



# LA COMUNICAZIONE

della SCUOLA NORMALE SUPERIORE

# INDICE

- |           |                                 |           |                                 |
|-----------|---------------------------------|-----------|---------------------------------|
| <b>01</b> | SOCIAL MEDIA POLICY             | <b>15</b> | materiali di promozione diretta |
| <b>05</b> | LINEE GUIDA DELLA COMUNICAZIONE | <b>16</b> | IDENTITÀ VISIVA                 |
| <b>09</b> | i siti web                      | <b>17</b> | il logo                         |
| <b>12</b> | i canali social                 | <b>24</b> | colori                          |
| <b>15</b> | relazioni con i media           | <b>27</b> | tipography                      |



# SOCIAL MEDIA POLICY

della Scuola Normale Superiore

# finalità

La Scuola Normale Superiore (nel seguito Normale) ha un proprio profilo ufficiale sui canali social per informare, creare relazione, coinvolgere e motivare tutti gli stakeholder a cui si rivolge, perseguiendo finalità istituzionali e di interesse generale. I profili ufficiali della Normale sui canali social non sostituiscono in nessun modo i compiti svolti dai servizi di front office né i contenuti presenti sul sito web istituzionale [www.sns.it](http://www.sns.it); hanno come obiettivo prioritario comunicare le attività essenziali della Normale e promuoverne l'immagine, restando coerenti alle linee editoriali generali previste per gli altri strumenti di comunicazione e, a loro integrazione, creare azioni di coinvolgimento e partecipazione e aggiornare in situazioni di emergenza.

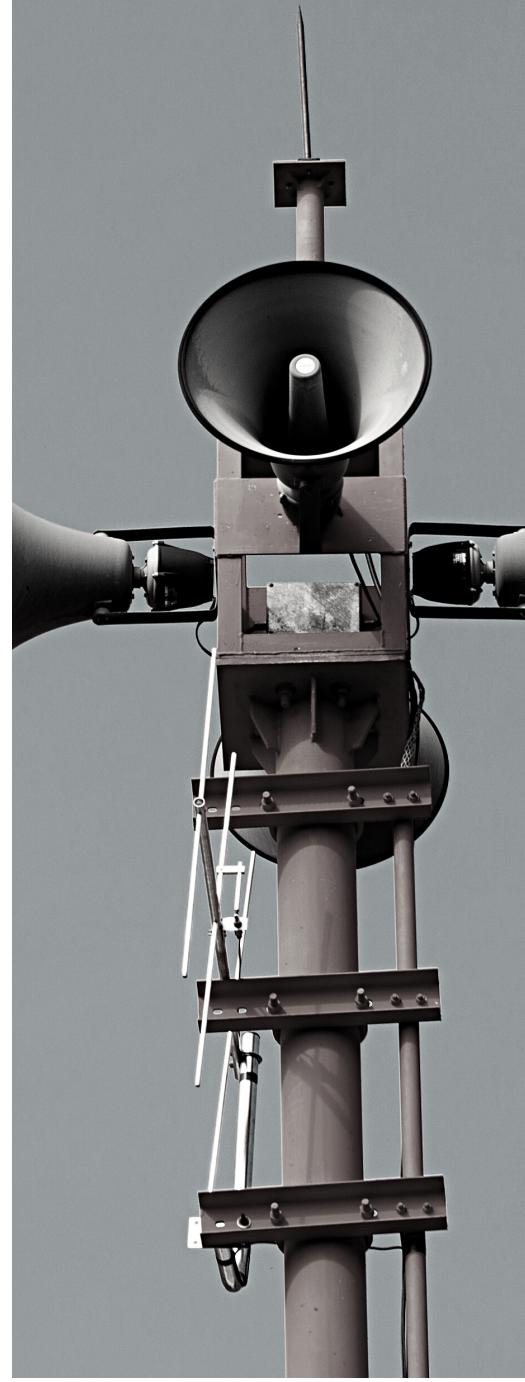
La Normale è ufficialmente presente sui seguenti social network: Facebook (<https://it-it.facebook.com/scuolanormale/>); <https://www.facebook.com/bibliosns/> <https://it-it.facebook.com/LaboratorioSAET/>), Twitter (<https://twitter.com/scuolanormale>), YouTube (<https://www.youtube.com/c/ScuolaNormaleSuperiore>), Instagram (<https://www.instagram.com/scuolanormale/>) e Linkedin (<https://www.linkedin.com/school/scuola-normale-superiore/>) e si riserva di segnalare eventuali casi di violazione della proprietà intellettuale o di abuso dell'identità o dell'immagine dell'Istituzione, anche tramite account falsi, ai gestori delle piattaforme e, se necessario, alle autorità giudiziarie competenti.

