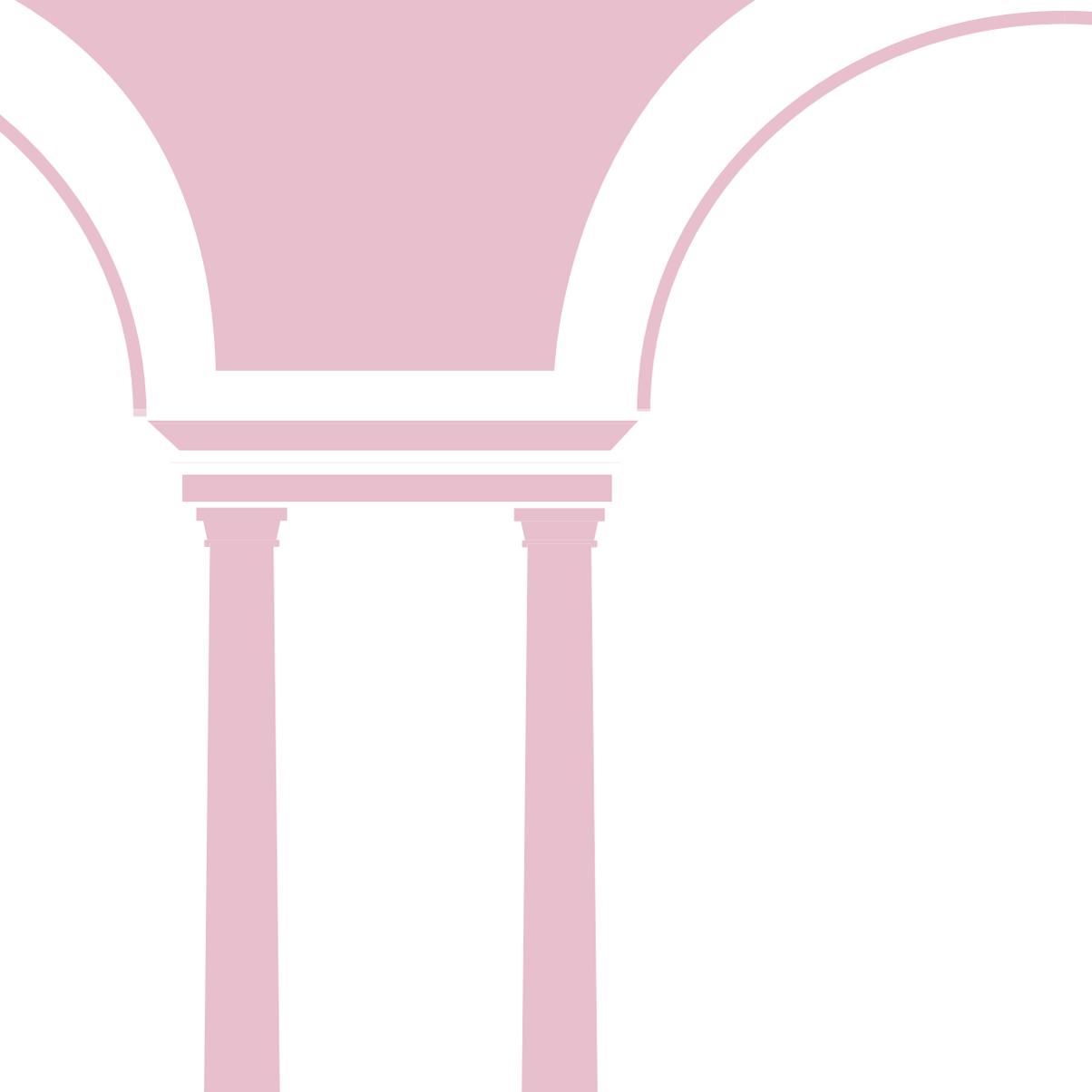


UNIVERSITÀ DI PAVIA

MANUALE D'USO DEL MARCHIO







INDICE

Dal blasone al logotipo	7
Color palette	15
Main logo design	23
Small size logo	27
Livelli logo	31
Tipografia	39
Uso dei loghi	47
Il motto	55
I motivi grafici	59
Rappresentanza	65
Media	83

DAL BLASONE AL LOGOTIPO

Il manuale d'uso del marchio innova e regola la comunicazione visiva, interna ed esterna, dell'Università di Pavia.

Si tratta di un documento redatto da un team di lavoro interno, costituito appositamente per migliorare elementi dell'identità grafica dell'Ateneo.

Il manuale è il risultato di uno studio complesso e prolungato nel tempo, attraverso il quale ci si è confrontati con le problematiche che quotidianamente vengono affrontate dai vari componenti della comunità accademica - siano essi docenti, ricercatori, personale tecnico-amministrativo, studenti, laureandi - ogni qual volta si trovino a dover comunicare dovendo utilizzare il marchio dell'Ateneo sui vari possibili supporti (carta intestata, biglietti da visita, siti internet, segnaletica interna).

Tale lavoro è stato preceduto dall'analisi di un'ampia raccolta di quelle che sono apparse essere le migliori soluzioni adottate da altre università o organizzazioni affini.

Quanto segue intende risolvere una situazione di incertezza con l'attuale presenza di marchi significativamente diversi e con soluzioni grafiche spesso dipendenti dal gusto personale degli operatori, non sempre accompagnato dalle necessarie competenze tecniche.

Il logo, le font e la palette colori sono gli elementi che partecipano alla costruzione dell'identità visiva di qualsiasi organizzazione e, come tali, devono essere coerentemente gestiti anche da un ente pubblico e, a fortiori, da una università.

Proprio per il ruolo centrale che rivestono, tali elementi devono essere rappresentati e utilizzati secondo regole precise e inderogabili, al fine di garantire l'unità e l'efficacia dell'intero sistema di identità visiva.



Il punto di partenza è il logo introdotto in occasione del 650° anniversario dalla fondazione, già risultato di un processo di semplificazione piuttosto importante.

Pur essendo a pieno titolo una valida modernizzazione del caratteristico sigillo di Ateneo, questo logo presenta delle caratteristiche che non possono più dirsi in linea con le tendenze attuali.

Si rende quindi necessaria l'eliminazione o la modifica di elementi che potrebbero risultare di difficile comprensione al pubblico.

