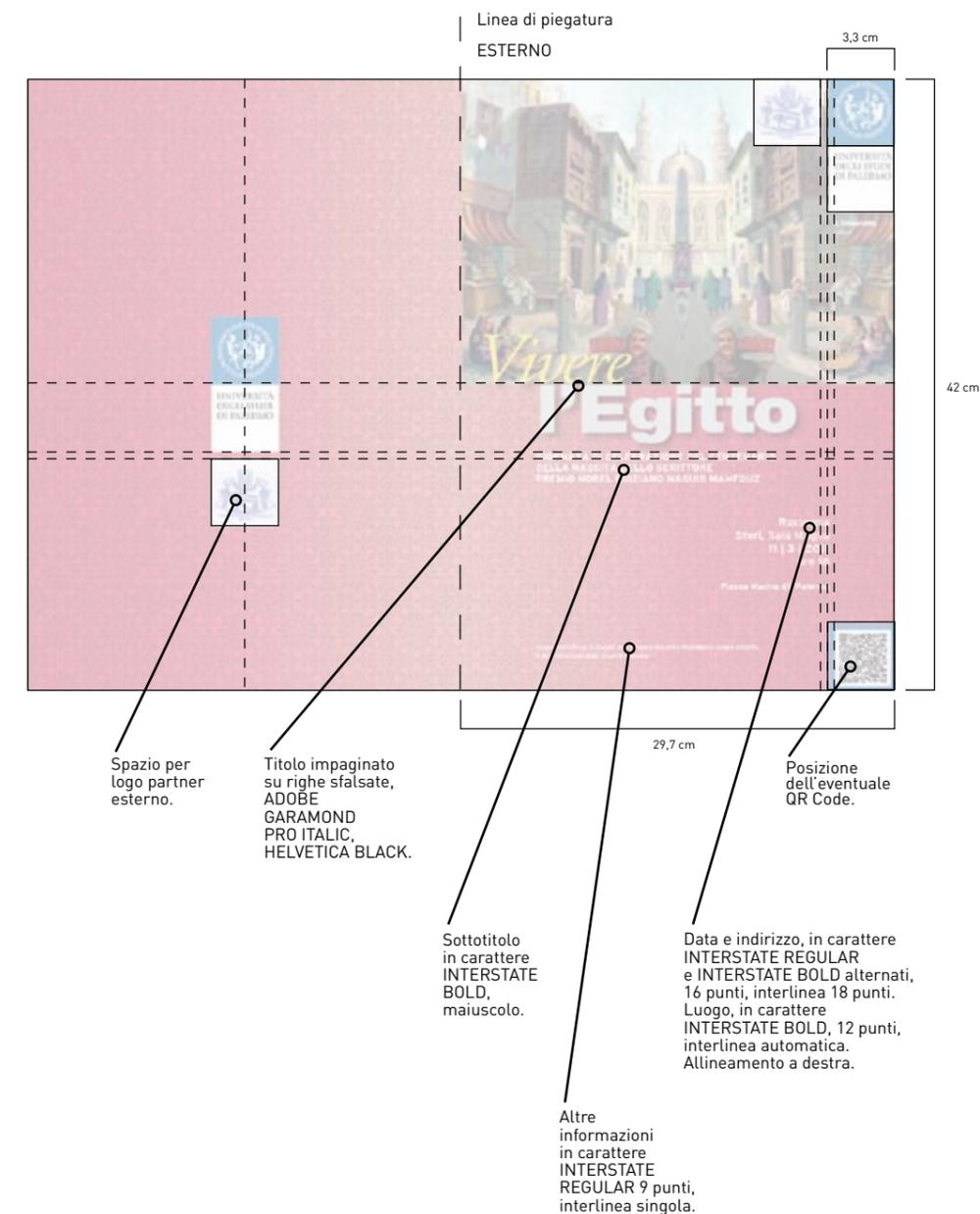
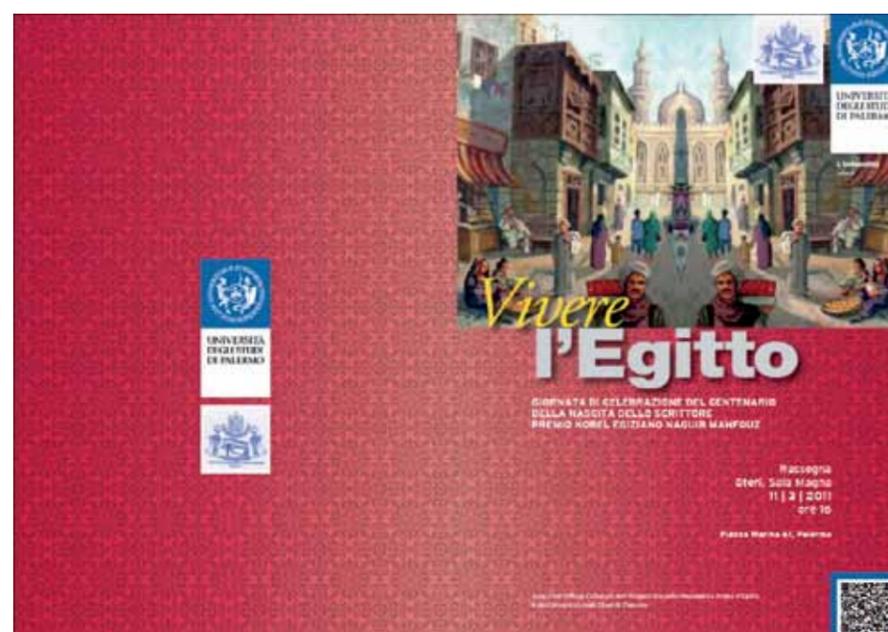
IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI

IV.c.5 CARTELLA

La cartella a due ante, che serve a contenere documenti e materiali utili per l'evento, è in formato chiuso UNI A3 (aperto UNI A2).

Stampa in quadricromia.

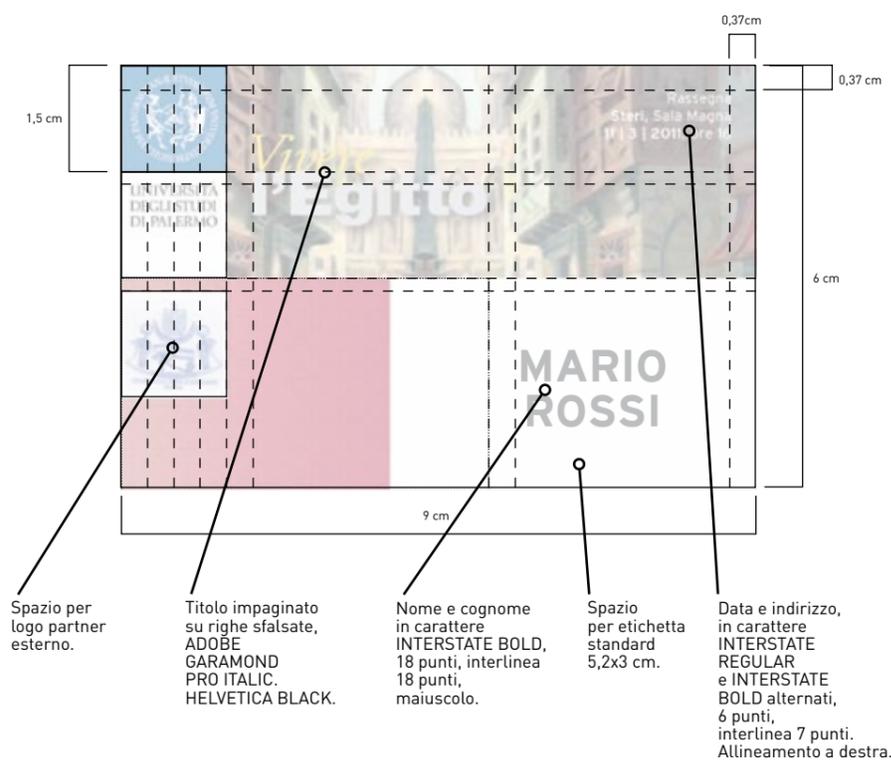
ESTERNO



IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI

IV.c.6 BADGE

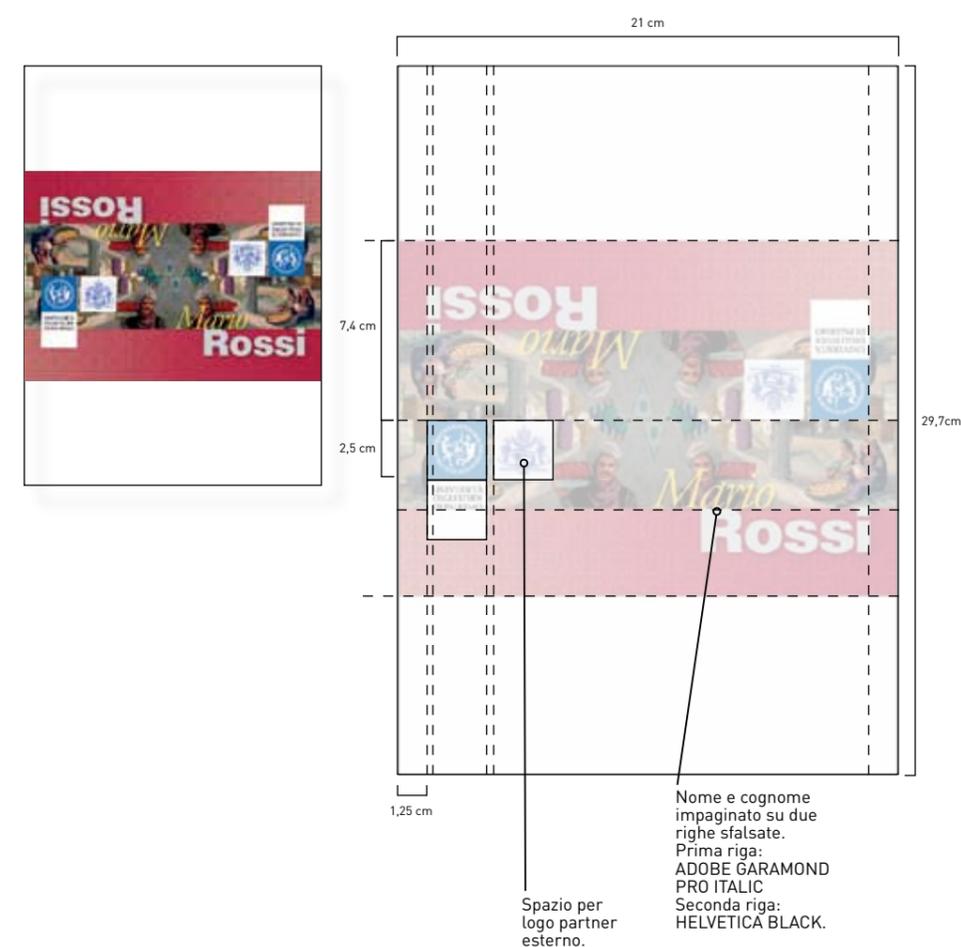
Il badge per i partecipanti all'evento è in formato cm 9x6.



IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI

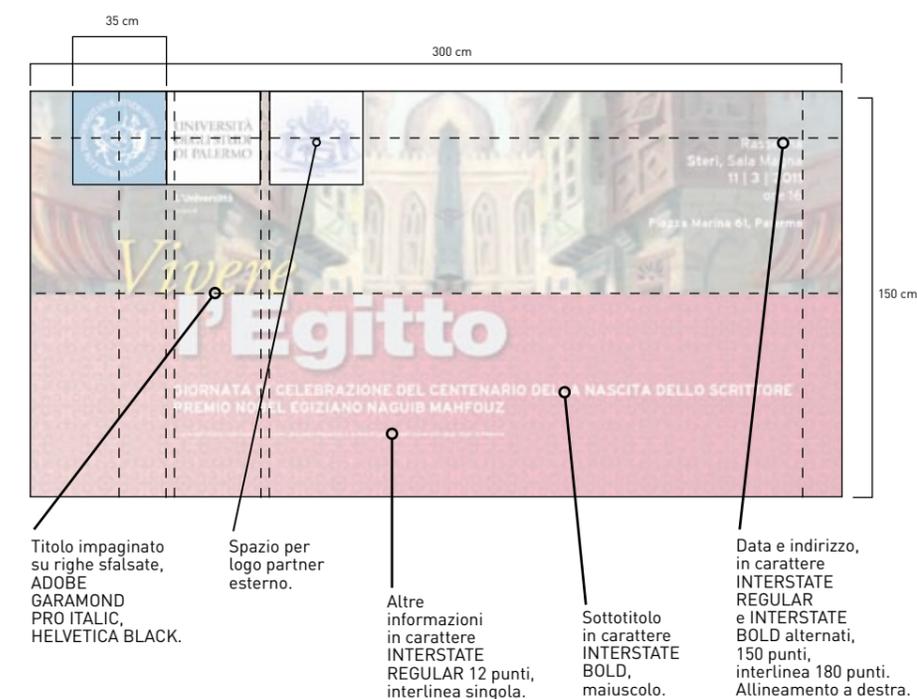
IV.c.7 CAVALIERE

I cavalieri, che identificano i nomi dei relatori, sono in formato UNI A4, 3 pieghe.



IV.c EVENTI CON PARTNER ESTERNI IV.c.8 RETROFONDALE

Il retrofondale, da collocare alle spalle dei relatori, ha un formato standard di 300x150 cm.



IV.d RASSEGNE
IV.d.1 UNIVERCITÀ INFESTIVAL

pag. IV. 67

Per realizzare i materiali comunicativi delle rassegne organizzate dall'Ateneo, di cui di seguito sono presentati gli esempi di due edizioni di *Univercittà inFestival*, sono valide le seguenti indicazioni:

1. Per quanto riguarda il marchio d'Ateneo, va scelta e applicata in maniera uniforme su tutti i supporti grafici utilizzati una tra le configurazioni A, D o E (vedi pag. I. 10).
2. Se presente, il logo specifico della rassegna (*Univercittà inFestival*) va sempre affiancato al marchio d'Ateneo secondo le dimensioni e le posizioni indicate negli esempi.
3. La posizione e le proporzioni del marchio e, in generale, la struttura complessiva dei layout grafici mostrate negli esempi che seguono non possono essere alterate. I colori non sono prescrittivi e possono essere modificati.
4. I logo di eventuali partner o sponsor e il QR Code (il codice a barre che può essere letto dagli smartphone e che rimanda alla pagina internet dell'evento) devono trovarsi nelle posizioni indicate negli esempi riportati di seguito.

IV.d RASSEGNE

IV.d.1 UNIVERCITÀ INFESTIVAL

Il pieghevole a due ante, contenente il programma dell'evento, è in formato chiuso 15x21 cm (aperto 30x21 cm).

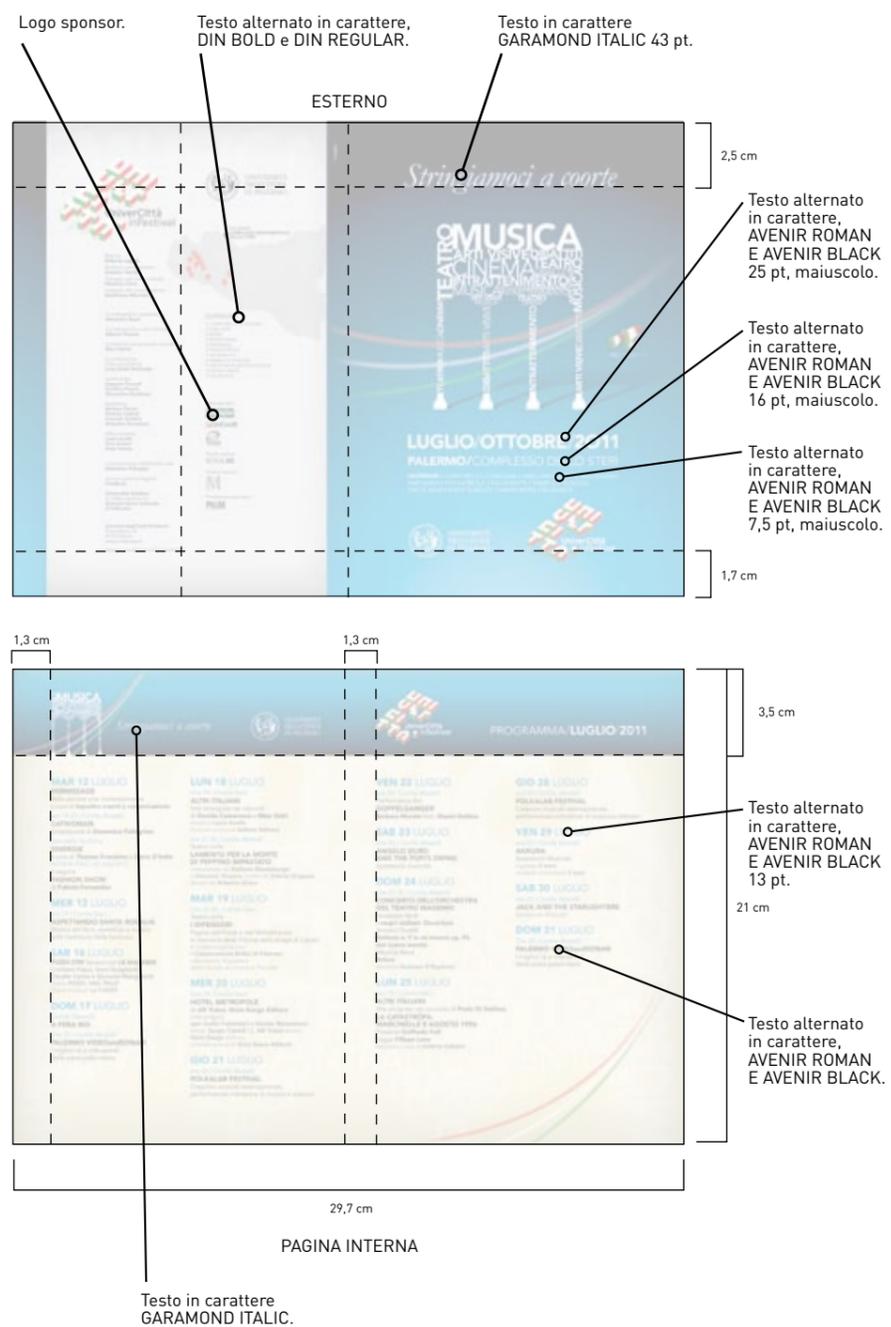
Stampa in quadricromia bianca e volta.

