



**Manuale di identità visiva  
dell'Università degli Studi di Cagliari**



24 maggio 2022



## Sommario

Lo stemma, il logotipo e il marchio

•

L'articolazione del brand

•

I coordinati principali

•

Il merchandising



Lo stemma, il logotipo e il marchio.





## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Lo stemma.

È costituito dal bollo storico dell'Università. Al centro, la figura della Santa Vergine, ai lati, nella parte superiore, lo stemma della Sardegna (i Quattro Mori) a sinistra, e quello di Cagliari (nella versione spagnola, con i pali e le torri sul mare) a destra. Nel campo inferiore, al centro la tiara papale affiancata dalle due mitre vescovili. Tra di esse, le lettere L, H, E che richiamano i tre Santi cagliaritari, anch'essi Protettori dell'Università di Cagliari: San Lucifero (Arcivescovo Metropolitano di Cagliari e Primate di Sardegna e Corsica), il Papa Sant'(H)llario e Sant'Eusebio. Intorno, la dicitura VNIVERSITAS STVDIORVM CARALITANA.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAGLIARI

### Il logotipo.

È la dicitura **Università degli Studi di Cagliari**, scritta con il font Museo Sans, disegnato nel 2012 da Jos Buinvega e Irina Smirnova.

È tassativo nelle applicazioni correnti utilizzarla rispetto alla forma contratta Università di Cagliari, non prevista in nessuna situazione di utilizzo.

Questa versione è la principale, denominata convenzionalmente **“long”**, da usare in tutte le comunicazioni istituzionali non caratterizzate da esposizione mediatica.

Sarà seguita da altre versioni, fra cui quella definita convenzionalmente **“short”**, da usare in tutte le situazioni di risonanza mediatica.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI**

### Il marchio: stemma + logotipo.

Può avere diverse impaginazioni,  
a seconda dell'utilizzo.

Ciò che è importante rispettare  
è la mutua posizione  
degli elementi e la loro distanza.  
Questa versione del marchio  
è quella da usare in tutte  
le situazioni formali  
e strettamente istituzionali.  
Per convenzione  
è denominata **“LONG”**.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

La costruzione geometrica.





## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Mutue proporzioni del marchio.

Stabilite a partire dal modulo 1X pari a  $\frac{1}{3}$  del diametro dello stemma. Può avere diverse impaginazioni, a seconda dell'utilizzo. È importante rispettare la mutua posizione degli elementi e la loro distanza.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Spazio di rispetto intorno al marchio.

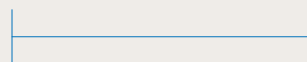
È lo spazio minimo all'interno del quale non deve essere interposto nessun altro elemento grafico (a meno che non espressamente autorizzato o nei casi previsti dal manuale).

È pari a 1,5x dove 1x corrisponde a 1/3 del diametro dello stemma.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



40 mm

### **Dimensione minima di utilizzo.**

Sia in stampa che in digitale il marchio non dovrebbe essere utilizzato in una dimensione inferiore ai 40 mm di larghezza. Queste dimensioni sono state definite per garantire la massima visibilità in ogni circostanza.

Al di sotto delle dimensioni consigliate il logo potrebbe non essere riprodotto correttamente.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### **Stemma. Positivo e negativo.**

A parte alcune applicazioni speciali, espressamente autorizzate, lo stemma sarà riprodotto sempre o tutto in positivo o tutto in negativo. Nel caso di stampe a un solo colore o a colori piatti (non CMYK) diversi dai colori istituzionali, lo stemma verrà riprodotto in tinte piatte nel colore (o nei colori) in uso o sfondato su di esso/i in negativo.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI**  
**DI CAGLIARI**



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI**  
**DI CAGLIARI**

### Il marchio. Positivo e negativo.

A parte alcune applicazioni speciali, espressamente autorizzate, il marchio sarà riprodotto sempre o tutto in positivo o tutto in negativo. Nel caso di stampe a un solo colore o a colori piatti (non CMYK) diversi dai colori istituzionali, il marchio verrà riprodotto in tinte piatte nel colore (o nei colori) in uso o sfondato su di esso/i in negativo.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI**  
**DI CAGLIARI**

Il marchio. Negativo su fondo colore istituzionale.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI**  
**DI CAGLIARI**



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI**  
**DI CAGLIARI**

### Il marchio. Colori fuori palette.

In alcune situazioni specifiche il marchio può essere riprodotto in positivo o negativo su colori fuori palette.

Ciò è consentito nel caso di riproduzione a 1 colore sia in stampa che in digitale.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Il marchio. Positivo e negativo sulle immagini fotografiche.

In alcune situazioni specifiche il marchio può essere riprodotto in positivo o negativo su immagini fotografiche o illustrazioni. Verrà ricercato sempre il maggior contrasto nella scelta della tinta in modo da ottenere sempre la migliore leggibilità.





## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



## Limitazioni

Alcune modifiche non consentite:

1. Non deformare il marchio in orizzontale;
2. Non deformare il marchio in verticale;
3. Non cambiare il carattere tipografico;
4. Non usare effetti speciali, come ombreggiature, effetti tridimensionali, riflessi, etc. se non espressamente autorizzati;
5. Non usare posizioni non autorizzate;
6. Non usare mutue proporzioni non autorizzate;
7. Non usare la dicitura in minuscolo, se non espressamente autorizzato;
8. Non usare il marchio in outline se non espressamente autorizzato.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI**

### Il marchio: altre versioni

Può avere diverse impaginazioni,  
a seconda dell'utilizzo.  
Ciò che è importante rispettare  
è la mutua posizione  
degli elementi e la loro distanza.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNICA**

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

### Il marchio UNICA. La versione “short” del marchio principale.

Questa versione completa  
le soluzioni dell'identità  
dell'Ateneo cagliaritano.  
Risulta la contrazione  
della versione **“LONG”**.  
Il carattere contratto e più asciutto  
è da utilizzarsi in tutte quelle occasioni  
dove l'identità dell'Ateneo  
ha una risonanza mediatica.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



UNICA

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI



UNICA

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI



UNICA

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI



UNICA

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI



UNICA

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

**Geometrico, positivo, negativo su fondo nero e colore istituzionale del marchio.**

Stabilite a partire dal modulo 1X pari a 1/3 del diametro dello stemma. Può avere diverse impaginazioni, a seconda dell'utilizzo. Ciò che è importante rispettare è la mutua posizione degli elementi e la loro distanza. Possono essere fatte eccezioni - previa autorizzazione - per le proporzioni mutue di stemma e logotipo.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



**UNICA**

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

### Altre versioni del marchio UNICA.

Versione a epigrafe. Stabilita a partire dal modulo X pari a  $\frac{1}{3}$  del diametro dello stemma. Può avere diverse impaginazioni, a seconda dell'utilizzo.

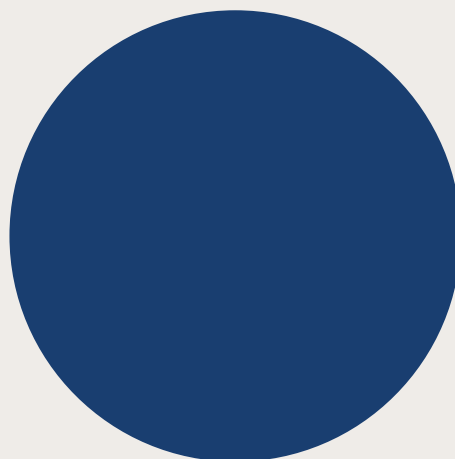
Ciò che è importante rispettare è la mutua posizione degli elementi e la loro distanza. Possono essere fatte eccezioni, previa autorizzazione, per le proporzioni mutue di stemma e logotipo.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

PANTONE 2757 C



CMYK 100, 85, 31, 13

RGB 45, 58, 104

### Codice cromatico istituzionale.

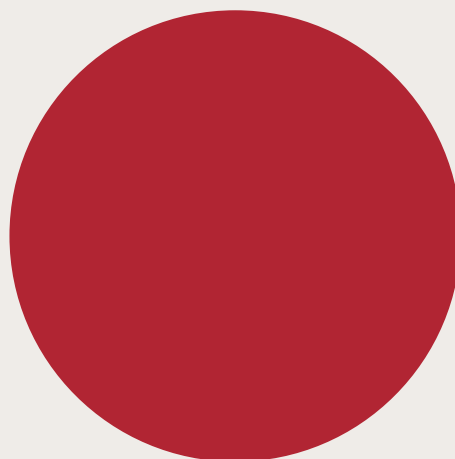
È il blu, uno dei due colori tradizionali della città di Cagliari. Viene codificato in PANTONE, in quadricromia CMYK e in RGB.