La corona ferrea longobarda sormontante la struttura del sigillo viene ulteriormente stilizzata, togliendo evidentemente pesantezza all'intera composizione, pur mantenendo una grafica che consenta inequivocabilmente di individuare la natura dell'oggetto. I tre tomi impilati, invece, vengono mantenuti nella loro sede originale e, anzi, resi più visibili attraverso un tratto più marcato e dimensioni aumentate del 15% rispetto alla versione precedente.

L'Anello di Laurea è viene eliminato, in quanto risulta di difficile visibilità e identificazione in contesti d'uso normale del marchio (ad esempio: carta intestata, biglietti da visita).

La figura dell'Anello si perdeva infatti totalmente nella grafica precedente, risultando quasi un elemento di disturbo sovrapposto ai tre tomi impilati.

Il papiro contenente la scritta "Alma Ticinensis Universitas" viene accorciato e dotato di un tratto molto più marcato, così come il drappo centrale, che viene raddrizzato andando a smussare la forma a campana.

All'interno del drappo viene posta la rappresentazione grafica di un lembo di corona d'alloro, da sempre simbolo del conseguimento del titolo accademico. Questo lembo di corona va a sostituire la stilizzazione precedente, già gradevole alla vista, ma oggettivamente troppo simile ad una spiga di un cereale, a causa della dimensione ridotta delle foglie e della mancanza di un riferimento comune, come potrebbero essere il ramoscello o il nastro di raso, introdotti nella nuova versione.

Un evidente richiamo all'ornamento che viene donato ai neolaureati per celebrare il traguardo raggiunto e un simbolo dell'importanza rivestita dall'Ateneo a livello sociale.



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Altro elemento fondamentale del sigillo originale, oltre che simbolo della tradizione secolare dell'Ateneo, le mazze vengono completamente ridisegnate, rendendole più geometriche ma, al tempo stesso, più fedeli alla forma reale dell'oggetto, se confrontate con la versione precedente del logo. La rastrematura verso il basso del tratto grafico delle mazze contribuisce all'illusione ottica di trovarsi di fronte a qualcosa di solido, quasi tridimensionale, seppur a tinta piatta.

Per rafforzare la riconoscibilità del marchio viene dato spessore alla circonferenza esterna del logo, in proporzione con l'aumento della marcatura del tratto grafico delle strutture interne, aggiungendo poi una seconda circonferenza più sottile per illudere l'osservatore di avere di fronte un logo dove le mazze sono appoggiate al bordo del sigillo.

Questo tipo di operazione aiuta in particolare il riconoscimento del logo in contesti affollati o di difficile identificazione, sia su supporti fisici che sullo schermo di uno smartphone, allineandosi ai trend contemporanei che privilegiano tratti grafici molto marcati.

Lo studio del logo, riportato anche in questo documento, mostra come le proporzioni siano state ottenute attraverso ragionamenti geometrici e matematici, in modo da ottenere una sezione più equilibrata possibile e una spaziatura ottimale tra gli elementi interni.

Nella pagina seguente si possono vedere i passaggi che hanno portato al logo introdotto con questa nuova brand identity, partendo proprio dal blasone originale di Ateneo, esistente ancora oggi (manufatto in ceramica smaltata, figura 1).

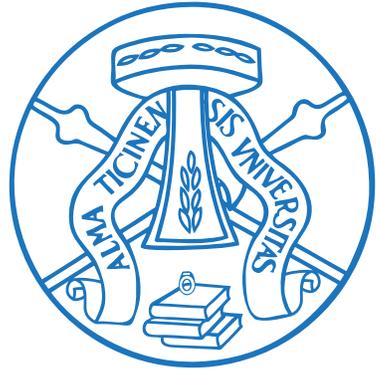
Le figure 2 e 3 illustrano i due loghi più utilizzati al momento della realizzazione di questo lavoro, spesso in contrapposizione; il primo è la trasposizione grafica del manufatto originale, utilizzato per l'intestazione dei bandi, dei documenti ufficiali e dei certificati. La figura 3 mostra una versione alternativa del logo introdotto per il 650° anniversario, questa volta in blu chiaro.

Infine, la figura 4 mostra la nuova proposta di logo, nella sua versione base, senza la dicitura Università di Pavia.

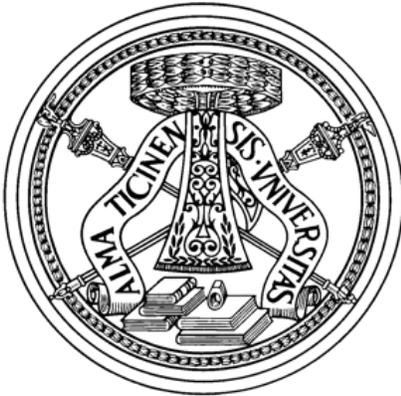
1



3



2

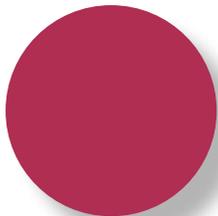


4



COLOR PALETTE

MAIN COLOR: AMARANTO/BORDEAUX UNIPV



HERITAGE:

Il colore della bandiera dell'Ateneo, esposta all'ingresso principale su Strada Nuova 65, già utilizzato in passato come colore ufficiale.