PIEGHEVOLE

ESTERNO



INTERNO

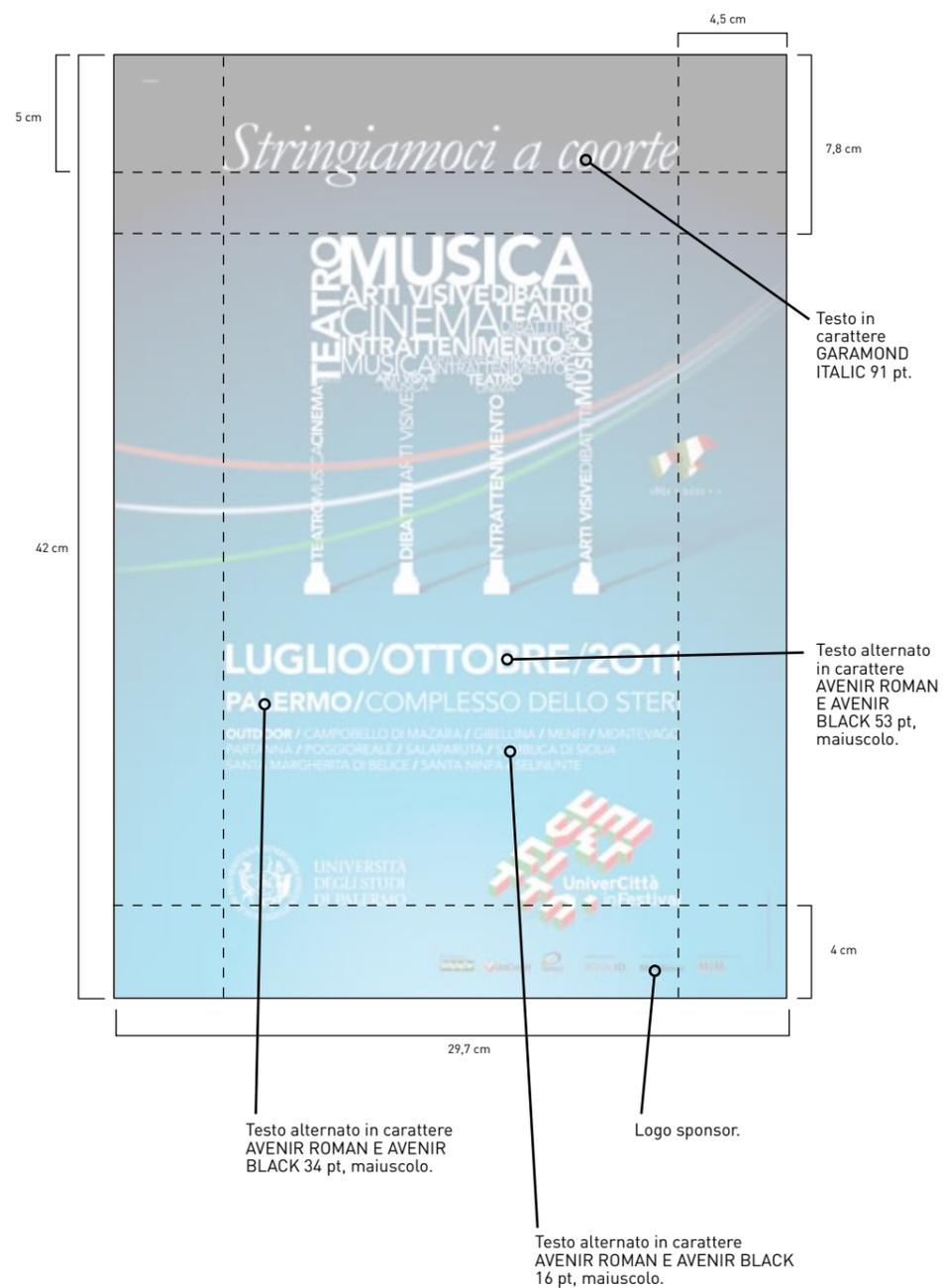


La locandina, che fornisce i dati essenziali dell'evento, è in formato UNI A3. Stampa in quadricromia.

LOCANDINA



FORMATI GRAFICI PER EVENTI



Sezione V COLLANA EDITORIALE



V.a	PUBBLICAZIONE RILEGATA (formato A4)	pag. V. 5
V.b	PUBBLICAZIONE RILEGATA (formato A5)	pag. V. 10
V.c	BOX CON SCHEDE AD ANELLI	pag. V. 15

V.a PUBBLICAZIONE RILEGATA (formato A4)

La pubblicazione in formato UNI A4 della collana editoriale d'Ateneo comprende le pagine interne il cui numero è da definire in base alle esigenze, la copertina e il retro.

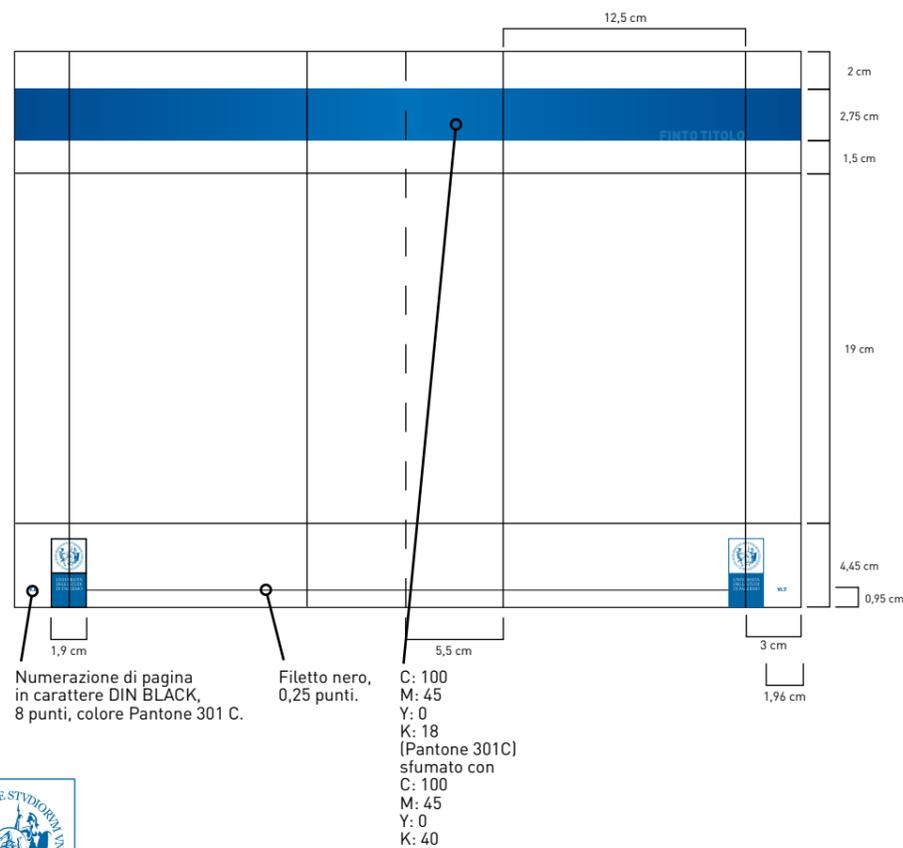
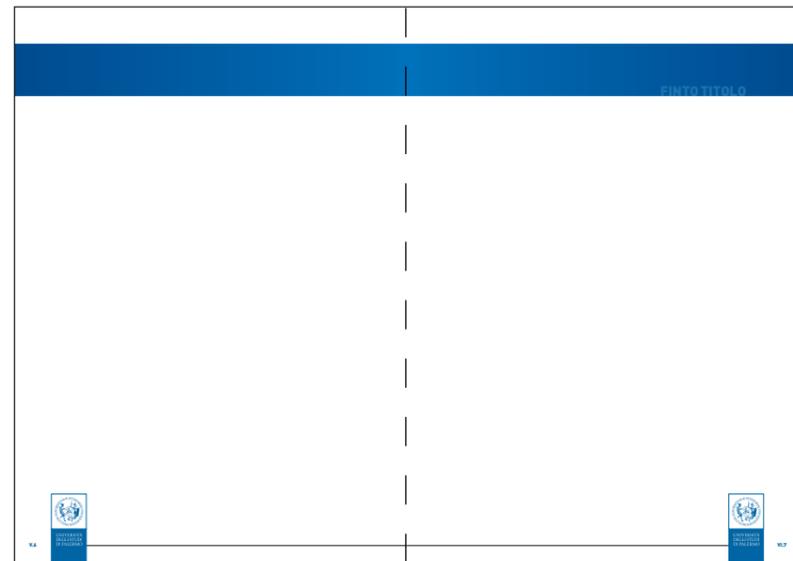
Le pagine interne sono stampate in quadricromia su carta patinata opaca da 100 gr.

La copertina e il retro, invece, su carta patinata da 300 gr. plastificata opaca. Rilegatura brossurata. Stampa in quadricromia.

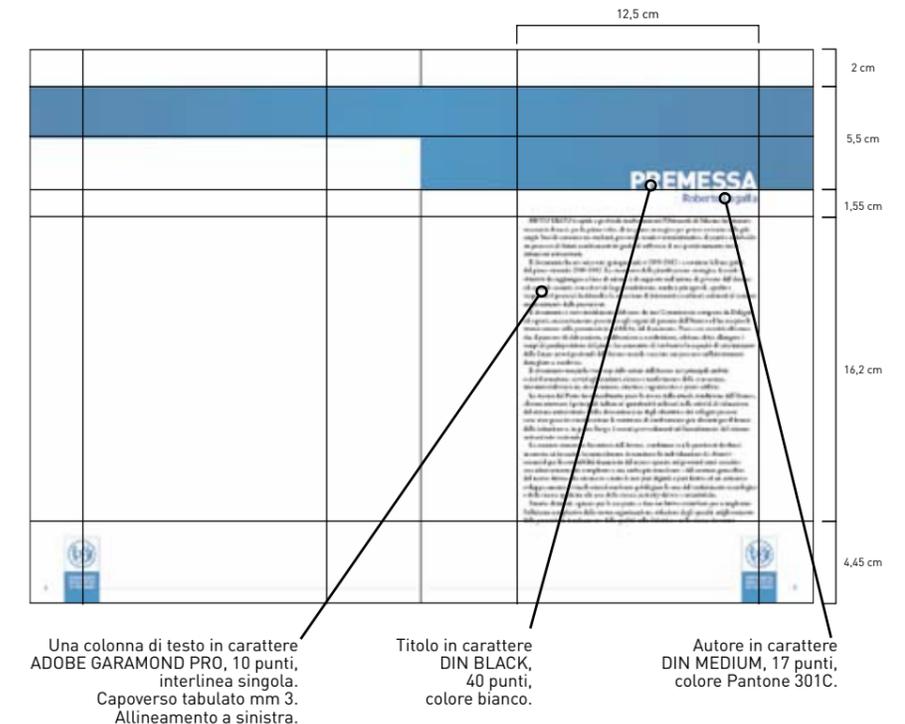
Si raccomanda di applicare le indicazioni per la griglia di impaginazione fornite qui di seguito e di non variare né i colori né il marchio (configurazione D per il piè di pagina e configurazione A con il pay off per la copertina; vedi pag. I. 10).