## Lo stemma, il logotipo e il marchio.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

PANTONE 7621 C



CMYK 21, 98, 84, 13

RGB 153, 38, 45

### Codice cromatico istituzionale.

È il rosso, uno dei due colori tradizionali della città di Cagliari. Viene codificato in PANTONE, in quadricromia CMYK e in RGB.



L'articolazione del brand.





## L'articolazione del brand.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



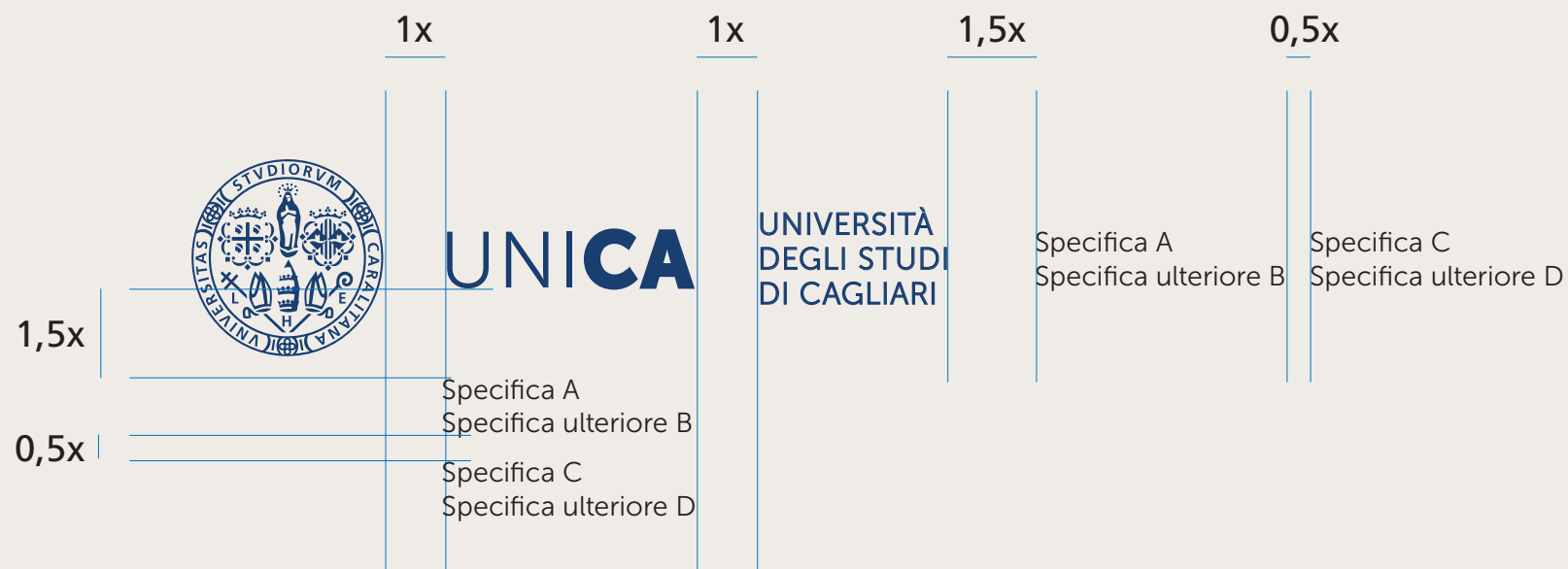
### Dipartimenti e Facoltà.

Il marchio in versione “long” può essere affiancato secondo precise proporzioni dai descriptor dei Dipartimenti e Facoltà. Queste sono regolate secondo gerarchia e devono rispettare spazi, distanze e mutue proporzioni.



## L'articolazione del brand.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



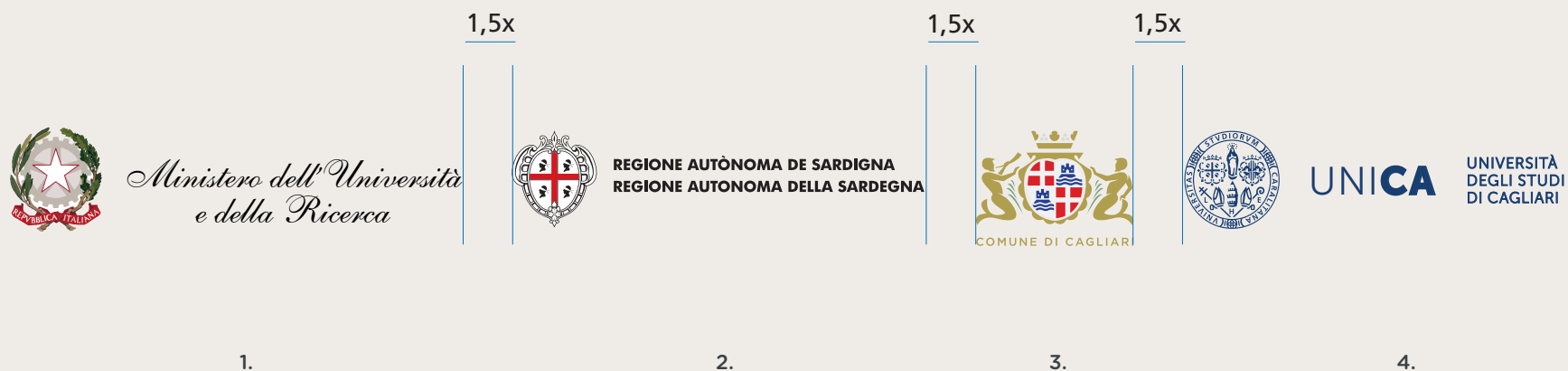
### Dipartimenti e Facoltà.

Il marchio in versione “short” può essere affiancato secondo precise proporzioni dai descriptor dei Dipartimenti, Facoltà o altre sigle. Queste sono regolate secondo gerarchia e devono rispettare spazi, distanze e mutue proporzioni.



## L'articolazione del brand.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Cobranding con allineamento in orizzontale.

Stabilite a partire dal modulo 1X, pari a 1/3 del diametro dello stemma. Può avere diverse impaginazioni, a seconda dell'utilizzo. Ciò che è importante rispettare è la mutua posizione degli elementi, la gerarchia e la distanza.



## L'articolazione del brand.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Cobranding con allineamento in verticale

Stabilite a partire dal modulo 1X, pari a  $\frac{1}{3}$  del diametro dello stemma. Può avere diverse impaginazioni, a seconda dell'utilizzo.

Ciò che è importante rispettare è la mutua posizione degli elementi, la gerarchia e la distanza.



## L'articolazione del brand.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Cobranding con altro allineamento in orizzontale.

Stabilite a partire dal modulo 1X, pari a 1/3 del diametro dello stemma. Può avere diverse impaginazioni, a seconda dell'utilizzo. Ciò che è importante rispettare è la mutua posizione degli elementi, la gerarchia e la distanza.