C: 25 M: 95 Y: 56 K:10

R: 178 G: 40 B: 75

PANTONE® 7425C

HEX: B2284B

ALTERNATE COLORS



UNIPV LIGHT BLUE

C: 85 M: 50 Y: 0 K: 0

R: 30 G: 113 B: 185

HEX: 1D71B8



INTERNATIONAL KLEIN BLUE

C: 98 M: 84 Y: 0 K: 0

R: 0 G: 47 B: 167

HEX: 002FA7



NERO

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0

HEX: 000000



OFFICE GREEN

C: 100 M: 0 Y: 100 K: 50
R: 0 G: 128 B: 0

HEX: 008000

Esempio di complementarietà
Amaranto + Giallo Limone



LEMON YELLOW

C: 100 M: 0 Y: 100 K: 50
R: 0 G: 128 B: 0
HEX: 008000

Esempio di complementarietà
Int. Klein Blue + Giallo PANTONE® 103 C



PANTONE® 103 C

C: 5 M: 5 Y: 100 K: 16
R: 197 G: 169 B: 0
HEX: C5A900



GREYSCALE

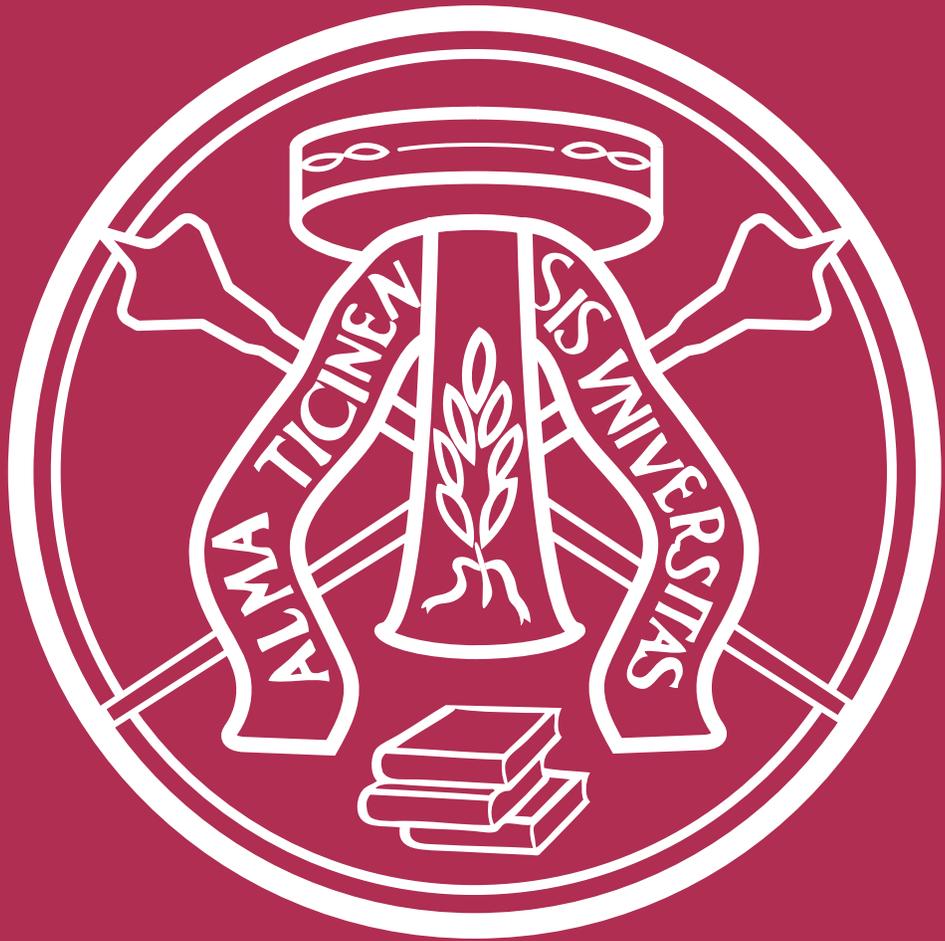


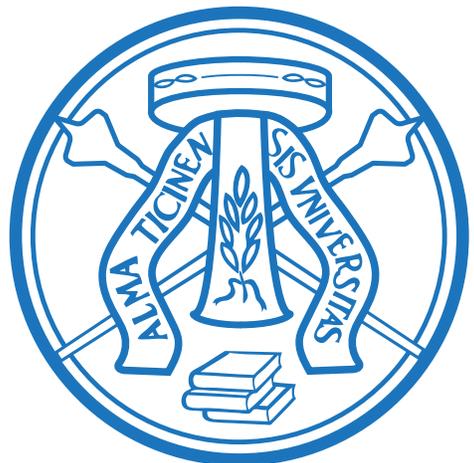
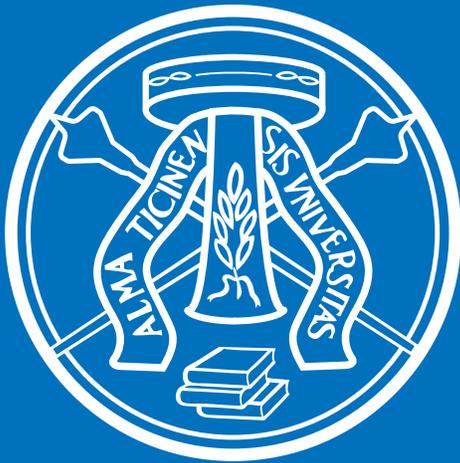
COOL GREY

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 60
R: 128 G: 130 B: 133
PANTONE® Cool Grey 8 U

HEX: 8B8D8E









MAIN LOGO DESIGN

Centratura



Inclinazione delle mazze rettorali a 40 gradi, per mantenere l'equilibrio generale del logo.

Stesso rapporto tra l'altezza del vettore relativo ai libri impilati e l'altezza della font UNIVERSITÀ DI PAVIA (accento escluso).

UNIVERSITÀ
DI PAVIA

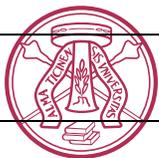
La spaziatura tra le due righe UNIVERSITÀ DI PAVIA è la stessa esistente tra il vettore libri impilati e il bordo esterno della circonferenza del logo.

Centratura



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Variante a sviluppo completamente orizzontale



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Variante a sviluppo orizzontale ed ingombro ridotto, con la dicitura PAVIA in rilievo e senza rilievo.



UNIVERSITÀ DI PAVIA

SMALL SIZE LOGO



UN LOGO SEMPLIFICATO PER USO SU PICCOLE DIMENSIONI: PERCHÉ?

Un logotipo elaborato come quello di UNIPV non può essere utilizzato in tutti i contesti grafici. Vi sono alcune occasioni in cui è necessario dotarsi di una versione semplificata, da poter inserire in contesti particolarmente “affollati” (elenco di loghi per enti patrocinanti iniziative, dimensioni ridotte a disposizione) onde evitare lo spiacevole effetto “macchia di colore” che spesso ha afflitto l’identità dell’Ateneo in passato.

In questa versione, denominata SMALL SIZE per convenzione, scompaiono i dettagli all’interno del drappo centrale e della pergamena posta a decorazione delle mazze rettorali.

Il risultato ottenuto è un logo comunque facile da identificare, non snaturato rispetto alla sua versione originale e facilmente riproducibile in caso di stampe di piccole dimensioni utilizzando tecnologia a getto di inchiostro (scenario tipico: carta intestata A4 prodotta da uffici dell’Ateneo).