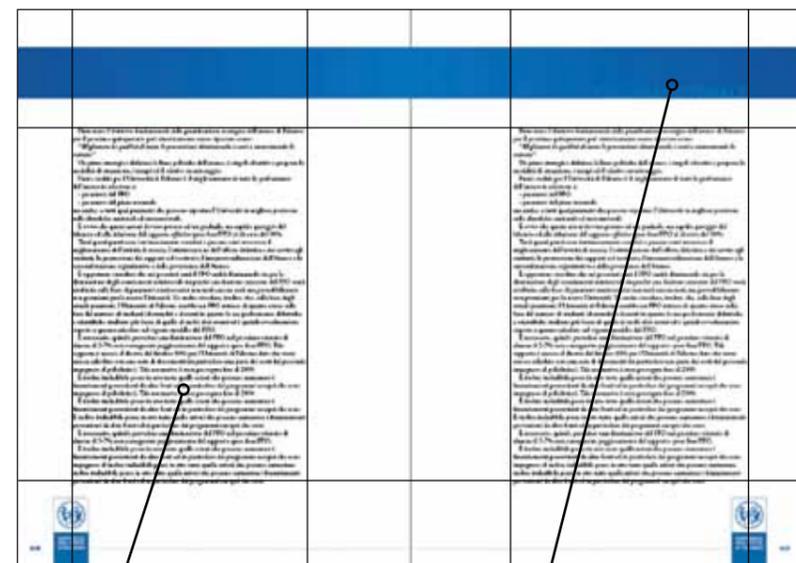
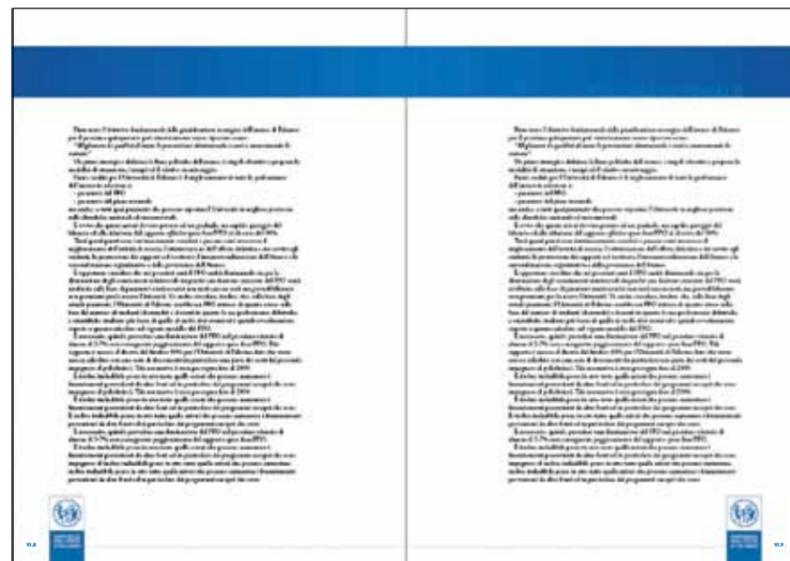
GRIGLIE DELLE PAGINE



PAGINE INTERNE



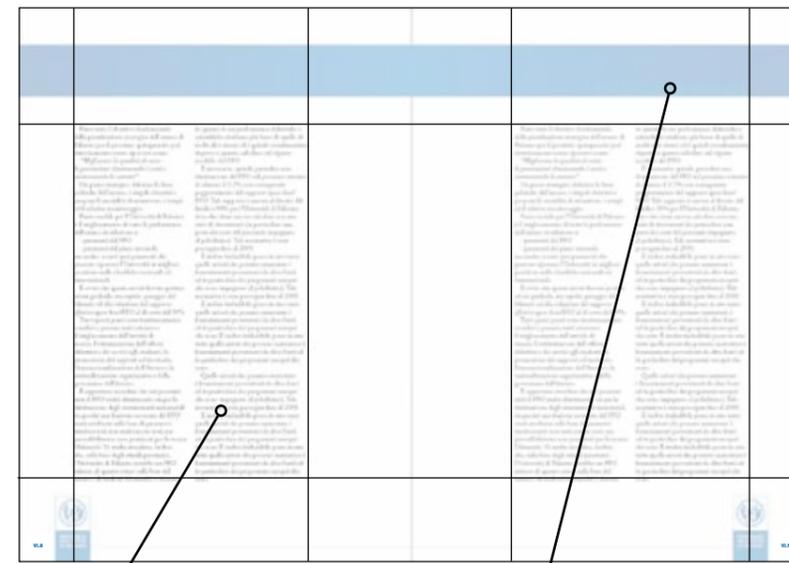
PAGINE INTERNE



Una colonna di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 10 punti, interlinea singola. Capoverso tabulato 3 mm. Allineamento a sinistra.

Titolo sezione in carattere DIN BLACK, 24 punti, interlinea singola, colore Pantone 301C, trasparenza 90%.

PAGINE INTERNE



Due colonne di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 10 punti, interlinea singola. Capoverso tabulato 3 mm. Spazio tra le colonne 4,3 mm. Allineamento a sinistra.

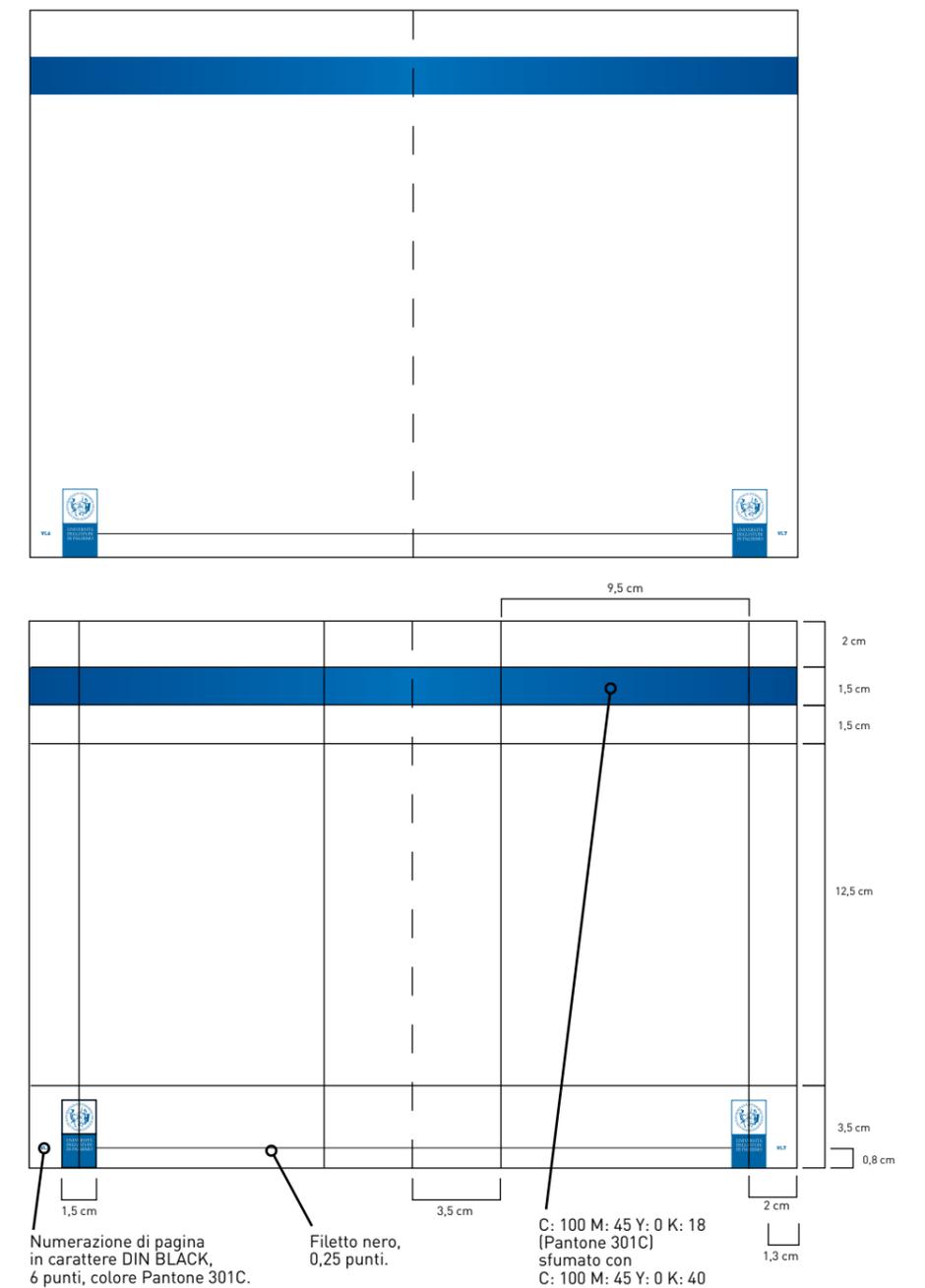
Titolo sezione in carattere DIN BLACK, 24 punti, interlinea singola, colore Pantone 301C, trasparenza 90%.

V.b PUBBLICAZIONE RILEGATA (formato A5)

La pubblicazione in formato UNI A5 della collana editoriale d'Ateneo comprende le pagine interne il cui numero è da definire in base alle esigenze, la copertina e il retro.
 Le pagine interne sono stampate in quadricromia su carta patinata opaca da 100 gr.
 La copertina e il retro, invece, su carta patinata da 300 gr. plastificata opaca. Rilegatura brossurata. Stampa in quadricromia.
 Si raccomanda di applicare le indicazioni per la griglia di impaginazione fornite qui di seguito e di non variare né i colori né il marchio (configurazione D per il piè di pagina e configurazione A con il pay off per la copertina; vedi pag. I. 10).