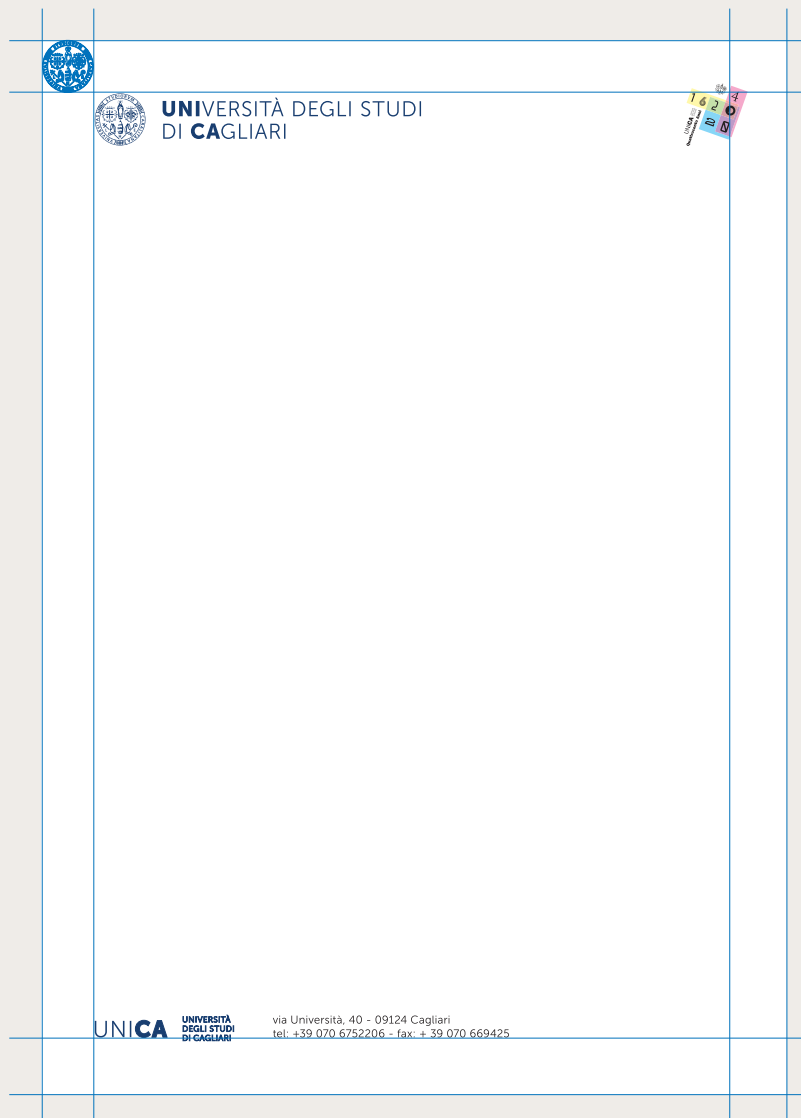


I coordinati principali.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



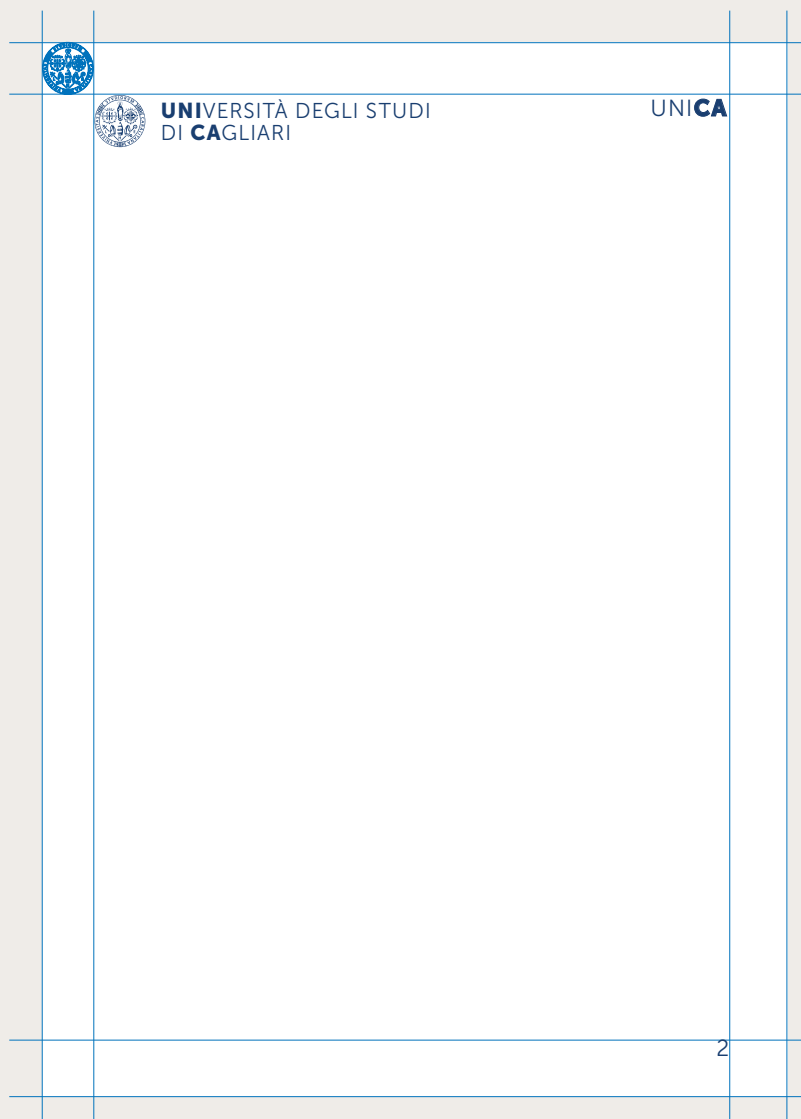
### Carta intestata dell'Ateneo.

È costituita da un gabbia interna il cui modulo è lo stemma stesso dell'Ateneo. È affiancato nell'intestazione dal simbolo celebrativo dei 400 anni dell'Università cagliaritana. Nel piè di pagina trova luogo la versione SHORT del marchio insieme ai riferimenti della struttura, posizionati all'interno di una casella di testo centrata rispetto al marchio. Potranno essere autorizzati speciali edizioni, altri marchi (celebrativi, sponsor, patrocinio). Il formato è A4.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### **Carta intestata dell'Ateneo. Pagina a seguire.**

È costituita esclusivamente dai segni principali secondo regola di coesistenza fra loro nello stesso campo visivo, senza la ripetizione dello stemma. In basso a destra è presente il numero di pagina.





## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

Carattere tipografico di sistema

# CALIBRI (Corpo)

Il font CALIBRI (Corpo) è il carattere utilizzato per tutti i testi di natura istituzionale. È presente nei sistemi operativi Windows e Mac, quindi di facile reperibilità.

### CALIBRI LIGHT

ABCDEFGHJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789

### CALIBRI REGULAR

ABCDEFGHJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789

### CALIBRI ITALIC

*ABCDEFGHJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789*

### CALIBRI LIGHT ITALIC

*ABCDEFGHJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789*

### CALIBRI BOLD

**ABCDEFGHJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789**



### CALIBRI BOLD ITALIC

***ABCDEFGHJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789***



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

  **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI**

Direzione ...  
Dirigente: Dott. ...

Direttore Generale  
Azienda XY  
Dott. Tizio Caio  
abc@pec.it

**Oggetto:** carta intestata Direzione

Egregio Direttore,

gdshgdhjdkjasjdsdfsdjfdksdjfklsdjfklsdkjfklsdflfkdsfhfshkfkdsòhfkòasjdòòajsdòhagdsghg  
dhjdkjasjdsdfsdjfdksdjfklsdjfklsdkjfklsdflfkdsfhfshkfkdsòhfkòasjdòòajsdòhagdsghg.

Gdshgdhjdkjasjdsdfsdjfdksdjfklsdjfklsdkjfklsdflfkdsfhfshkfkdsòhfkòasjdòòajsdòhagdsghg  
hagdsghgdhjdkjasjdsdfsdjfdksdjfklsdjfklsdkjfklsdflfkdsfhfshkfkdsòhfkòasjdòòajsdòhagdsghg.

Cordiali saluti.

Il Dirigente  
Dott. ....  
*Sottoscritto con firma digitale*

**UNICA** UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

Coordinamento e/o Settore ..... - Responsabile:  
..... - Via ..... - Cagliari - Tel +39 070/..... - email  
..... [www.unica.it](http://www.unica.it)