30 punti



Il Rettore

20 punti



Il Rettore

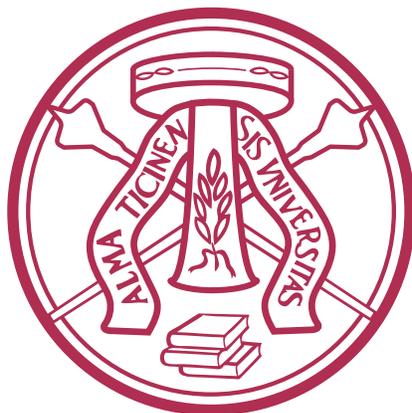
12 punti



Il Rettore

LIVELLI LOGO

LIVELLO 1 : PRIMARY LOGO



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

LIVELLO 2 : IL RETTORE / IL DIRETTORE GENERALE

Il logotipo “Università di Pavia” deve essere contenuto interamente nell'altezza della barra divisoria.
La distanza tra il logotipo e la barra divisoria è la stessa esistente tra la barra divisoria e la scritta successiva “Il Rettore”.





UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Il Direttore Generale



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Il Direttore Generale

LIVELLO 3 : DOCUMENTI INTERNI
(prevale il nome della struttura)



DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA
UNIVERSITÀ DI PAVIA



SEGRETERIE STUDENTI
UNIVERSITÀ DI PAVIA

LIVELLO 4 : CARTA INTESTATA CON NOMI DISPOSTI SU PIÙ RIGHE



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Area Relazioni Internazionali,
Innovazione Didattica
e Comunicazione

**LIVELLO 5 : DIPARTIMENTI, FACOLTA', CORSI DI LAUREA
UN LIVELLO COMPATIBILE SIA CON LA STAMPA
CHE CON L'USO DIGITALE**



UNIVERSITÀ DI PAVIA
ECONOMIA



UNIVERSITÀ DI PAVIA
**Corso di Laurea Magistrale
In Chimica e Tecnologia Farmaceutica**

LIVELLO 6 : ALTRI LOGHI UNIFORMATI ALLO STILE UFFICIALE

Se il Dipartimento/Facoltà, Corso di Laurea, Centro, Servizio, dispone di una propria identità affermata, o di un logo esteticamente valido, è giusto preservarne il valore, uniformandolo però allo stile ufficiale.

Alcuni esempi:



TIPOGRAFIA

Futura PT

La dicitura principale UNIVERSITÀ DI PAVIA viene mantenuta in Futura, variando la font da Futura-Book regular, la proposta precedente, a Futura PT Book.

Si noti che Futura PT non è comunque mai adottato, in questa brand identity, come font per il corpo testo di qualsivoglia comunicazione, a causa della sua scarsa leggibilità nello stile stampatello minuscolo. L'uso è sempre circoscritto a titoli o slogan.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÅ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzàáéîõø&12
34567890(\$£€.,!?)

Futura PT Light ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

Futura PT Light Oblique ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

Futura PT Book ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

utura PT Book Oblique ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

utura PT Medium ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

utura PT Medium Oblique ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

utura PT Demi ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

utura PT Demi Oblique ↻ ↺

UNIVERSITÀ DI PAVIA

Roboto Slab

Rr

Font slab serif dall'alta leggibilità e regolarità, la famiglia Roboto Slab è anch'essa una famiglia di font facente parte del pacchetto Adobe Creative Cloud, sincronizzabile sui computer degli operatori abilitati tramite l'applicazione Adobe Typekit; è inoltre parte delle Google Font, dunque di immediata applicazione per il web.

Roboto Slab viene utilizzata come font principale per tutti i testi prodotti, declinabile in tutti gli stili disponibili, al bisogno.

Università di Pavia
Università di Pavia
Università di Pavia
Università di Pavia

Characters

A B C C C D D E F G H I J K L M N O P Q R S S T U V W X Y
Z Z a b c c c d d e f g h i j k l m n o p q r s s t u v w x y z A
B B Г Г Д Ё Е Е Ж З С И Й J K Л Л М Н Њ О П Р С Т
Т У У Ф Х Ц Ч Ц Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я а б в г г д ђ е е ж з с
и і й j k л л м н њ о п р с т т у у ф х ц ч ш щ њ њ э
ю я A B Г Δ E Z H Θ I K A M N E O П P E T Y Ф X Ψ Q α β γ δ
ε ζ η θ ι κ λ μ ν ξ ο π ρ σ τ υ φ χ ψ ω á â é Ê Ë Ì Í Î Ó Ò Ó
Ô Ù Ý ÿ Đ Ā Ā Ē Ő Ū ā ā é ó ō ı 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' ! " (
) [#] { @ } / & \ < - + * = > © ® \$ € ¥ ¢ ; , . *

Garamond

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;' " (!?) +-*/=

Classica font serif print friendly, dall'alta leggibilità, adottata anche da numerosi media mondiali per le loro pubblicazioni, sia cartacee che web, rappresenta attualmente una delle font standard in Italia per l'editoria, declinata in varie versioni customizzate dalle case editrici (Einaudi Garamond).

Pur avendo solamente i tre stili principali nella sua versione base, (regular, italic e bold), Garamond è un jolly irrinunciabile, un'alternativa sempre valida per la redazione di testi, all'occorrenza può sostituire Robot Slab nel corpo di una lettera, specie se molto formale.

Viene quindi adottata come terza font ufficiale di Ateneo.

Cantami o Diva del pelide
Achille l'ira funesta.

1234567890

Roboto

Diretta "cugina" di Roboto Slab, ma sans serif, si tratta di un'altra famiglia di font facente parte del pacchetto Adobe Creative Cloud, sincronizzabile sui computer degli operatori abilitati tramite l'applicazione Adobe Typekit; è inoltre parte delle Google Font, dunque di immediata applicazione per il web.

Il corpo del testo di questo manuale d'uso è redatto in Roboto Thin 10 punti. I titoli delle sezioni interne sono in Roboto Slab Bold 11 punti, mentre i capitoli sono in Futura PT Book 16 punti, colore pieno 100%.

Per alcuni contenuti, vedi ad esempio i nuovi biglietti da visita coordinati con la brand identity, viene utilizzata insieme a Roboto Slab anche Roboto.

Roboto Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#%^&*()<>

USO DEI LOGHI

Ad ogni Servizio, Dipartimento o Facoltà dell'Ateneo viene distribuito, insieme a questo manuale d'uso, un pacchetto contenente file PDF vettoriali del logo, ovvero utili per la produzione grafica specie se su supporti di grandi dimensioni come poster o cartellonistica. L'uso del formato vettoriale è comunque consigliato ad un utente esperto, che abbia conoscenze avanzate di grafica e impaginazione.

All'interno del pacchetto vengono poi forniti anche un logo in formato .png (portable network graphics) per l'uso quotidiano anche all'interno del pacchetto Office e, infine, un formato .jpeg.