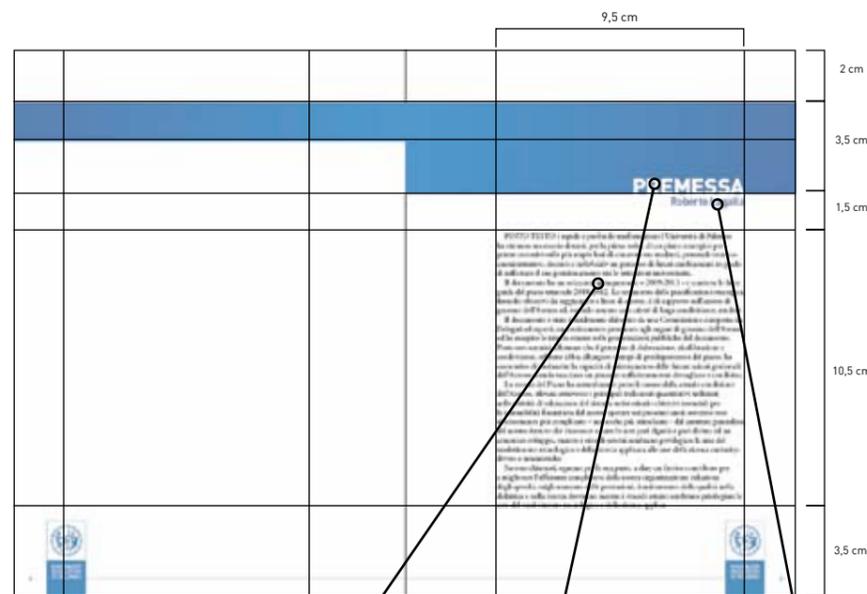
GRIGLIE DELLE PAGINE



PAGINE INTERNE



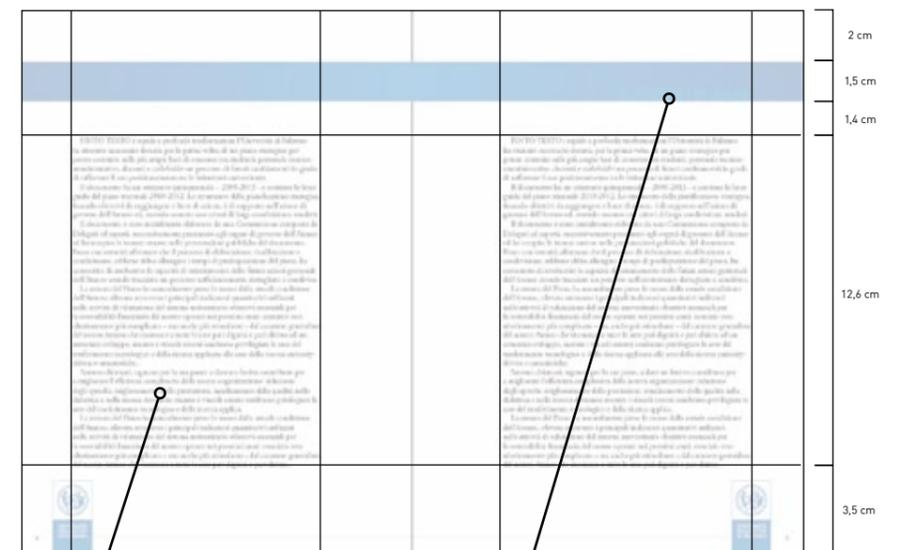
PAGINE INTERNE



Una colonna di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 8,5 punti, interlinea singola. Capoverso tabulato 3 mm. Allineamento a sinistra.

Titolo in carattere DIN BLACK, 25 punti, colore bianco.

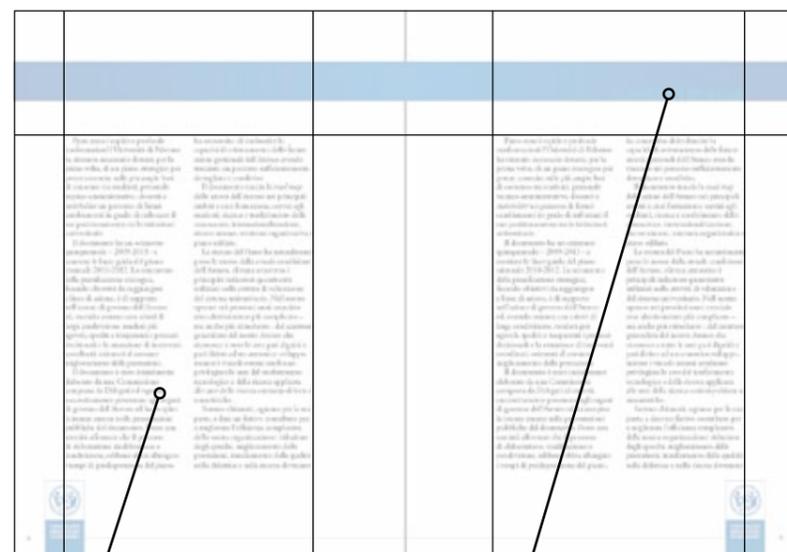
Autore in carattere DIN MEDIUM, 12 punti, colore Pantone 301C.



Una colonna di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 8,5 punti, interlinea 10 punti. Capoverso tabulato 3 mm. Allineamento a sinistra.

Titolo sezione in carattere DIN BLACK, 18 punti, interlinea singola, colore Pantone 301C, trasparenza 90%.

PAGINE INTERNE



Due colonne di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 8,5 punti, interlinea 10 punti. Capoverso tabulato 3 mm. Allineamento a sinistra.

Titolo sezione in carattere DIN BLACK, 18 punti, interlinea singola, colore Pantone 301C, trasparenza 90%.

V.c BOX CON SCHEDE AD ANELLI

Il box ad anelli, con anima in cartone, è in formato aperto 48x32 cm con 2 cm di dorsetto, formato chiuso 23x32 cm. Stampato in quadricromia.

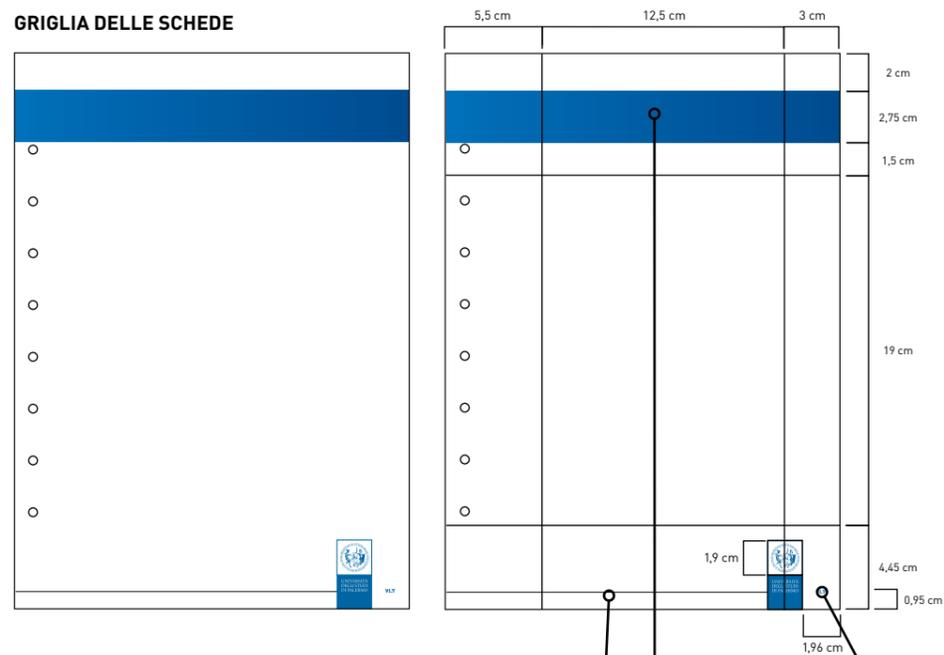
L'entità del dorsetto può variare a seconda della quantità delle schede.

Le schede sono in formato UNI A, forate dal lato interno ad una distanza di 1 cm, stampate su carta patinata opaca da 100 gr., in quadricromia.

Si raccomanda di applicare le indicazioni per la griglia di impaginazione fornite qui di seguito e di non variare né i colori né il marchio (configurazione D per il piè di pagina e configurazione A con il pay off per la copertina; vedi pag. I. 10).



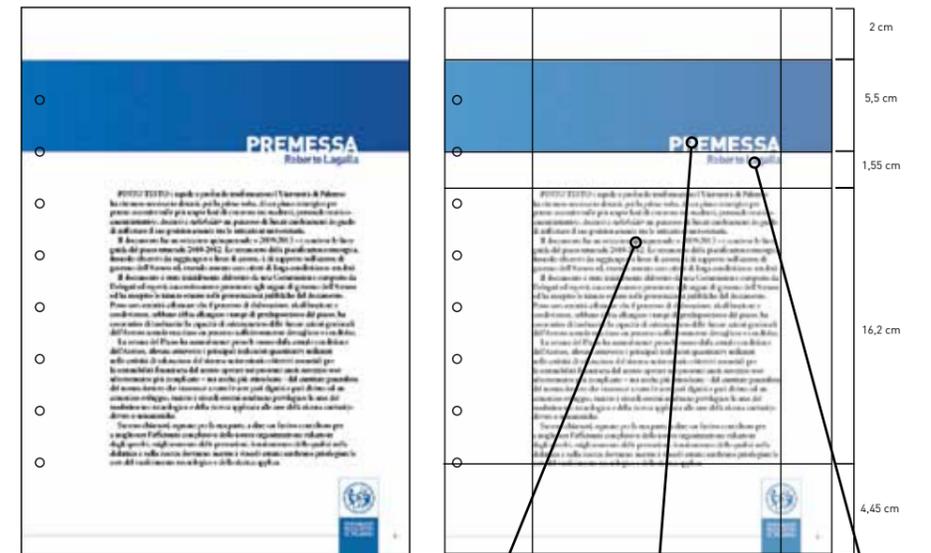
GRIGLIA DELLE SCHEDE



Filetto nero, 0,25 punti.
 Numerazione di pagina in carattere DIN BLACK, 8 punti, colore Pantone 301C.

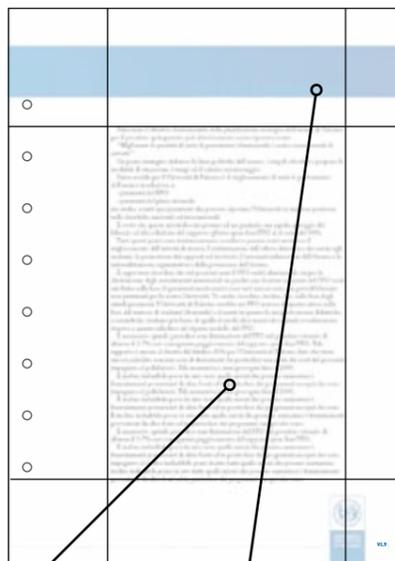
C: 100 M: 45 Y: 0 K: 18 (Pantone 301 C) sfumato con
 C: 100 M: 45 Y: 0 K: 40

SCHEDE AD ANELLI

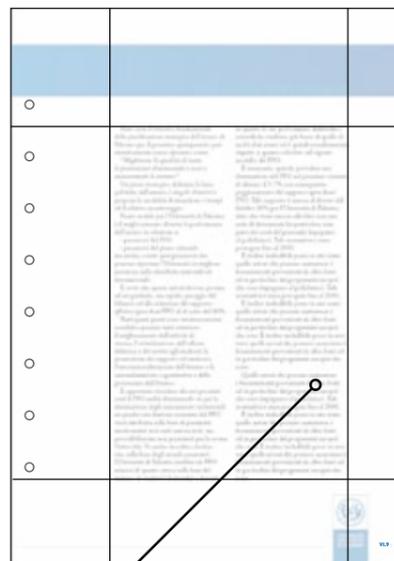


Una colonna di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 8,5 punti, interlinea singola. Capoverso tabulato 3 mm. Allineamento a sinistra.
 Titolo in carattere DIN BLACK, 25 punti, colore bianco.
 Autore in carattere DIN MEDIUM, 12 punti, colore Pantone 301C.