## contenuti

I contenuti pubblicati sui social media ufficiali della Normale sono prodotti dalla Normale stessa, se non indicato diversamente. La Normale può condividere occasionalmente (repost) contenuti e messaggi di terze parti (altri enti o persone) ritenuti di pubblico interesse e pubblica utilità. Pur impegnandosi a verificare la precisione, la provenienza e l'attendibilità di questi contenuti, la Normale non si assume alcuna responsabilità per eventuali informazioni errate e non aggiornate.

L'aggregazione dei contenuti pubblicati dalla Normale con contenuti di altra provenienza, la ripubblicazione in altro contesto, eventuali rielaborazioni e altre forme di trattamento da parte di terzi non sono sotto il controllo della Normale. La presenza di spazi promozionali a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dalla Normale non è sotto il controllo della stessa, ma è gestita in autonomia dagli stessi social network.

La pubblicità e la trasparenza dell'attività amministrativa della Normale sono realizzate esclusivamente con gli strumenti informatici, telematici e digitali appositamente stabiliti dalla normativa vigente a cui l'utente deve fare riferimento per ogni garanzia di ufficialità.



# regole di comportamento

I social network hanno dei termini di servizio che devono essere rispettati da tutti e tutte coloro che li utilizzano.

I contenuti pubblicati dalla Normale possono essere condivisi, commentati e utilizzati dagli e dalle utenti, nel rispetto dei termini di servizio di ogni canale social; se provenienti dal sito istituzionale [www.sns.it](http://www.sns.it), nel rispetto della licenza valida per i contenuti del sito e della normativa vigente.

Sui canali social della Normale tutti e tutte hanno la possibilità di partecipare attivamente. Ogni utente è direttamente ed esclusivamente responsabile, secondo la legislazione vigente, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime, ed è invitato/a:

- esporre la propria opinione con correttezza e misura, basandosi per quanto possibile su dati di fatto verificabili, e rispettare le opinioni altrui;
- evitare insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti violenti e discriminatori;
- rispettare sempre la privacy delle persone, evitando riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi;
- non utilizzare tali spazi per affrontare casi personali e limitarsi quindi ad argomenti di interesse pubblico;
- rispettare il tema specifico e di interesse generale delle discussioni, evitando di allargare il confronto in modo generico e indiscriminato;
- evitare ogni forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali;
- non pubblicare contenuti che violino il diritto d'autore e non utilizzare marchi registrati senza autorizzazione.

## moderazione

La Normale modera i propri spazi a posteriori, anche su segnalazione di terzi, allo scopo di contenere, nei tempi e nei modi ragionevolmente esigibili, eventuali comportamenti contrari alle regole d'uso. Nei casi più gravi – e in modo particolare in caso di mancato rispetto delle regole condivise in questo documento e dalla normativa vigente – la Normale si riserva la possibilità di cancellare i contenuti, allontanare gli utenti dai propri spazi e segnalarli ai filtri di moderazione dei social network ospitante e, in caso di mancato rispetto della legge, alle autorità giudiziarie competenti.

Possono essere sottoposti a moderazione, e se necessario rimossi senza avviso, i contenuti creati dagli/dalle utenti:

- non attinenti ai contenuti pubblicati dall'Ente o

all'argomento del post cui si riferiscono (i cosiddetti post "off topic");

- contenenti dati personali propri o di terzi, soprattutto se sensibili, o altre forme di violazione della privacy, ad esempio con riferimenti a informazioni o fatti personali o altri elementi che potrebbero consentire l'identificazione di persone o che possono causare danni o ledere la reputazione di terzi;
- che costituiscono messaggi indesiderati di qualsiasi genere (il cosiddetto "spam");
- inseriti ripetutamente e/o al fine di disturbare o provocare;
- che costituiscono pubblicità o promozione di attività commerciali, di prodotti o servizi privati con fini di lucro;
- che violano le norme sul diritto d'autore/copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato;
- con fine elettorale o propagandistico;
- contenenti minacce, insulti, turpiloquio, linguaggio inappropriato, violento, volgare, discriminatorio, irrISPETTOSO;
- che presentano contenuti ingannevoli;
- che presentano contenuti allarmistici;
- che presentano contenuti illeciti o di incitamento a compiere attività illecite;
- che costituiscono, in qualsiasi modo, violazione della normativa vigente, anche riguardo al rispetto della dignità personale, dei diritti umani e dei principi di libertà e uguaglianza;
- che presentano contenuti discriminatori per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali;
- che presentano contenuti osceni o tali da offendere la morale comune e la sensibilità degli utenti.
- che la Normale ritiene, nella sua piena discrezionalità, comunque non opportuni o attinenti con le proprie finalità istituzionali e di comunicazione.