In totale il pacchetto contiene tre versioni (numericamente tre file) per ogni variante del logo, incluso il logo semplificato per le piccole dimensioni, per un totale di dodici file. Ogni versione del logo comporta delle regole di utilizzo precise, da seguire ogni volta ci si trovi a produrre dei contenuti.

Il logo principale o main logo viene fornito ad una misura standard, per tutti e tre i formati, costruito all'interno di un quadrato di 1000 pixel per lato.

Può essere ridimensionato, soprattutto per l'uso all'interno del pacchetto Office, ma non può in ogni caso essere più piccolo di 15 mm in larghezza, per permettere una lettura agevole della parte tipografica del marchio.

La sua posizione stabilità è in alto a sinistra di qualsiasi carta intestata, posto in maniera da lasciare almeno 25 mm dal limite sinistro e dal limite in alto del foglio, indipendentemente dall'impostazione dei margini del documento.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DELL'INSUBRIA



UNIVERSITÀ DI
PAVIA



European
Commission
Joint Research Centre

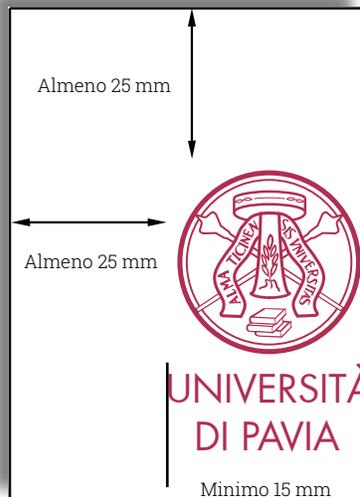


Commissione
europea
Rappresentanza in Italia
Ufficio di Milano



LE UNIVERSITÀ
PER EXPO 2015
COMITATO SCIENTIFICO
DEL COMUNE DI MILANO





Il logo non può essere posto in un'altra posizione rispetto al foglio di lavoro, non può essere deformato trascinandolo, non può essere privato della scritta "Università di Pavia" e non può essere riprodotto, se su un documento a colori, in un colore differente da quelli indicati nella palette colori di questo manuale.

I loghi secondari o varianti possono essere utilizzati solamente in casi particolari: il logo a sviluppo orizzontale è specifico per l'installazione di bandi e documenti da affiggere all'albo, oltre che per la realizzazione di header per siti web. In caso di bandi, le indicazioni relative alla posizione rispetto al foglio di lavoro sono le medesime.

Il logo compatto su due righe è invece concesso in situazioni quali la presenza di più loghi contemporaneamente, la maggior parte dei quali a sviluppo orizzontale (scenario tipico: sottopancia di una locandina con elenco di loghi).

Il logo specifico per le dimensioni ridotte, denominato small size logo, può essere utilizzato facoltativamente in ogni contesto grafico che richieda comunque l'inserimento del logo di Ateneo, pur con poco spazio a disposizione, dove cioè gli elementi grafici che compongono l'interno del logo andrebbero persi a causa dell'effetto "macchia di colore" che si verifica osservando il logo a distanza quando è molto rimpicciolito.

Un esempio pratico d'uso potrebbe essere un badge da convegno, oppure un'applicazione artistica su gadget da distribuire tramite i canali ufficiali o, infine, l'uso a video come logo in sottopancia, monocromatico, per accompagnare didascalie.

Questa versione deve essere invece obbligatoriamente utilizzata nei casi già anticipati nella sezione precedente - livelli logo; nello specifico, ai livelli 3, 4 e 5 della comunicazione tramite logo.

Questa scelta è motivata dalla non urgenza di ribadire l'identità nella sua interezza quando si tratta di comunicazione interna tra uffici e quando si sceglie di dare risalto al dipartimento/facoltà come mittente del messaggio.



DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA
UNIVERSITÀ DI PAVIA



SEGRETERIE STUDENTI
UNIVERSITÀ DI PAVIA



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

**Area Relazioni Internazionali,
Innovazione Didattica
e Comunicazione**



UNIVERSITÀ DI PAVIA

**Corso di Laurea Magistrale
In Chimica e Tecnologia Farmaceutica**



IL MOTTO

Altro obiettivo della brand identity, è quello di aumentare il sentimento di appartenenza delle persone coinvolte nel brand stesso, cioè i lavoratori. Nel mondo dell'università, molto spesso, questa funzione di collante è assolta da un motto. L'enorme difficoltà nel trovare un elemento che unisca tutta la comunità accademica è rappresentata dal fatto che un Ateneo non è fatto solo dalle persone che vi lavorano, ma anche e soprattutto dai suoi alunni.

Per lungo tempo l'Università di Pavia non ha avuto un suo vero e proprio motto; si era soliti citare il nome latino "Alma Ticinensis Universitas", ma senza investirlo della valenza di slogan a tutti gli effetti.

Questa nuova concezione dell'identità di Ateneo va a recuperare un motto classico, citato anche in diverse occasioni pubbliche come incipit o chiusura di una prolusione: PAR INGENIO VIRTUS, «la virtù sia pari all'ingegno».

Il motto è ben visibile sulla Torre dell'Orologio, una delle Tre Torri di Piazza Leonardo Da Vinci, simbolo di Pavia e della sua Università.



Il motto viene utilizzato come slogan di Ateneo nella comunicazione promozionale rivolta ad un pubblico italiano. Graficamente è rappresentato come una scritta in Futura PT Book, in varie misure, a colori e in scala di grigi.

Può essere usato anche come filigrana, come nel caso del nuovo badge di Ateneo, coordinato con la nuova brand identity.

PAR INGENIO VIRTUS

PAR INGENIO VIRTUS

PAR INGENIO VIRTUS

PAR INGENIO VIRTUS



Viene inoltre messo in evidenza un secondo motto, destinato alla comunicazione verso l'estero, coniato nel corso del 2016 e poi entrato a far parte dell'uso comune nei materiali prodotti per promuovere l'immagine dell'Università di Pavia nel mondo: WE CREATE KNOWLEDGE, WE INVENT THE FUTURE. SINCE 1361.

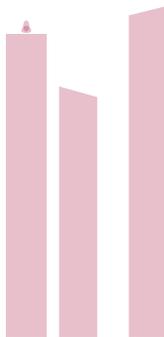
Questo motto può essere utilizzato come firma a pie' di pagina nelle e-mail di Ateneo, nelle presentazioni PowerPoint, come filigrana e/o motivo grafico, oppure come slogan in poster o cartellonistica, eventualmente anche rappresentato tipograficamente con una font corsiva, diversa dalle font ufficiali.