SCHEDE AD ANELLI



Una colonna di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 10 punti, interlinea singola. Capoverso tabulato 3 mm. Allineamento a sinistra.



Titolo sezione in carattere DIN BLACK, 24 punti, interlinea singola, colore Pantone 301C, trasparenza 90%.

Due colonne di testo in carattere ADOBE GARAMOND PRO, 10 punti, interlinea singola. Capoverso tabulato 3 mm. Spazio tra le colonne 4,3 mm. Allineamento a sinistra.

Sezione VI
WEB



VI.a	HOME PAGE DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO	pag. VI. 9
VI.b	HOME PAGE DELLE FACOLTÀ	pag. VI. 13
VI.c	HOME PAGE DEI DIPARTIMENTI	pag. VI. 19



Il nuovo layout del sito web dell'Università di Palermo si inserisce in un progetto più ampio di ripensamento della presenza dell'ateneo nella rete e in un ancor più generale sforzo di cambiamento e ridefinizione identitaria dell'intero ente universitario. Agire sul versante della comunicazione online significa affrontare la questione dell'identità dell'ateneo al cuore, dato che è proprio sui nuovi media che l'istituzione deve sforzarsi di riproporsi per intero, di presentarsi e rendersi permeabile alle aspettative dei vari pubblici, di erogare i propri servizi nel modo più semplice e immediato ai propri utenti.

Per raggiungere questi obiettivi, il nuovo progetto di comunicazione web dell'ateneo palermitano, oltre che alle indicazioni legislative riguardanti la presenza sul web delle organizzazioni pubbliche, si è ispirato ai principi della comunicazione web 2.0, mettendo al centro della propria identità la comunità di utenti che quotidianamente utilizza il sito come piattaforma di relazione, sposando gli standard di accessibilità e la logica del nascente web semantico.

Assi fondamentali del nuovo sito web sono:

L'adozione di un layout unico per le pagine del sito internet, customizzabile per tipologia di area funzionale (facoltà, dipartimenti, amministrazione etc.).

L'adozione di un unico motore di gestione dei contenuti, attraverso cui tutte le informazioni e le notizie pubblicate sul sito possono essere trattate con un'alfabetizzazione informatica minima e senza la necessità di utilizzare codice informatico.

La navigabilità e accessibilità delle informazioni per compiti e per funzioni. Alla logica funzionale (organigramma amministrativo), che ha costituito fino ad oggi l'unico criterio di navigabilità del sito di ateneo, è stata affiancata un'articolazione dei contenuti per compiti, riproponendo, all'interno di veri e propri percorsi di navigazione, quick links e approfondimenti in funzione dell'obiettivo da raggiungere (immatricolarsi, iscriversi a una scuola di formazione, orientarsi nel percorso di studi etc.), facilitando il reperimento delle informazioni necessarie.

La centralità degli studenti e delle tematiche relative alla mission di formazione e ricerca dell'università nell'articolazione dei contenuti dell'intero sito internet, scegliendo di veicolare i contenuti di comunicazione interna e le attività non centrali rispetto a questo criterio in secondo piano.



La creazione di reti intranet targettizzate per tipologia di utente, accessibili attraverso un login unico, che integrano contributi informativi e redazionali a procedure, applicazioni ed erogazione specifica di servizi.

L'immediata consultabilità degli archivi informativi dell'ateneo, con una pagina di ricerca nel sito in grado di gestire l'anagrafica delle persone e degli uffici attivi oltre che gli argomenti e i contenuti erogati nel tempo.

L'adozione di servizi di social networking e di applicazioni a supporto (per esempio google maps) che possano contribuire a migliorare la qualità delle informazioni fornite e l'esperienza d'uso del sito stesso.

La presentazione che segue, in linea con gli obiettivi del presente volume, riguarda il trattamento grafico del layout del nuovo sito e offre un outlook generale ma parziale e in progress sull'articolazione dei contenuti prevista dal progetto di revisione generale della comunicazione web. Tale progetto è attualmente in fase di definizione e si propone come esempio di pianificazione partecipata rivolto a tutti i soggetti che a vario titolo concorrono al disegno del cambiamento dell'ateneo palermitano.

Il layout grafico dei siti web di tutte le strutture dell'Ateneo, comprese le Facoltà e i Dipartimenti, presenta alcuni elementi comuni che mirano ad armonizzare e rendere coerente, a tutti i livelli, l'identità dell'Università degli Studi di Palermo. Nello specifico, gli elementi fissi sono:

1. La header (o testata) che comprende il sigillo di Ateneo e la dicitura "Università degli Studi di Palermo" e, nel caso dei siti di Facoltà o di Dipartimento, il nome della singola struttura.

2. Il menu principale di navigazione (top menu) comune a tutti i siti del dominio unipa.it, posto in alto, in posizione centrale sotto la header.

3. Il footer, che riporta i recapiti e i riferimenti dell'Università degli Studi di Palermo e i contatti del Sistema Informativo di Ateneo (SIA).

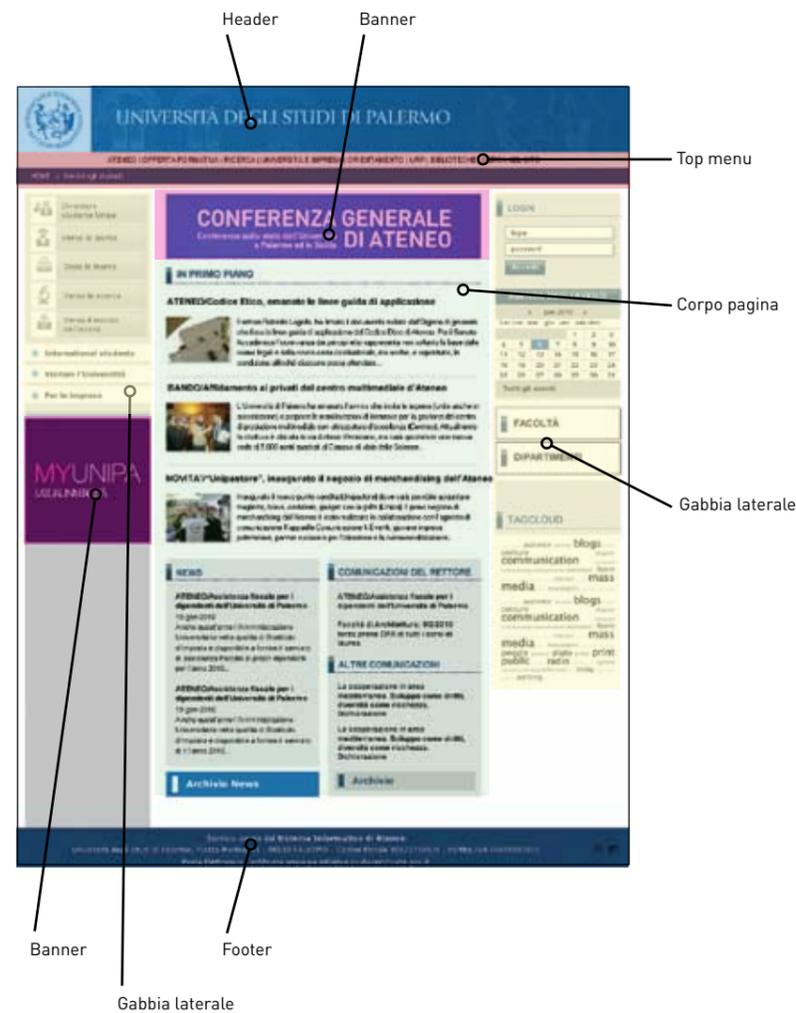
Si precisa che l'architettura dei contenuti qui presentata ha un valore puramente indicativo ed è suscettibile di eventuali modifiche, a differenza del layout grafico di cui viene illustrata la versione definitiva.



VI.a HOME PAGE DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

La struttura dell'home page dell'Università degli Studi di Palermo comprende i seguenti elementi: la header/testata, il top menu, il corpo pagina, due gabbie laterali, il footer e due banner.





HEADER E TOP MENU

La header è suddivisa in due parti e riporta, sulla sinistra, il sigillo dell'Ateneo in blu su fondo bianco e, sulla destra, "Università degli Studi di Palermo" in bianco su una texture blu.

Sotto la header, in posizione centrale rispetto alla pagina, si trova il menu principale di navigazione, che rimane fisso in tutti i siti del dominio unipa.it. Il menu è organizzato **per funzioni**, in modo da consentire un accesso rapido all'organizzazione generale dell'Università, e comprende le seguenti voci: "Ateneo" (presenta luoghi e sedi, organi di governo e uffici amministrativi), "Offerta formativa" (illustra corsi di studio e alta formazione), "Ricerca" (sull'attività scientifica dell'Ateneo e i suoi risultati), "Università e Impresa" (rivolto ad aziende e agli studenti in cerca opportunità di stage), "Orientamento", "Urp" e "Biblioteche" (conducono ai servizi delle rispettive strutture), "Cerca nel sito" (permette di effettuare ricerche nel sito per persone, strutture e argomenti, tramite anagrafe centralizzata).

CORPO PAGINA E GABBIE LATERALI

Il corpo pagina centrale è suddiviso in tre sezioni: le prime due, "In primo piano" e "News", riportano le notizie sulle principali attività che si svolgono in Ateneo; la terza, organizzata in "Comunicazioni del Rettore" e "Altre Comunicazioni", è dedicata a informazioni di carattere più istituzionale.