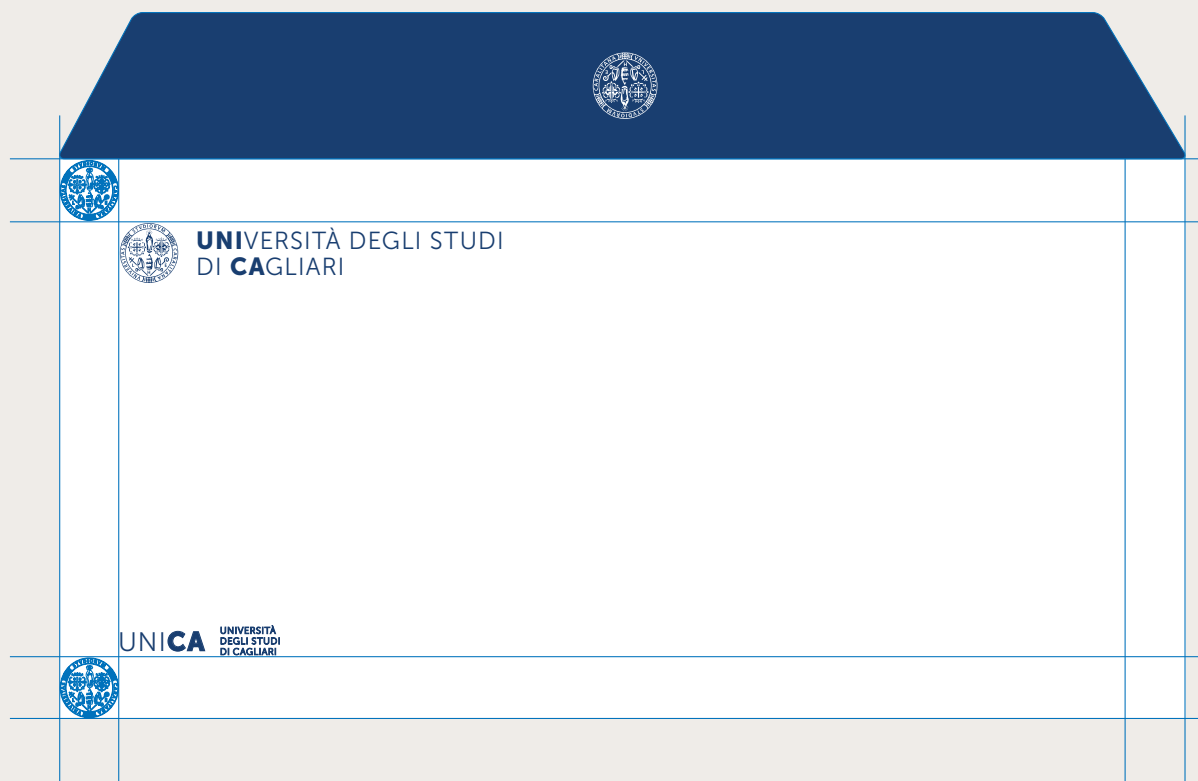
### Carta intestata. Declinazione per Dipartimenti e Facoltà; per Prorettori e Direzioni.

È caratterizzata dalle specifiche sotto il marchio e dai riferimenti specifici dei dipartimenti, facoltà, prorettori e direzioni.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



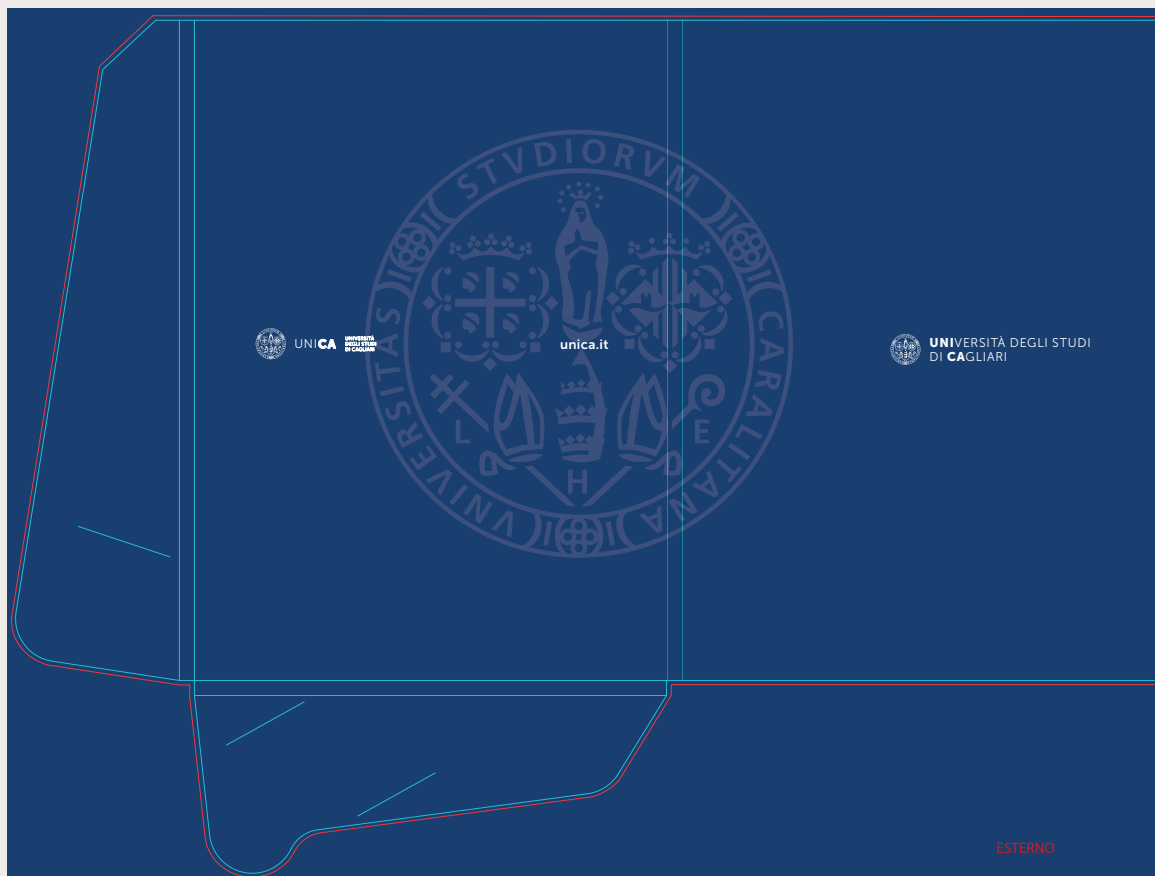
### Buste. Diversi formati.

È costituita da un gabbia interna il cui modulo è lo stemma stesso dell'Ateneo. In basso, nello stesso campo visivo trova luogo la versione SHORT del marchio, privato dello stemma che non compare mai. In caso di speciali edizioni, altri marchi possono essere presenti nella posizione di rigore a fianco del marchio in versione SHORT. La patella di chiusura stampata in blu è corredata dello stemma che sfonda in negativo. Il formato è 11 x 22 cm. Sono previsti altri formati declinati in coerenza a questo modello nella versione completa. In una versione ridotta la patella di chiusura non viene stampata.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Cartellina portadocumenti.

La cartella ordinaria per la custodia dei documenti ha il formato 22x31 cm. Lo spessore è di 5 mm, sufficienti a contenere la maggior parte degli stampati di uso ordinario. Il fondo è completamente bianco e lo stemma dell'Ateneo è a cavallo del dorso.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

UNICA UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

## Blocco note dell'Ateneo.

Il formato previsto è A4 e A5.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Biglietti da visita.

Nel classico formato 85x55 mm. La facciata in bianca è in lingua italiana. Quella in volta in inglese. È utilizzato il QR code per le indicazioni su Google MAP che guidano fino alla destinazione di riferimento. È prevista una facciata in volta in versione più istituzionale monocolore blu, destinato a situazioni e cariche apicali dell'Ateneo.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



1.



2.

**Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le presentazioni su Power Point o similari si distinguono la cover (1.), la pagina di intermezzo (2.).



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



1a.



2a.

### Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.

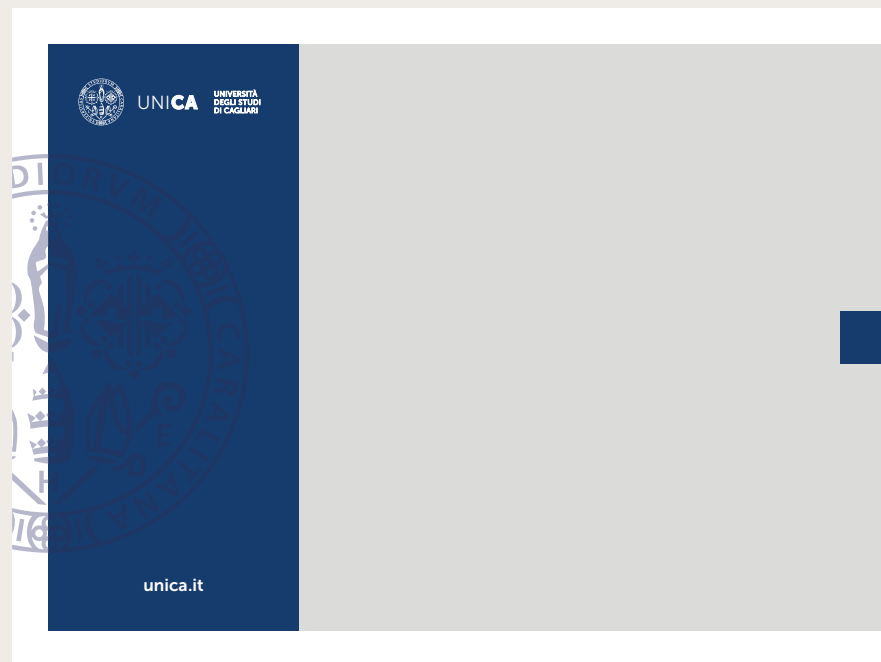
Progettate per le presentazioni su Power Point o similari si distinguono la cover (1a.), la pagina di intermezzo (2a.).