## risposte

I canali social della Normale vengono presidiati, di regola, dal lunedì al venerdì. La Normale si impegna a leggere i quesiti e i messaggi e a fornire, quando richiesta, una risposta nel più breve tempo possibile.

I tempi di risposta variano in base alla tipologia di richiesta; in riferimento ai contatti con l'utenza tramite le applicazioni di messaggistica diretta previste da ciascun social network, l'Amministratore/ice potrà mettere in contatto l'utenza con la struttura competente.

## privacy

Si ricorda che il trattamento dei dati personali degli utenti all'interno delle piattaforme di social media è regolato dai termini di servizio delle piattaforme utilizzate (Facebook, Twitter, You Tube, Instagram) che ogni utente accetta al momento della registrazione e in ogni caso d'uso.

La pubblicazione di contenuti e le altre attività di gestione da parte della Normale nei propri account ufficiali sui social media avviene nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, (GDPR) e dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 recante Codice in materia di protezione dei dati personali e successive modifiche e integrazioni.

I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle leggi italiane sulla privacy.

## contatti

Gli/le utenti possono rivolgere le loro segnalazioni a:  
[social@sns.it](mailto:social@sns.it)



fortemente con

LINEE GUIDA DELLA  
COMUNICAZIONE

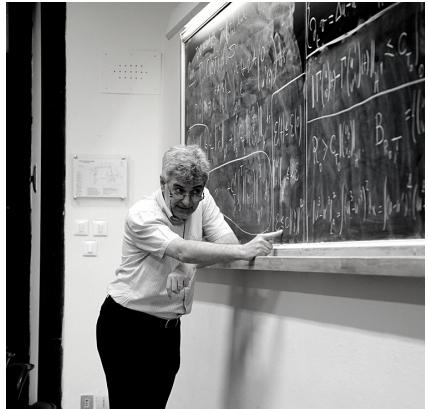
della Scuola Normale Superiore



## OBIETTIVI

La comunicazione esterna della Normale ha come obiettivo la diffusione (strategica e pianificata) di informazioni relative alle attività che vi si svolgono e della sua Mission, e la promozione e la valorizzazione dell'immagine della stessa. La comunicazione interna ha lo scopo di creare una comunità consapevole e partecipe della visione e dei valori della Normale, così come dei suoi obiettivi strategici di lungo, medio e breve periodo, e degli strumenti messi in atto per realizzarli.

Un'efficace comunicazione – esterna e interna – concorre alla costruzione di un'immagine della Normale coerente e coesa, elemento indispensabile al rafforzamento del brand, all'efficacia del suo impatto, posizionamento e reputazione.



## STAKEHOLDER

La comunicazione della Normale si rivolge agli interessi e ai bisogni di differenti stakeholder:

- la comunità della Normale, nelle sue varie componenti (studenti, personale docente, di ricerca e tecnico-amministrativo);
- potenziali studenti e studentesse (per il corso ordinario e PhD);
- le famiglie dei futuri studenti e studentesse;
- le istituzioni scolastiche;
- la cittadinanza;
- i media;
- il personale docente e di ricerca di altre istituzioni di alta formazione e ricerca;
- gli Alumni e le Alumnae;
- le imprese e i soggetti privati;
- le organizzazioni e gli enti pubblici e privati, anche internazionali.

# STRUMENTI

SITI WEB

siti istituzionali (sns.it, NormaleNews, Amministrazione Trasparente) e delle strutture

CANALI SOCIAL

Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin, YouTube

MEDIA

giornali, radio, TV

BTL

poster, brochure, dépliant, opuscoli

# i siti web

I siti web della Normale rappresentano il principale strumento di comunicazione istituzionale di Ateneo. [www.sns.it](http://www.sns.it) è il portale che veicola le informazioni, rimandando per ulteriori approfondimenti, là dove necessario, ai due siti, Amministrazione Trasparente per i contenuti in materia di trasparenza degli enti pubblici italiani, e NormaleNews per le notizie.