La gabbia laterale di sinistra contiene un menu di *quick links*, ovvero di link rapidi che, raggruppando in maniera unitaria informazioni già presenti in varie aree del sito, seguono una logica **per compiti**. Si tratta di cinque *percorsi* informativi basilari ("Diventare studente Unipa", "Verso la laurea", "Dopo la laurea", "Verso la ricerca", "Verso il mondo del lavoro") che permettono un accesso immediato a informazioni su procedure, attività e offerta formativa dell'Università. Nella medesima gabbia si trovano i *quick links* "International Students" (dedicato agli studenti stranieri), "Visitare l'Univercittà" (che presenta i luoghi e i beni di valore dell'Ateneo e aggiorna sugli eventi aperti alla cittadinanza) e "Per le imprese" (sulle opportunità di business e consulenza offerte dall'Ateneo).

La gabbia laterale di destra include un'area dedicata al *login* degli utenti unipa, l'agenda degli eventi, i link alle Facoltà e ai Dipartimenti e la *tag cloud*, contenente le parole chiave che identificano le attività dell'Ateneo.

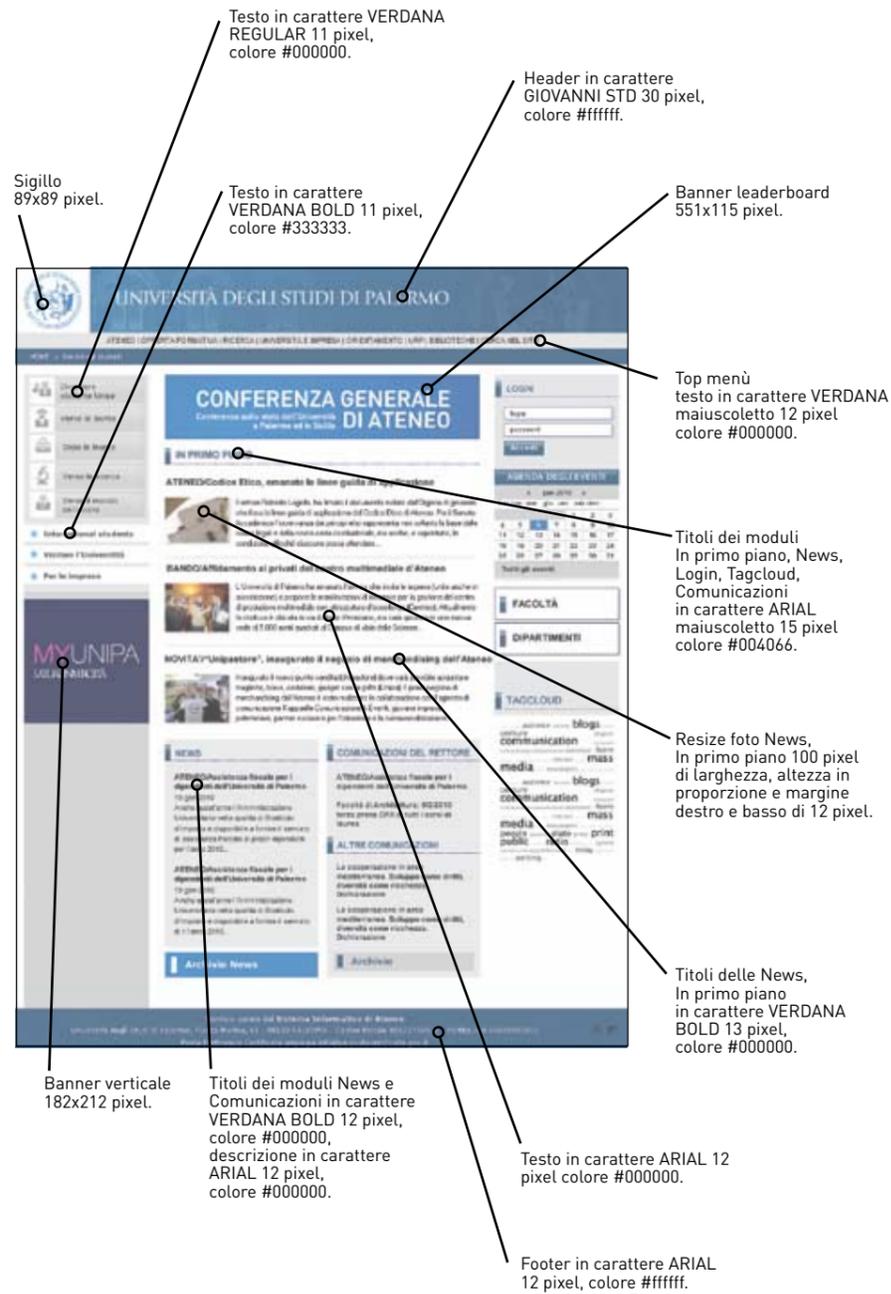
FOOTER E BANNER

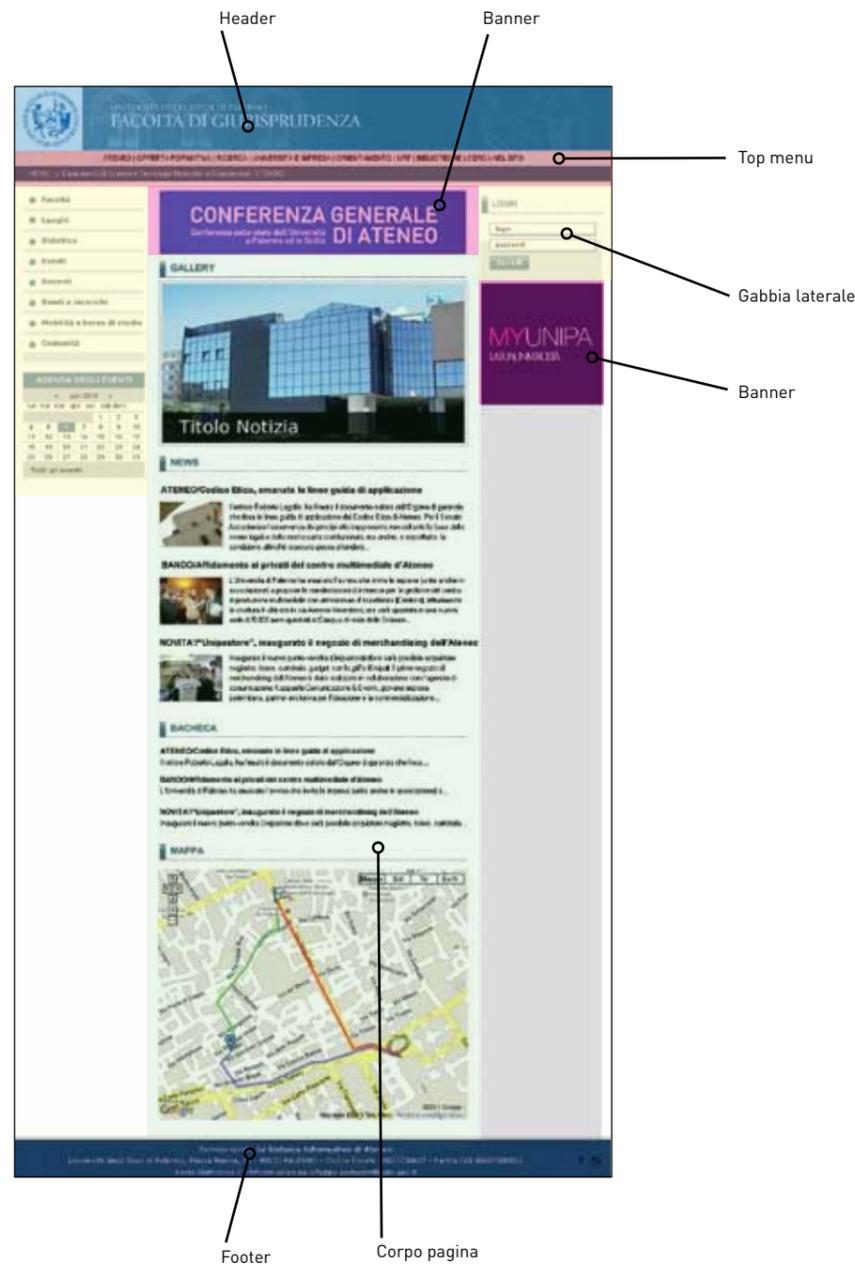
Il footer riporta i recapiti e i riferimenti dell'Università degli Studi di Palermo e i contatti del Sistema Informativo di Ateneo (SIA).

L'home page dell'Università degli Studi di Palermo presenta anche due banner: un banner *leaderboard*, posto in alto in posizione centrale, formato 551x115 pixel, e uno verticale, posto a sinistra, formato 182x212 pixel.

VI.b HOME PAGE DELLE FACOLTÀ

La struttura dell'home page delle Facoltà comprende i seguenti elementi: la header, il top menu, il corpo pagina, due gabbie laterali, due banner e il footer.





HEADER E TOP MENU

La header è suddivisa in due parti e riporta, sulla sinistra, il sigillo di Ateneo in blu su fondo bianco; sulla destra, il nome di Facoltà su una texture del colore distintivo di Facoltà.

Tutti i colori sono utilizzati in due diverse sfumature (dalla più chiara alla più scura, procedendo da sinistra verso destra) indicate nei colori esadecimali di seguito riportati.

Per varie ragioni tecniche, i colori che vengono presentati qui di seguito non corrispondono a quelli che tradizionalmente sono stati attribuiti ad alcune Facoltà (ad esempio, Ingegneria=Nero, Economia=Giallo etc.).

FACOLTÀ	COLORI ESADECIMALI SFUMATURE
AGRARIA	#8CA97D #6A8750
ARCHITETTURA	#729C86 #567671
ECONOMIA	#876C46 #6F4F3B
FARMACIA	#8B6676 #6F3D53
GIURISPRUDENZA	#628A9C #366478
INGEGNERIA	#737E97 #3C3D51
LETTERE E FILOSOFIA	#837C7C #6A5559
MEDICINA E CHIRURGIA	#A0856B #94693D
SCIENZE DELLA FORMAZIONE	#A46E6B #924442
SCIENZE MATEMATICHE, FISICHE, NATURALI	#A79C5D #8B753E
SCIENZE MOTORIE	#5C777E #315561
SCIENZE POLITICHE	#696C87 #4F547E

Sotto la header, in posizione centrale rispetto alla pagina, si trovano il top menu, uguale per tutti i siti del dominio unipa.it, e un banner formato 551x115 pixel.