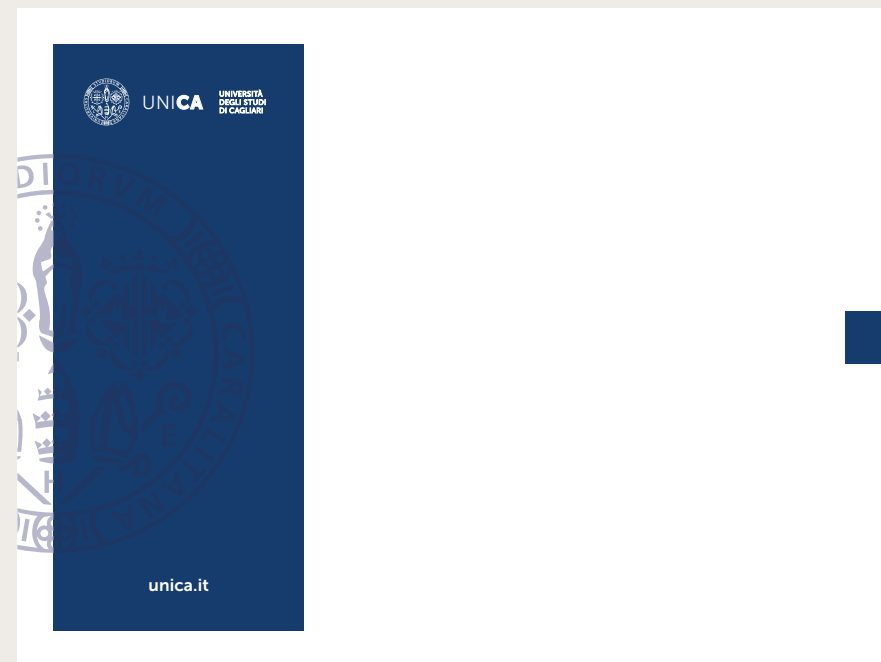


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



3.



4.

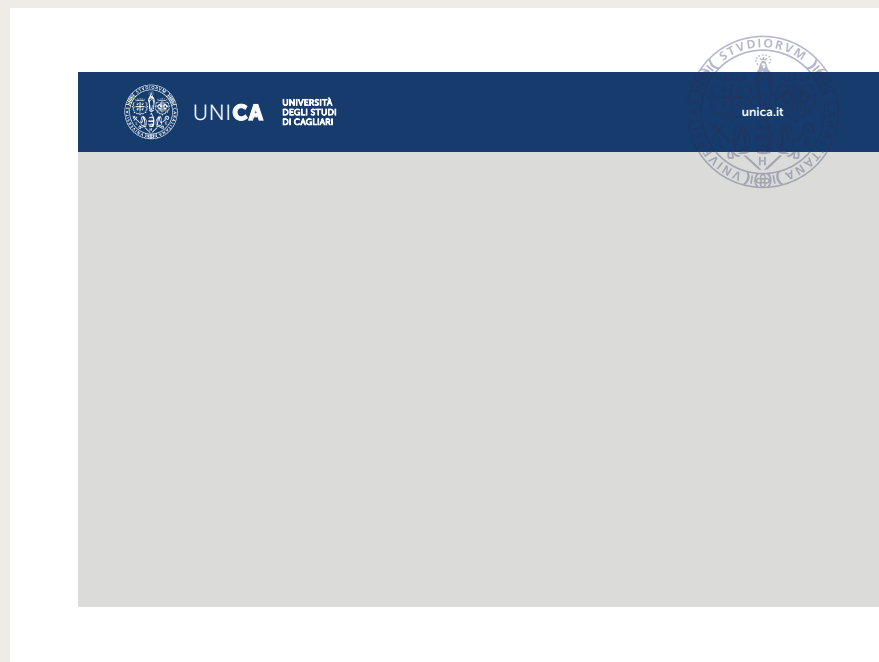
### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le cover interne alla presentazione in due sfondi. I modelli (3.) e (4.) sono alternativi.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



5.



6.

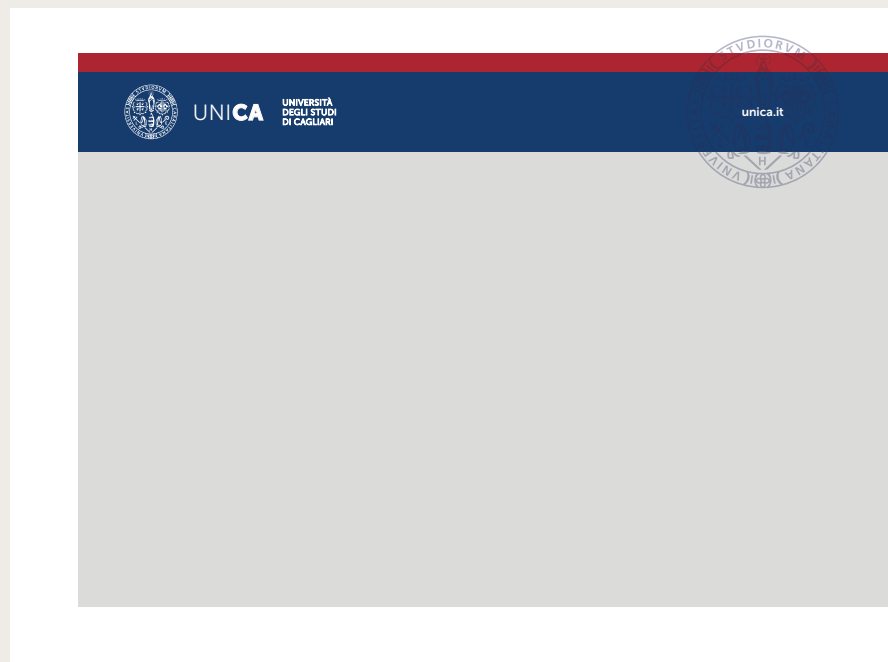
### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi. I modelli (5.) e (6.) sono alternativi.

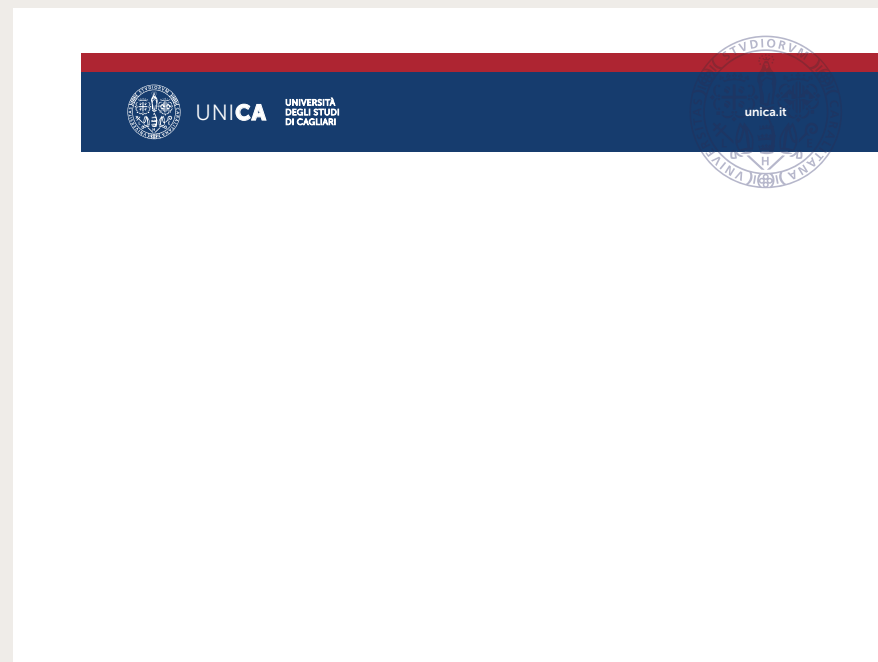


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



5.



6.