Nell'immagine, un particolare tratto da un roll-up promozionale.



I MOTIVI GRAFICI

Vengono adottati alcuni motivi grafici distintivi dell'Ateneo, assimilabili a degli stilemi. Possono essere utilizzati come icone, segnaposto, filigrane, per decorare badge, pannelli espositivi, cartoline, biglietti da visita, carte intestate, copertine di volumi, pagine web.





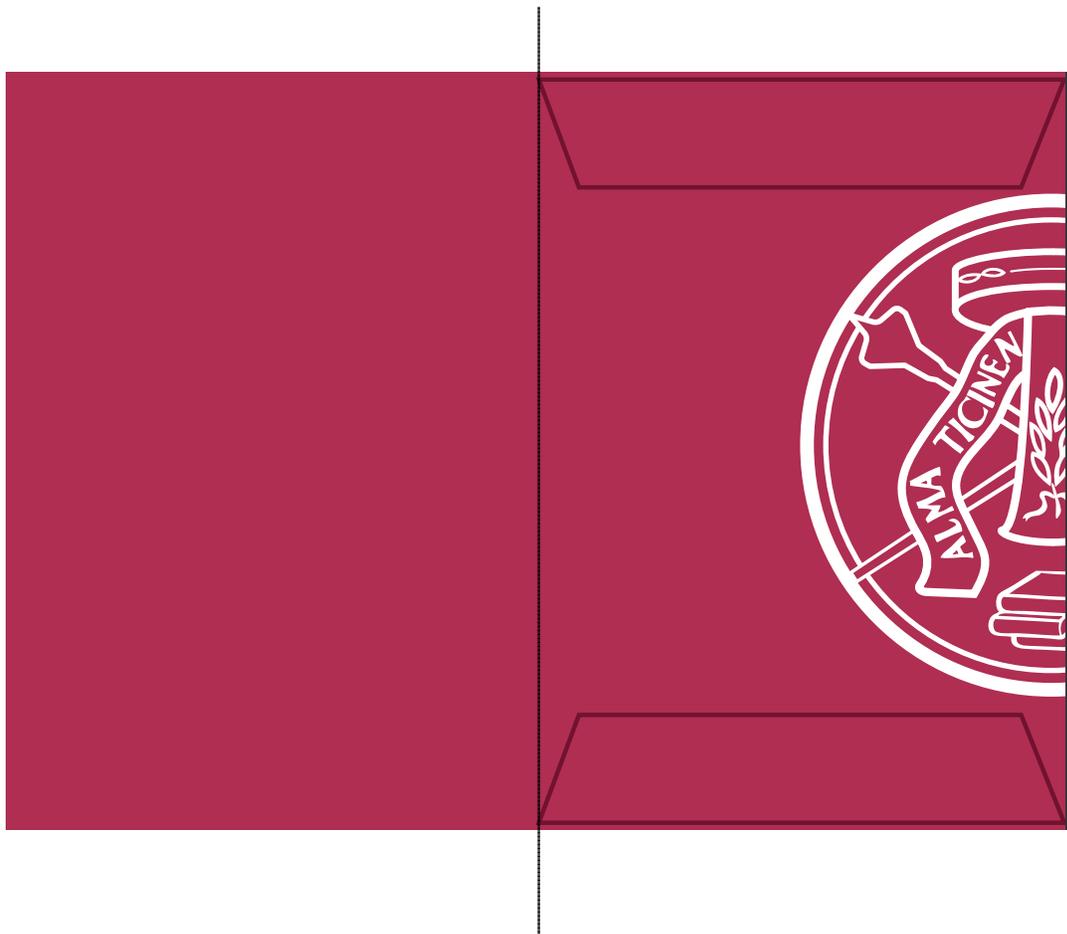


RAPPRESENTANZA

Esempio di cartellina A4 per convegno, in cartoncino plastificato (esterno):



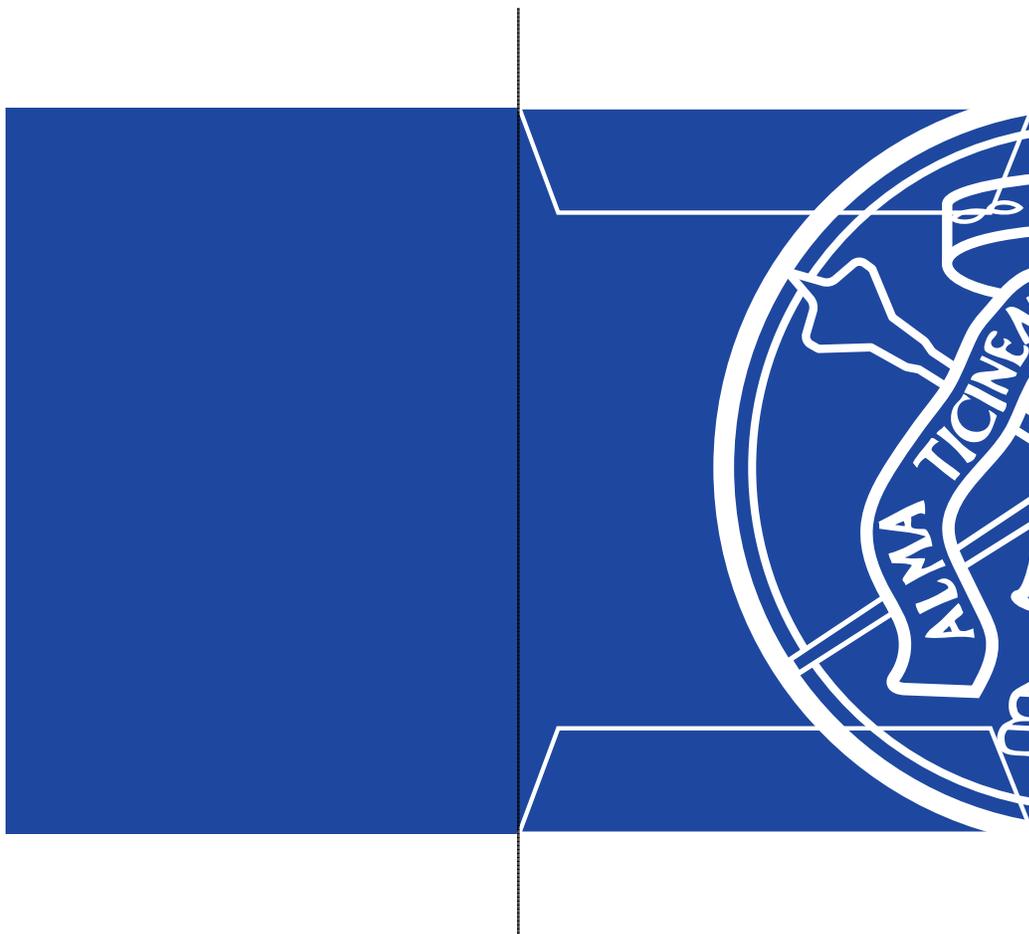
Esempio di cartellina A4 per convegno, in cartoncino plastificato (interno):



