



**UNIVERSITÀ
DI SIENA**
1240

4/aprile/2025

**“Da una nuova identità nascono nuove relazioni”:
presentata la nuova identità visiva dell’Università di Siena**

Sono stati riprogettati gli elementi comunicativi e grafici fondamentali, a partire dal logo istituzionale, con quattro principi: centralità delle persone, semplificazione, inclusione, evoluzione attraverso la collaborazione

Un’immagine rinnovata per rendere l’Ateneo più riconoscibile, coordinato e coerente, e dunque capace di generare connessioni più significative con la propria comunità e con il territorio. Venerdì 4 aprile 2025, nell’Auditorium del Santa Chiara Lab, l’Università di Siena ha presentato **le Linee guida della nuova identità visiva**, passaggio fondamentale di un percorso che, partendo dalla revisione del logo e dei principali strumenti di comunicazione visiva e passando dalla ristrutturazione del portale Unisi, mira a rappresentare in modo chiaro e coerente i valori, la storia e le *mission* di uno tra i dieci atenei più antichi del mondo. Alla presentazione sono intervenuti il Rettore **Roberto Di Pietra**, la Direttrice Generale, **Beatrice Sassi**, il Delegato alla Comunicazione, **Tiziano Bonini**, il Responsabile della Divisione stampa, comunicazione e URP, **Antonio D’Agnelli**, e i rappresentanti delle agenzie partner che hanno realizzato il progetto, **Riccardo Pallecchi**, cofondatore di Dinamo, e **Gianni Sinni**, designer e fondatore di Lcd. La nuova identità visiva dell’Ateneo (<https://www.unisi.it/comunicazione/identita-visiva>) si articola intorno ad alcuni principi fondamentali. In primo luogo, la **centralità delle persone**: studentesse e studenti, docenti, personale amministrativo e tecnico, *stakeholder*, cittadine e cittadini sono al centro del progetto, affinché l’esperienza comunicativa possa risultare accessibile, chiara e coinvolgente. In secondo luogo, la **semplificazione**, per fare in modo che ogni messaggio, digitale o cartaceo, trasmetta in modo immediato e comprensibile il proprio contenuto. Un valore imprescindibile è inoltre quello dell’**inclusione**, che si traduce nell’impegno a garantire accessibilità, usabilità e leggibilità, nel pieno rispetto delle diversità. Il progetto si fonda, infine, sul concetto di **evoluzione continua attraverso la collaborazione**, che vede nelle attuali Linee guida un nucleo iniziale destinato a essere costantemente affinato, sviluppato e aggiornato grazie al contributo attivo della comunità universitaria. Sul piano tecnico, con la nuova identità visiva sono stati completamente **revisonati gli elementi comunicativi e grafici fondamentali**, a partire dal **logo istituzionale**, composto dal sigillo storico raffigurante Santa Caterina d’Alessandria e dal logotipo “Università di Siena 1240”. Il nuovo logo riflette un approccio orientato all’innovazione e all’adattamento a canoni espressivi più funzionali e moderni, pur mantenendo una chiara continuità con gli elementi storici e tradizionali del sigillo araldico. Il sistema di comunicazione è completato dalla **palette cromatica**, che include il colore principale ispirato alla “Terra di Siena” e gradazioni coerenti,

assicurando riconoscibilità e versatilità su ogni formato; dai **font e tipografia** studiati per agevolare la leggibilità e valorizzare i contenuti, oltre che per veicolare un tono di voce istituzionale e aperto; infine dagli **strumenti e modelli** facilmente utilizzabili: carta intestata, bigliettini da visita, modello di slide per presentazioni, sfondo per teleconferenze, template per locandine e manifesti, materiali per i profili social, frontespizio delle tesi.

“Il modo in cui parliamo in pubblico, così come il modo in cui facciamo comunicazione visiva – ha detto il Rettore **Roberto Di Pietra** - plasma la percezione dell'Università di Siena che ne hanno le studentesse e gli studenti, le persone della comunità a cui apparteniamo, gli stakeholder, le istituzioni e le aziende, la società tutta. Farlo in modo coerente ci aiuta a costruire un'identità ancora più riconoscibile e autorevole: per questo abbiamo deciso di intraprendere un percorso strategico di rinnovamento e di ripensamento di tutte le modalità di comunicazione dell'Ateneo”.

“La realizzazione delle Linee guida di identità visiva, con la presentazione odierna - ha affermato la Direttrice Generale, **Beatrice Sassi** - è un passaggio significativo per la vita dell'Università di Siena. L'intera comunità e l'amministrazione in particolare dovranno ora raccogliere la sfida più importante, che è quella di adottare le Linee con tempestività e rigore. Il mio impegno andrà certamente in questa direzione. Ringrazio, dunque, tutte e tutti coloro che hanno lavorato a questo progetto, che sono convinta contribuirà anche a rafforzare il senso di appartenenza alla nostra istituzione”.

“L'identità visiva e comunicativa di una università – ha commentato il Delegato alla Comunicazione, **Tiziano Bonini** – deve essere capace di registrare e rispondere ai mutamenti del contesto, adattandosi alle nuove sfide degli ambienti comunicativi. Ri-progettare significa per noi dare forma a un mondo simbolico che prende vita attraverso tante narrazioni e contenuti, che devono essere espressione autentica e non artefatta della storia, dei valori e della missione pubblica del nostro ente. Con questo lavoro, per il quale ringrazio Dinamo e Lcd, abbiamo aggiornato l'immagine pubblica del nostro Ateneo, rimanendo allo stesso tempo saldi nelle nostre radici: ci siamo immaginati come parleremo 'domani' come comunità a partire da chi siamo oggi”.

“Da oggi – ha aggiunto **Antonio D'Agnelli**, Responsabile della Divisione stampa, comunicazione e URP - la sfida è quella di coinvolgere e interagire positivamente con la comunità di docenti, colleghe e colleghi, studentesse e studenti, strutture e uffici - cioè tutti coloro che 'fanno' la comunicazione dell'Ateneo - facilitando l'adozione delle Linee guida e degli strumenti operativi. Il tutto tenendo presente che obiettivo fondamentale di questo progetto è di creare insieme senso di appartenenza all'interno e autorevolezza verso l'esterno”.

Conclude **Riccardo Pallecchi**, Cofondatore di Dinamo: “dal 2024 Dinamo e LCD accompagnano l'Università di Siena in un percorso che va oltre il semplice restyling grafico. I risultati, oggi annunciati, segnano l'avvio di una trasformazione più ampia: un nuovo modo di comunicare che mette al centro la relazione con le persone e il ruolo pubblico dell'Ateneo.

Guardando al medio termine, l'obiettivo di un progetto del genere non è mai soltanto aggiornare gli strumenti di comunicazione, ma permettere ai propri clienti di costruire una relazione più accessibile, coerente e generativa di valore condiviso, dentro e fuori l'università. A tutto l'Ateneo vanno i nostri ringraziamenti e l'augurio di un percorso capace di generare idee, relazioni e creatività”.