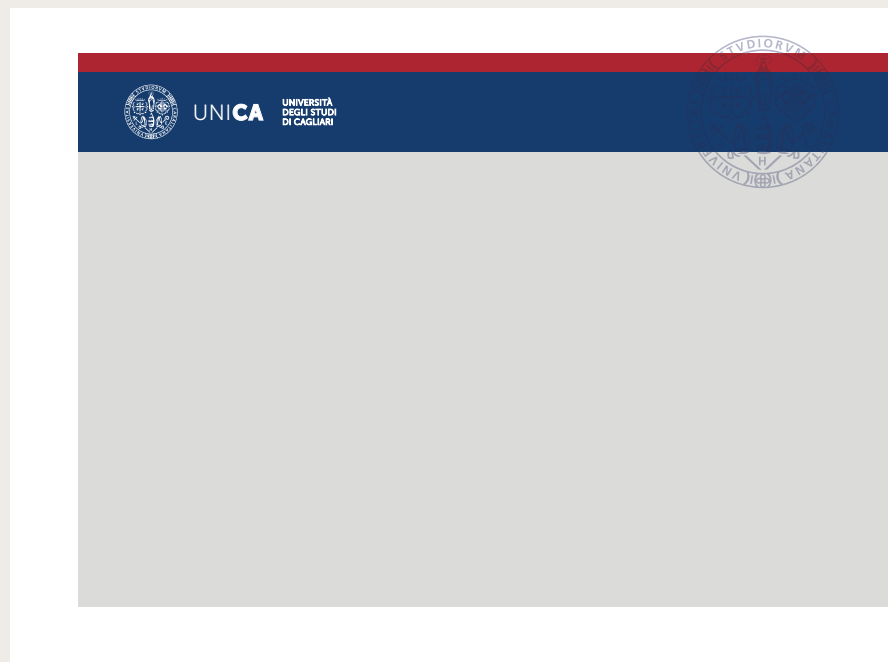
### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi. I modelli (5.) e (6.) sono alternativi.

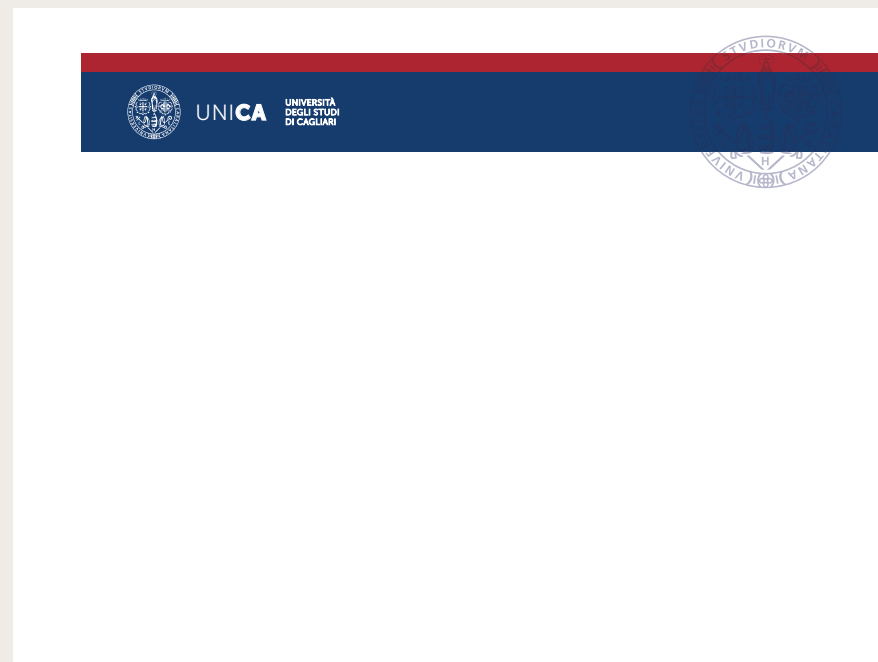


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



7.



8.

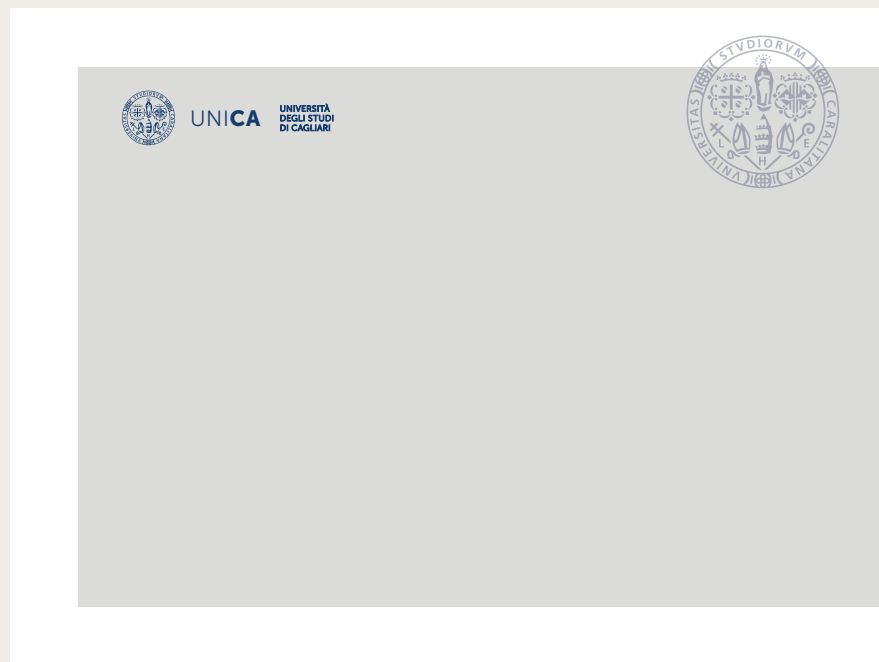
### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi. I modelli (7.) e (8.) sono alternativi.

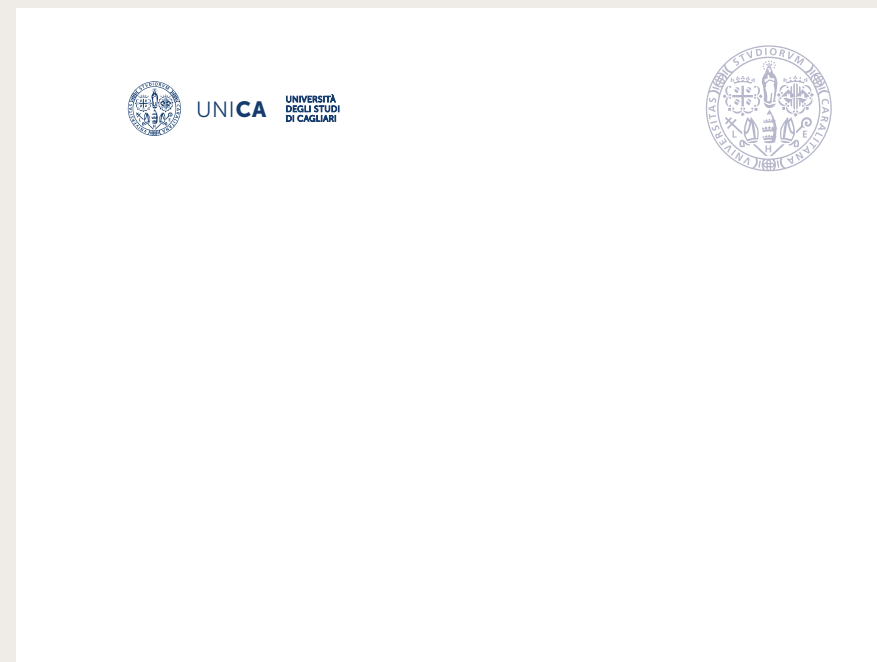


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



7.



8.

### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi. I modelli (7.) e (8.) sono alternativi.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

7.

8.



### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio UNICA.**

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi. I modelli (7.) e (8.) sono alternativi.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



1.



2.

### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari.**

Le versioni col marchio “LONG” dell’Ateneo sono utilizzate per presentazioni istituzionali interne o comunque senza una caratterizzazione mediatica, per esempio nel rapporto con altre Facoltà o simili. Progettate per le presentazioni su Power Point o simili si distinguono la cover (1.), la pagina di intermezzo (2.).



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



1.



2.