I siti istituzionali diffondono informazioni e contenuti su didattica, ricerca, terza missione, internazionalizzazione, attività amministrativa, e forniscono – attraverso le piattaforme gestionali – i principali servizi telematici. Essi si ispirano a principi di trasparenza, partecipazione e accessibilità (conformemente al D.lgs 10 agosto 2018, n. 106 che ha recepito la direttiva UE 2016/2102 del Parlamento europeo e del Consiglio), e assicurano la massima circolazione di informazioni complete e qualificate tra la Normale e i suoi utenti. Essi inoltre assolvono l'obbligo di pubblicazione di atti, provvedimenti amministrativi (di cui:

- a) alla L. 07 agosto 1990, n. 241 recante Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi e smi;
- b) alla L. 18 giugno 2009, n. 69 recante Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile e smi;
- c) al D.lgs. 14 marzo 2013, n. 33 recante Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni e smi).

Essi recano i contenuti minimi individuati dalla normativa vigente, con particolare riferimento alla L. 07 giugno 2000, n. 150 recante Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni e al D.lgs. 07 marzo 2005, n. 82 recante Codice dell'amministrazione digitale e smi.

Ai siti web istituzionali si aggiungono quelli delle strutture della Normale (Centri, Laboratori, Strutture dell'Amministrazione), che – in un coerente quadro comunicativo – trasmettono informazioni specifiche sulle proprie attività.

Il sistema dei siti web della Normale promuove la condivisione della Mission istituzionale, per valorizzare l'immagine e il brand dell'Ateneo a livello locale, nazionale e internazionale, anche in interazione con altri strumenti di comunicazione. La sua struttura complessa, quindi, deve essere ricondotta a un modello identitario che favorisca la riconoscibilità all'esterno e consolida il senso di appartenenza all'interno.

Nel quadro delle linee guida per i siti web della

Pubblica amministrazione, i principi con cui sono progettati e gestiti i siti web della Normale sono:

- accessibilità;
- usabilità;
- semplificazione del linguaggio e dei procedimenti;
- completezza e correttezza dell'informazione;
- qualità dei contenuti;
- costante aggiornamento.

Nel caso in cui sul sito web siano presenti informazioni e richieste che necessitino dell'inserimento di dati personali da parte degli utenti, tali dati saranno esclusivamente trattati nel pieno rispetto della normativa vigente sulla protezione dei dati personali.

Specifici servizi on-line o pagine web possono contenere regole di funzionamento o di comportamento particolari in relazione ai servizi erogati o alle finalità individuate. La Normale, per esigenze di interesse pubblico o di tutela della riservatezza, si riserva di effettuare forme di comunicazione selettiva, destinate esclusivamente a soggetti determinati o determinabili, anche mediante accesso riservato a pagine o servizi web.

## redazione dei contenuti

I contenuti principali relativi alla didattica, alla ricerca e all'anagrafica sono resi visibili grazie all'integrazione dei siti web istituzionali con le principali banche dati ufficiali di Ateneo, che permettono l'aggiornamento automatico, simultaneo e distribuito dei dati. L'inserimento di ulteriori contenuti è gestito redazionalmente da Redazione Web Centrale e Redazione Web Distribuita.

La Redazione Web Centrale indirizza, supporta e coordina la Redazione Distribuita, garantendo la fruibilità, la qualità delle informazioni prodotte e pubblicate e la coerenza della comunicazione, secondo le linee di indirizzo e gli obiettivi indicati dalla programmazione strategica.

La Redazione Web Centrale è costituita da:

- il/la Direttore/Diretrice;
- il/la responsabile dell'Ufficio Comunicazione, che la coordina;
- il/la Vicedirettore/Vicediretrice, a cui è affidato lo svolgimento dei compiti inerenti alla Didattica, alla Terza Missione e all'Accreditamento
- l'addetto/a stampa, che è Responsabile della Procedura di Pubblicazione di news e comunicazioni sul sito web NormaleNews;
- il/la responsabile dell'Area Progetti e Servizi ICT;
- il/la responsabile dell'Ufficio Sicurezza informatica;
- il/la responsabile della protezione dati (DPO);
- il/la traduttore/ice da e per l'inglese dei testi istituzionali.

La Redazione Web Centrale si riunisce di norma una volta al mese, e può invitare agli incontri ulteriori partecipanti del personale accademico o PTA affinché contribuiscano alla discussione di specifici temi e questioni.