Esempio di cartellina A4 per convegno, in cartoncino plastificato (esterno):



Esempio di cartellina A4 per convegno, in cartoncino plastificato (interno):



Biglietti da visita standard in due varianti di colore. Stampa su carta rigata avorio 225g/mq:





UNIVERSITÀ
DI PAVIA



UNIVERSITÀ
DI PAVIA



UNIVERSITÀ
DI PAVIA



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Davide Barbieri
Dirigente

Area Relazioni Internazionali,
Innovazione Didattica e Comunicazione

Strada Nuova, 65 - 27100 Pavia
Tel. +39 0382 26 55 129

skype: Davide Barbieri

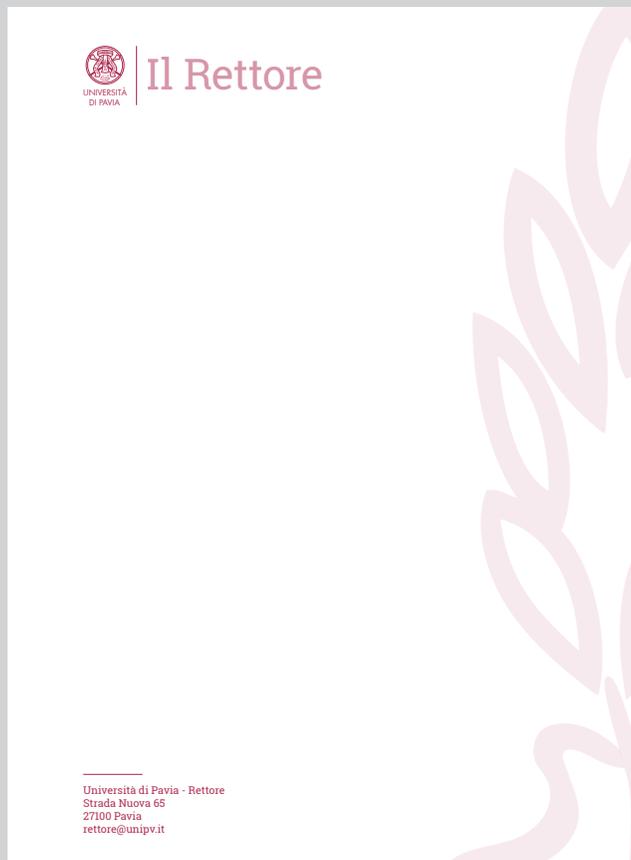
www.unipv.it

Davide Barbieri
Dirigente

Area Relazioni Internazionali,
Innovazione Didattica e Comunicazione

Strada Nuova, 65 - 27100 Pavia
Tel. +39 0382 26 55 129 / 4831
davide.barbieri@unipv.it
skype: Davide Barbieri
www.unipv.it

Due esempi di carta intestata, da stampare preferibilmente su carta 120g/mq e da rifilare con grafiche al vivo.





Relazioni Internazionali

**Oggetto: Nulla-osta per l'accoglimento della domanda d'iscrizione dello studente
al Programma Foundation Year dell'Università di Pavia.**

In riferimento alle procedure di pre-iscrizione a corsi di studio e corsi "Foundation Course" / "Anno Integrativo" / "Corsi Propedeutici" di cui al punto 5, parte VII, pag. 17 della Circolare Ministeriale "Procedure per l'ingresso, il soggiorno e l'immatricolazione degli studenti richiedenti visto ai corsi della formazione superiore in Italia per l'Anno Accademico 2018-2019 presso le istituzioni della formazione superiore" del 19 febbraio 2018, da parte di studenti extra-comunitari non regolarmente soggiornanti in Italia, in attesa che pervenga allo scrivente Ateneo la documentazione di rito così come puntualmente elencata dalle disposizioni sopracitate, si comunica che, allo stato attuale, nulla osta all'accoglimento dello studente in oggetto per l'iscrizione al Programma Foundation Year presso l'Università di Pavia. La prova di conoscenza della lingua italiana non è richiesta, in quanto trattasi di un corso preparatorio della durata legale di 11 mesi di lingua e cultura italiana, anche per principianti assoluti.

Come specificato nella Circolare Ministeriale, alla nota n.1 pag.2, detti corsi preparatori sono aperti anche a candidati che abbiano compiuto almeno 17 anni al momento del rilascio del Visto per studio a condizione che l'ordinamento scolastico di provenienza permetta loro l'ammissione alla frequenza scolastica in età precoce e l'acquisizione del titolo di studio finale in età antecedente al compimento del diciottesimo anno (11 anni di scolarità / K-11).

La commissione per la valutazione dei requisiti curriculari per l'accesso al corso preparatorio di cui sopra ha espresso parere positivo all'iscrizione dello studente per il prossimo Anno Accademico 2018-2019 (data di inizio del corso: ottobre 2018). Per maggiori informazioni si veda foundationyear.unipv.it
Una risposta definitiva circa la sua accettazione è tuttavia subordinata alla verifica puntuale della documentazione dello studente (Diploma originale tradotto e legalizzato, corredato da Dichiarazione di Valore e transcript of records) e del possesso dei requisiti necessari per procedere all'iscrizione.

Distinti Saluti

Il Direttore del Programma Foundation Year

Pavia, li 20 giugno 2018

Il Responsabile Servizio Relazioni Internazionali



Università di Pavia - Foundation Year Program
Corso Strada Nuova, 65
27100 Pavia - Italy
foundationyear.unipv.it
foundationyear@unipv.it

Sotto: esempi di gadget a marchio UNIPAVIA.

A lato: esempi di affissioni promozionali su supporti comuni.