### **Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari.**

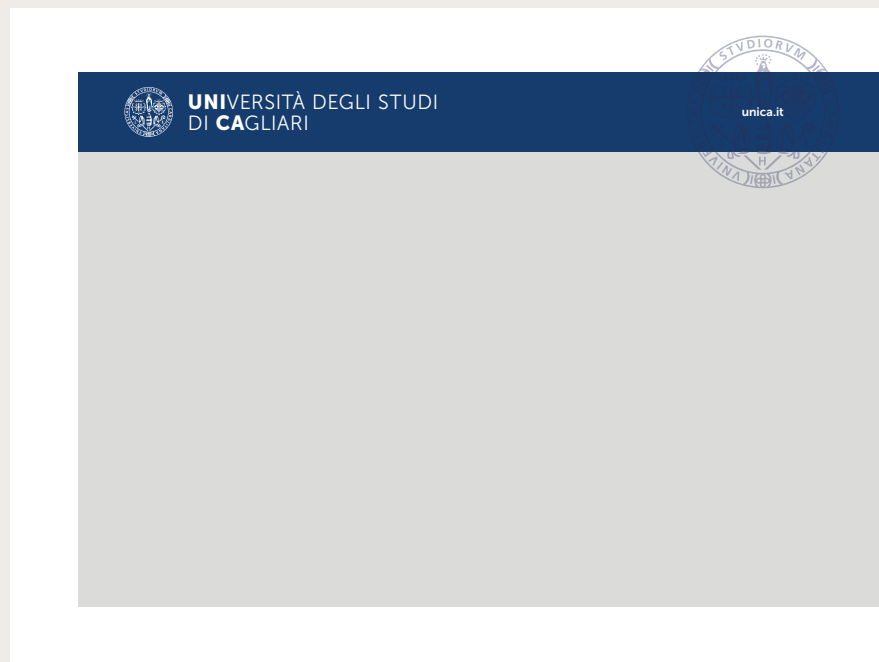
Le versioni col marchio “LONG” dell’Ateneo sono utilizzate per presentazioni istituzionali interne o comunque senza una caratterizzazione mediatica, per esempio nel rapporto con altre Facoltà o simili. Progettate per le presentazioni su Power Point o simili si distinguono la cover (1.), la pagina di intermezzo (2.).



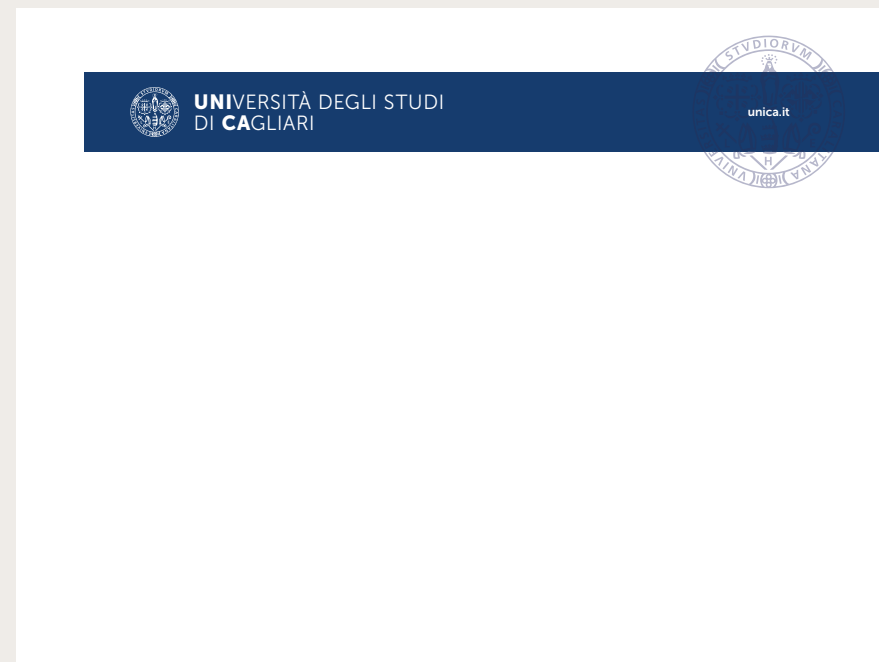


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



3.



4.

### Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari

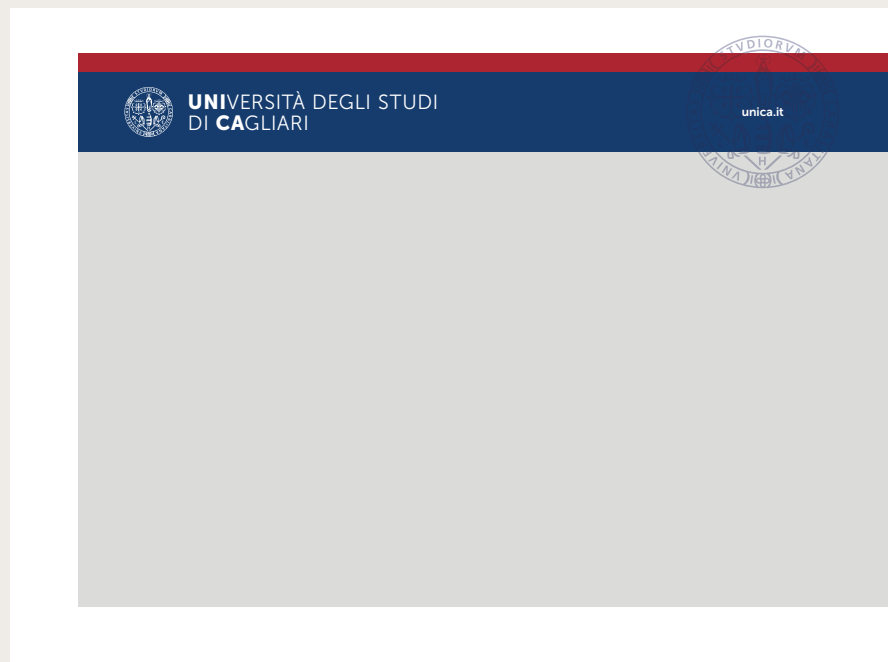
Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi.

I modelli 3. e 4. sono alternativi.

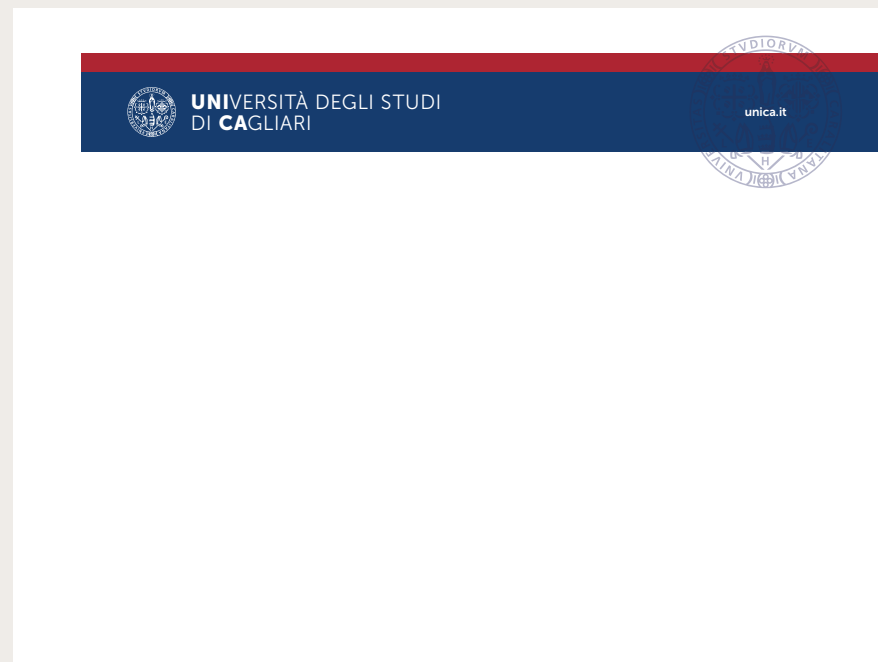


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



3.



4.

### Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari

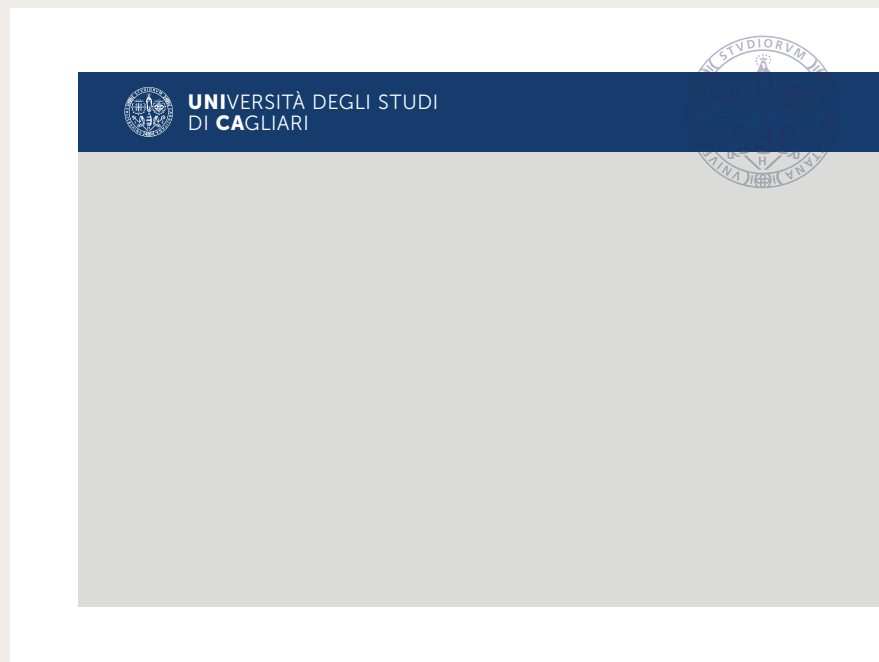
Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi.

I modelli 3. e 4. sono alternativi.

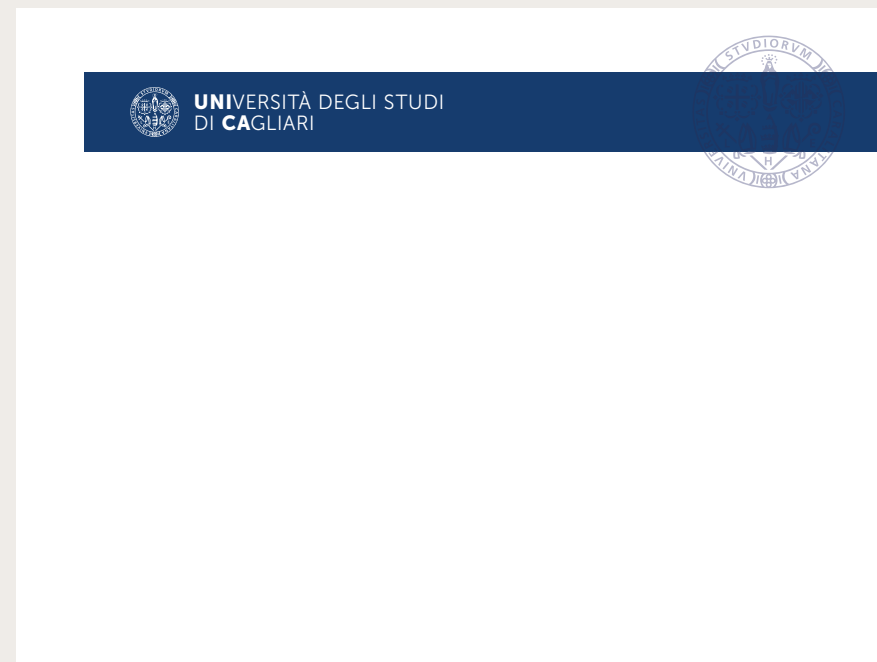


## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



5.



6.

### Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi.

I modelli 5. e 6. sono alternativi.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



7.



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI**



8.

### Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi.

I modelli 7. e 8. sono alternativi.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.

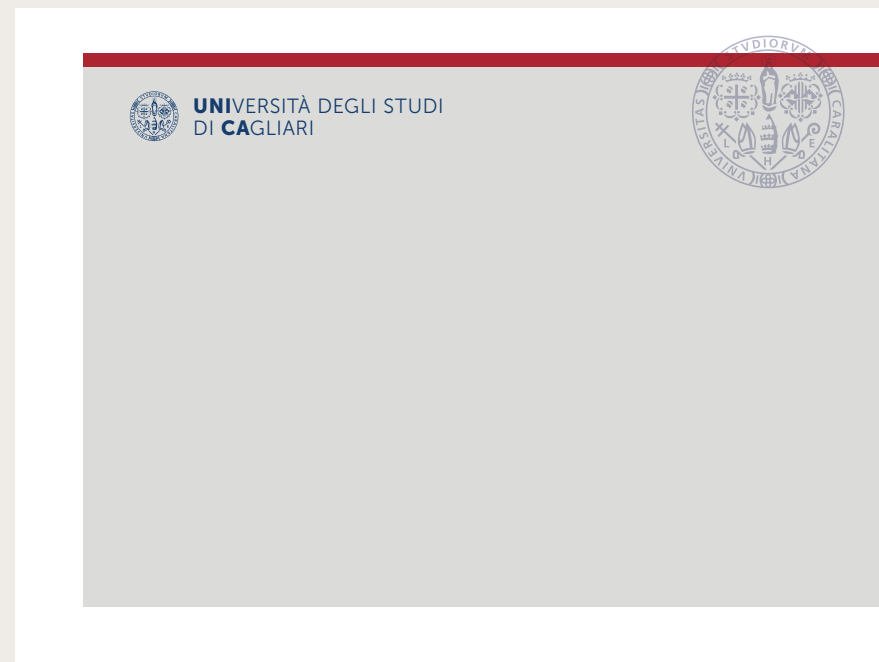
7.

8.

### Temi e sfondi per le presentazioni a marchio Università degli Studi di Cagliari

Progettate per le pagine interne alla presentazione in due sfondi.

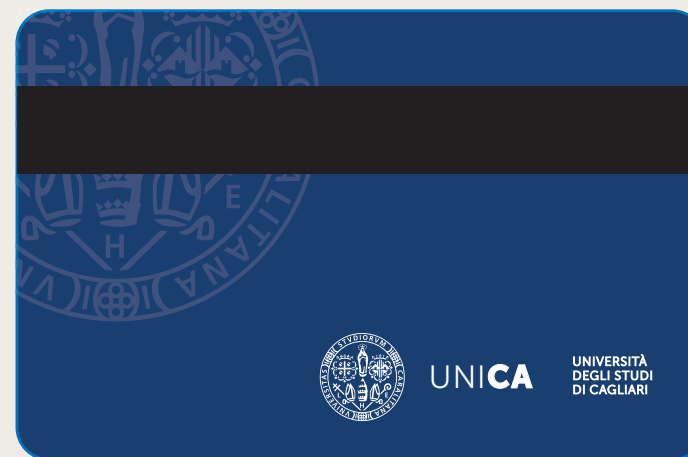
I modelli 7. e 8. sono alternativi.





## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Badge.

In formato classico carta di credito, possono essere realizzati oggetti come badge o simili a marchio UNICA.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



DIPARTIMENTO DI **FISICA**

unica.it



**UNICA**

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI

### Targhe d'ingresso

Verranno affisse al supporto  
tramite distanziatore a scomparsa,  
senza viti o elementi di fissaggio  
di qualunque tipo a vista.  
Il formato è 45 x 30 cm  
o superiori, nel rispetto  
delle proporzioni fra base  
e altezza.



## I coordinati principali.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Cover e immagine del profilo sui social network.

Esempi di cover e immagine del profilo sui social network.

Questi elementi di progetto possono essere utilizzati nelle principali piattaforme social dell'Ateneo. Le immagini del profilo sono progettate per formati quadrato o circolare, in positivo e in negativo, in modo da consentire nel tempo una ripetizione dei segni istituzionali con variazione. Il marchio da utilizzare è UNICA, dato il carattere mediatico dell'esposizione.





Il merchandising.



## Il merchandising.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Felpa dell'Ateneo.

A scopo esclusivamente esemplificativo la struttura progettuale dei prodotti di merchandising dell'Ateneo saranno caratterizzato dall'uso del marchio UNICA, declinato secondo quanto previsto dal manuale. Gli oggetti potranno essere di colori diversi dal blu per garantire una varietà di prodotti. Si raccomanda tuttavia di seguire le indicazioni relative al carattere e proporzioni del marchio nelle sue diverse declinazioni.



## Il merchandising.

Manuale di identità visiva dell'Università degli Studi di Cagliari.



### Tazza dell'Ateneo.

A scopo esclusivamente esemplificativo la struttura progettuale dei prodotti di merchandising dell'Ateneo saranno caratterizzato dall'uso del marchio UNICA, declinato secondo quanto previsto dal manuale. Gli oggetti potranno essere di colori diversi dal blu per garantire una varietà di prodotti. Si raccomanda tuttavia di seguire le indicazioni relative al carattere e proporzioni del marchio nelle sue diverse declinazioni.



[unica.it](http://unica.it)