CORPO PAGINA E GABBIE LATERALI

Il corpo pagina centrale è suddiviso in tre sezioni: “News Gallery”, con le principali notizie sulla vita di facoltà; “Bacheca” per avvisi e comunicazioni; “Mappa”, per visualizzare agevolmente dove si trovano i luoghi della Facoltà e come raggiungerli.

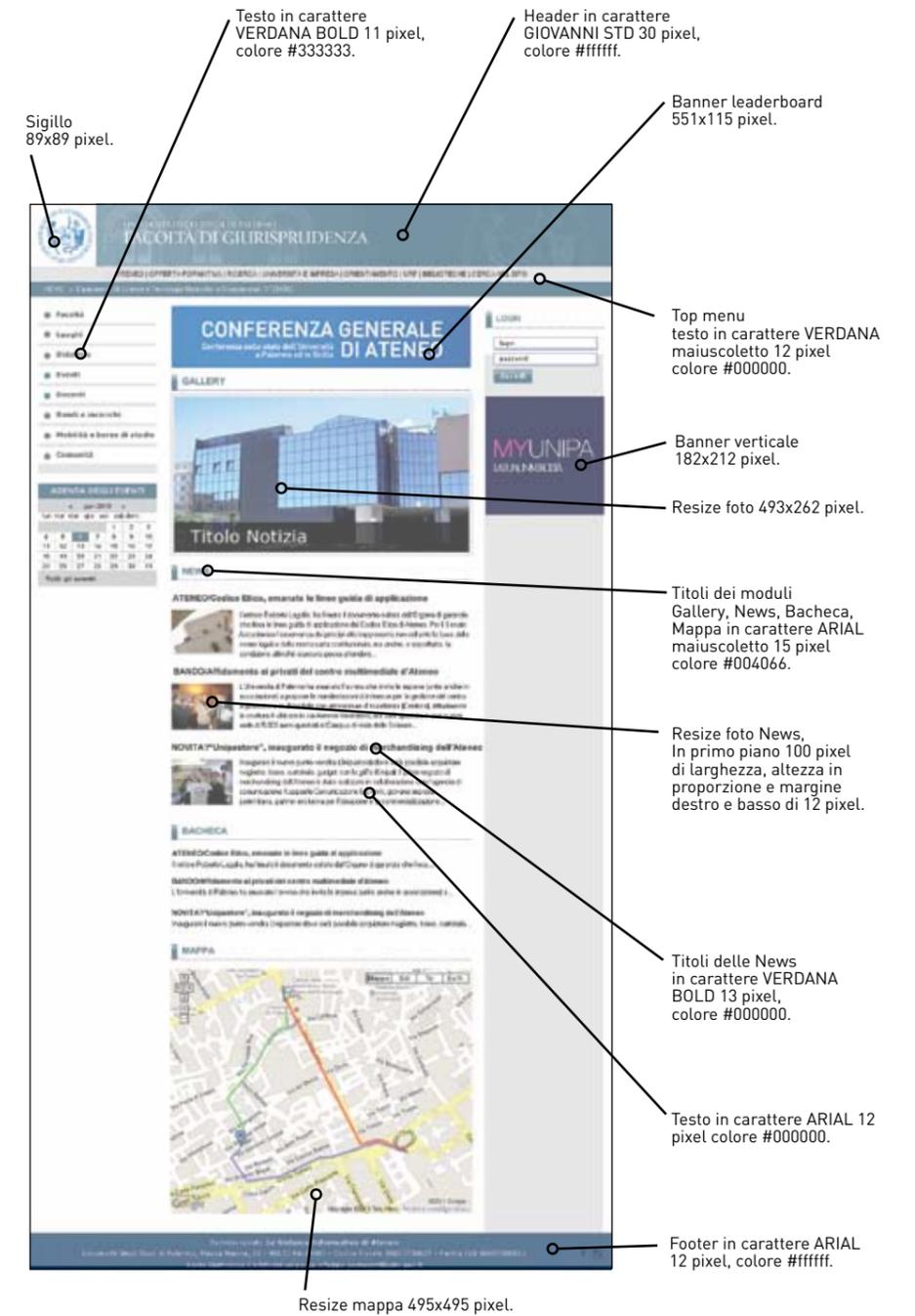
GABBIA LATERALE E BANNER

La gabbia laterale sinistra contiene un menu con le seguenti voci: “Facoltà” (che presenta strutture e personale), “Luoghi” (con pagine di descrizione delle sedi della Facoltà), “Didattica” (dedicata ai corsi di studio e alle attività a essi correlate), “Eventi” (con presentazione degli appuntamenti a scorrimento temporale), “Docenti” (che conduce alle pagine personali dei docenti presenti nell’anagrafe unica di Ateneo), “Bandi e Incarichi” (che interroga il database dell’Albo Ufficiale di Ateneo sulle opportunità di lavoro e finanziamento), “Mobilità e borse di studio” (con aggiornamenti su opportunità per studenti e ricercatori), “Comunità” (che contiene strumenti di social networking e di condivisione tra gli utenti). Il menu intende rispondere alle esigenze informative degli attori che prendono parte alla vita di Facoltà e rafforzare il loro senso di appartenenza e di comunità.

Sempre sul lato sinistro della pagina si trovano un “Calendario” delle attività in programma in Ateneo e in Facoltà e un banner verticale, formato 182x212 pixel.

FOOTER

Il footer riporta i recapiti e i riferimenti dell’Università degli Studi di Palermo e i contatti del Sistema Informativo di Ateneo (SIA).



VI.c HOME PAGE DEI DIPARTIMENTI

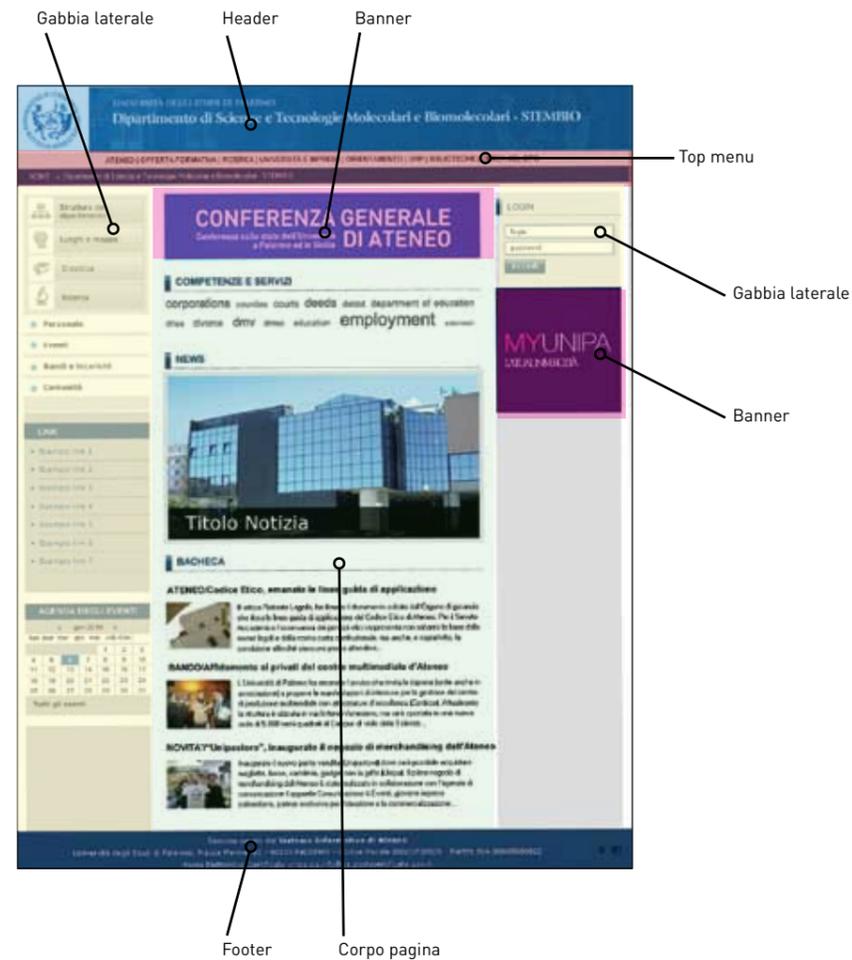
La struttura dell'home page dei Dipartimenti comprende i seguenti elementi: la header, il top menu, il corpo pagina, due gabbie laterali, un banner e il footer.



CON DOPPIO LOGO



SOLO CON LOGO UNIPA



HEADER E TOP MENU

La header è suddivisa in due parti e riporta, sulla sinistra, il sigillo dell'Ateneo in blu su fondo bianco; sulla destra, il nome del Dipartimento in bianco su una texture blu e l'eventuale logo.

Sotto la header, in posizione centrale rispetto alla pagina, si trova il top menu, uguale per tutti i siti del dominio unipa.it e un banner formato 551x115 pixel.

CORPO PAGINA E GABBIE LATERALI

Il corpo pagina centrale è suddiviso in tre sezioni: "Competenze e Servizi", con le principali tag cloud che si riferiscono alle attività del dipartimento, "News", con le principali notizie sulla vita di dipartimento, e "Bacheca" per avvisi e comunicazioni.

GABBIA LATERALE E BANNER

La gabbia laterale sinistra contiene un menu con le seguenti voci: "Struttura del Dipartimento" (presenta l'organigramma interno); "Luoghi e mappe" (con pagine di descrizione e valorizzazione dei luoghi); "Didattica" (dottorati, master, scuole di specializzazione etc.); "Ricerca" (sull'attività scientifica e tecnologica del Dipartimento); "Personale" (con pagine personali dell'anagrafe unica di Ateneo); "Eventi" (con presentazione degli appuntamenti a scorrimento temporale); "Bandi e Incarichi" (che interroga il database dell'Albo Ufficiale di Ateneo sulle opportunità di lavoro e finanziamento); "Comunità" (che contiene strumenti di social networking e di condivisione tra gli utenti). Il menu intende rispondere alle esigenze informative degli attori che prendono parte alla vita di Dipartimento e a rafforzare il loro senso di appartenenza e di comunità.

Sempre sul lato sinistro della pagina si trovano link "personalizzabili" da ogni Dipartimento, un "Calendario" delle attività in programma in Ateneo e in Dipartimento e un banner verticale, formato 182x212 pixel.

FOOTER

Il footer riporta i recapiti e i riferimenti dell'Università degli Studi di Palermo e i contatti del Sistema Informativo di Ateneo (SIA).