La Redazione Web Centrale:

- assicura il rispetto delle linee di indirizzo;
- mantiene la corretta organizzazione dei contenuti informativi del sito;
- garantisce il rispetto dei principi di usabilità e accessibilità;
- cura il coordinamento tra i siti web istituzionali della Normale e i siti delle strutture, per garantire coerenza e univocità, delle informazioni e comunicativa, nel sistema web dell'Ateneo;
- sostiene il necessario raccordo tra lo sviluppo dei siti web istituzionali e la realizzazione di altri strumenti di comunicazione e servizi digitali;
- supporta gli e le RPP (responsabili di Procedura della Pubblicazione) della Redazione Distribuita per l'utilizzo ottimale degli strumenti gestionali e per il rispetto di omogenee regole di stile per la scrittura sul web e l'utilizzo di immagini;
- risponde alle necessità informative dell'utenza assicurando la coerenza delle informazioni riportate;
- garantisce la qualità dei contenuti, la chiarezza, la correttezza e l'inclusività del linguaggio verbale e visivo;
- promuove il continuo miglioramento nell'organizzazione dei contenuti, anche attraverso attività di formazione interna.

La Redazione Web Distribuita è costituita da RPP che vengono individuati (vd. infra, "Ruoli e Responsabilità") all'interno di Aree/Servizi/Uffici/Centri/Laboratori, per inserire i contenuti dei siti istituzionali e di struttura di propria pertinenza.

Gli e le RPP della Redazione Web Distribuita sono abilitati ad intervenire solo per alcune sezioni o pagine del sito:

- inseriscono gli aggiornamenti dei contenuti della sezione loro assegnata dalla Redazione Web Centrale;
- si coordinano costantemente con la Redazione Web Centrale per quanto riguarda gli aggiornamenti sostanziali e le modifiche della struttura dei contenuti del sito;
- concordano con il proprio o la propria Responsabile ogni eventuale modifica con cui intervenire sulle pagine già pubblicate;
- assistono il personale della propria struttura per quanto concerne l'uso del sito.

Come per la Redazione Web Centrale, la Redazione Web Distribuita risponde alle necessità informative dell'utenza assicurando l'integrità delle informazioni riportate, il loro costante

aggiornamento, la completezza, la tempestività, la semplicità di consultazione, la comprensibilità, l'omogeneità, la facile accessibilità.

La Redazione Web Centrale può modificare o rifiutare la presentazione di quei contenuti, verbali e visivi, ritenuti non idonei ai fini istituzionali della Normale, non sufficienti per chiarezza e semplicità dell'informazione, non consoni all'immagine dell'Ateneo.

## ruoli e responsabilità

I siti web istituzionali della Normale vedono coinvolte professionalità, di seguito elencate, con compiti di controllo e di responsabilità.

### Il/la Responsabile del Procedimento di Pubblicazione (RPP)

Il /la RPP ha il compito di assicurare che i contenuti presenti nell'area di sua pertinenza siano appropriati, corretti, aggiornati e conformi a quanto previsto nelle presenti Linee Guida.

Il/la RPP, all'interno delle strutture amministrative, coincide con il/la Responsabile della struttura pertinente all'informazione; all'interno dei Laboratori e Centri corrisponde al Direttore/Diretrice.

Il/la RPP può nominare referenti operativi individuati all'interno della propria struttura, i cui nominativi sono comunicati alla Redazione Web Centrale che:

- provvede a creare loro un account per accedere al sistema informatico gestionale dei contenuti con specifici diritti di pubblicazione;
- predispone, in collaborazione con l'Ufficio Organizzazione e Valutazione, idonei percorsi di formazione e aggiornamento.

In caso di mancata nomina, l'RPP coincide con il responsabile della struttura o con chi dirige il Centro/Laboratorio.

La responsabilità della pubblicazione di dati, informazioni e documenti sulle pagine di "Amministrazione trasparente" è definita dal Piano triennale di prevenzione della corruzione e trasparenza o da altri atti a quello collegati.

La responsabilità della pubblicazione di dati, informazioni e documenti all'Albo ufficiale on-line della Normale resta disciplinata dalla normativa di settore.

La pubblicazione sul sito determina responsabilità personale, patrimoniale e giuridica da parte dell'autore.