**23 MAGGIO 2018
PORTE APERTE
#UNIPAVIA**



PER INGENUO VIRTUS A.D. 1361



**LA TUA UNIVERSITÀ.
PUBBLICA.
DI ECCELLENZA.
A MEZZ'ORA DI TRENO.
COSA ASPETTI?**



UNIVERSITÀ DI PAVIA

www.unipv.it

Altri esempi di shopper a marchio UNIPA-
VIA, realizzata in ecrù.



A seguire: esempi di installazioni esterne.





PAR INGENIO VIRTUS

PAR INGENIO VIRTUS

PAR INGENIO VIRTUS

PAR INGENIO VIRTUS



PAR INGENIO VIRTUS





PAR INGENIO VIRTUS



PAR INGENIO VIRTUS



Due esempi di manifesti 50x70 per promuovere iniziative di Ateneo.



**Raccolta Archeologica
e Gipsoteca**

Apertura ogni lunedì dalle 14:00 alle 17:00
e un sabato* al mese dalle 15:30 alle 18:30

Ingressi e prenotazioni: museo.unipi.it
Informazioni: museo.archeologia@unipi.it

Università di Pisa
**Museo di
Archeologia**



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

XXVIII
GIORNATA DEL
LAUREATO

Sabato 7 luglio 2018
Ore 19:00 > 23:00
Cortile Teresiano

Info e programma: www.unipv.it/laureato2018



MEDIA

Un rinnovo della brand identity non può prescindere dal dettare linee guida per il web editing, la produzione di video in-house e il media management.

Al netto di evoluzioni future che sicuramente potrà avere il web design del portale istituzionale dell'Ateneo, www.unipv.eu, è importante che gli utenti abilitati come webmaster seguano alcuni principi fondamentali nella creazione di siti tematici, riassumibili in pochi punti:

- Utilizzare sempre immagini ed elementi di grafica vettoriale in RGB;
- Utilizzare formati web friendly per immagini e grafica, cioè JPEG o preferibilmente PNG;
- Evitare dove possibile l'utilizzo di GIF animate o di elementi a bassa risoluzione;
- Aderire alla palette colori fornita con questo manuale;
- Utilizzare solo font previste in questo manuale per l'impaginazione di testi web;
- Rispettare gli stilemi e il family feeling dettato dal portale principale e da questo manuale d'uso.



UNIVERSITÀ DI PAVIA

MEDICINA E CHIRURGIA

[HOME](#)
[FACOLTÀ](#)
[DIDATTICA](#)
[UNIVERSITÀ E SSN/SSR](#)
[ASSICURAZIONE QUALITÀ](#)
[CONTATTI](#)
[AREA RISERVATA](#)
[NEWS](#)



Presidente della Facoltà

Prof. Carlomaurizio Montecucco

Presidenza di Facoltà c/o
Servizio Sanità e Didattica Medica

Via Forlanini, 8
27100 Pavia

T: 0362 98 7008
M: emfac07@unipv.it

Google Maps

Naviga per:

ERASMUS

EDUCAZIONE CONTINUA IN MEDICINA

PORTALE DEDICATO ALL'OFFERTA FORMATIVA DELLA FACOLTÀ DI MEDICINA E CHIRURGIA

"Se c'è amore per l'uomo, ci sarà anche amore per la scienza." Ippocrate

NEWS

Bando per l'accesso alle Scuole di Specializzazione di Area Sanitaria - Medici
Anno Accademico 2017-2018

Bando per la copertura di insegnamenti - Anno Accademico 2017-2018

Titolo della notizia numero 3

Titolo della notizia numero 4

Titolo della notizia numero 5

Titolo della notizia numero 6

Titolo della notizia numero 7

Cerca:



UNIVERSITÀ DI PAVIA

DOTTORATI DI RICERCA



HOME

CORSI DI DOTTRATO

PROGETTI DI RICERCA

CONTATTI

INFORMAZIONI DOTTORANDI

ENGLISH



OFFERTA FORMATIVA / GRADUATE PROGRAM

The University of Pavia provides graduate students with a unique experience.

The PhD programs offered by the University of Pavia are supervised by SAFD (Scuola Avanzata di Formazione Dottorale), the PhD Higher Education School. Our programs cover a wide range of topics and are organized into three disciplinary groups (macro-area): Science and Technology, Life Science, Human and Social Science.

UNIVERSITÀ DI PAVIA INGEGNERIA

HOME

CHI SIAMO

CORSI DI LAUREA

RICERCA

DIDATTICA

INTERNATIONAL

IMMATRICOLARSI

QUALITÀ

Convegno Nazionale

FOOD, LOSS AND WASTE:
il ruolo della plastica nel confezionamento alimentare

17.05.2018

Sala Dell'Annunciata

Presidente della Facoltà

Prof. Ing. Lalo Magni

lalo.magni@unipv.it

Segreteria di Presidenza
Via Ferrara, 5
27100 Pavia
T: 0382 98 5500
M: presing@unipv.it

Google Maps

Scorciatoie

APPELLI D'ESAME

AVVISI

ORARIO LEZIONI 1° SEMESTRE
A.A. 2017/2018

ORARIO LEZIONI 2° SEMESTRE
A.A. 2017/2018

REGOLAMENTI DIDATTICI

SEDUTE DI LAUREA

Cerca:

NUOVI BANDI D'AMMISSIONE A.A. 2018/2019



17/2018 - NEWS

Sono pubblicati i nuovi bandi d'ammissione per l'a.a. 2018/2019. Il bando di ammissione è un documento destinato agli studenti che intendono iscriversi ai nostri corsi di Laurea, Laurea Magistrale a ciclo unico e Laurea Magistrale. Contiene le seguenti informazioni: disposizioni generali; requisiti di ammissione; informazioni sull'eventuale prova di valutazione/prova di valutazione delle conoscenze iniziali; scadenze [...]

[Leggi...](#)

[Condividi](#) [Tweet](#)

PORTA APERTE ALL'UNIVERSITÀ DI PAVIA E TEST VALUTATIVO "TOLC" - 18 LUGLIO 2018



29/6/2018 - NEWS

Di seguito alcuni esempi di uso corretto della brand identity nella realizzazione di materiale video.







A cura del Servizio Comunicazione e del
Servizio Relazioni Internazionali dell'Uni-
versità di Pavia.

Team di lavoro:
Giampaolo Azzoni
Davide Barbieri
Patrizia Strozzi
Andrea Taccani
Alberto Zannetti

Redatto a settembre 2018

© Università di Pavia 2018