### Il/la responsabile dell'Accessibilità Informatica

Il/la Responsabile dell'Accessibilità Informatica costituisce il punto di riferimento della Normale per tutte le iniziative connesse al rispetto delle norme in materia.

È la figura coinvolta nella procedura di valutazione diretta ad assicurare il costante livello di accessibilità e di fruibilità del sito e coincide con il/la Responsabile dell'Area Progetti e Servizi ICT. Il/la Responsabile dell'Accessibilità Informatica può nominare referenti operativi individuati all'interno della propria struttura. Il/la Direttore/Direttrice, con proprio provvedimento, può nominare un/a delegato/a cui affidare le funzioni di controllo in merito ai contenuti dei siti web istituzionali di Ateneo.

## caratteristiche dei contenuti

Oltre a essere conformi alla Mission istituzionale della Normale, i contenuti pubblicati sul sito web istituzionale e sui siti delle strutture devono soddisfare i seguenti requisiti:

- essere utili e pertinenti con le finalità istituzionali e/o con le finalità della struttura di riferimento;
- fornire informazioni corrette, adeguate ed esaustive all'utenza, rispettando i criteri di trasparenza e di semplificazione del rapporto tra utenza e Istituzione previsti dalla normativa;
- essere facilmente reperibili e fruibili, corretti e completi;
- essere costantemente aggiornati;
- essere accessibili, usabili e di facile consultazione;
- evitare la duplicazione su Sito Web istituzionale e Siti Web delle strutture, riportando le informazioni in un'unica pagina di riferimento;
- rispettare le corrette regole per il trattamento dei dati personali e la tutela della privacy;
- fornire all'utente la certezza istituzionale della fonte;
- utilizzare un linguaggio chiaro e inclusivo (anche visivo);
- rispettare i principi definiti nel Codice Etico di Ateneo.

## pubblicazione dei contenuti

Gli/le RPP della Redazione Web Distribuita si occupano di raccogliere della struttura a cui afferiscono i contenuti (insieme a eventuali informazioni di contesto che possono essere necessarie per realizzare nel modo migliore l'intervento) destinati all'aggiornamento di pagine web già esistenti, di elaborarli e di inserirli nelle sezioni loro assegnate.

La struttura che produce l'informazione da pubblicare è chiamata a collaborare per il successivo monitoraggio degli aggiornamenti.

Nel caso in cui materiali e informazioni siano del tutto nuovi, cioè non collegabili a pagine o sezioni del sito già esistenti, occorre definire, insieme alla

Redazione Web Centrale, la soluzione comunicativa migliore.

Tutte le pagine dei siti web istituzionali devono essere redatte conformemente all'identità visiva della Normale utilizzando stili e template forniti, garantendo un'immagine coordinata, graficamente e editorialmente omogenea e una User Experience coerente, così che l'utente riconosca la fonte delle informazioni contenute, navighi agevolmente all'interno dei siti e percepisca la certezza istituzionale del contenuto.

Gli RPP, nella gestione dei Siti web di struttura o delle sezioni assegnate, sono direttamente responsabili di eventuali violazioni dei principi, stabiliti nelle presenti linee guida, con cui è progettato e gestito il sistema dei siti web della Normale.

Tutti i contenuti devono essere pertinenti alle attività e alle funzioni ufficiali della Normale. I contenuti non direttamente attinenti non sono pubblicabili e, nel caso in cui venissero comunque pubblicati, possono essere rimossi in qualunque momento dalla Redazione Web Centrale.

Non sono pubblicabili sul sito web della Normale:

- contenuti diffamatori, offensivi e discriminatori o che esplicitano, in forma diretta o indiretta, posizioni di parte in riferimento a temi di natura sessuale, religiosi, politici, sindacali e etnici;
- contenuti di natura commerciale, anche se questi sono evidenziati attraverso link pubblicati nelle pagine del sito web di Ateneo;
- contenuti che evidenziano informazioni di natura privata non direttamente connesse all'attività istituzionale dell'Università;
- e comunque tutti i contenuti contrastanti con il Codice Etico di Ateneo.

## bilinguismo

Il nuovo portale sns.it è interamente bilingue, italiano/inglese, ad esclusione di dati importati da gestionali redatti esclusivamente in italiano, e allegati in italiano che non sono stati tradotti. A tendere, tutti i siti istituzionali e di struttura dovranno avere una versione parallela in inglese.

## copyright

Le pagine dei siti web istituzionali e delle strutture non possono contenere materiale coperto da diritto d'autore o copyright (comprese immagini, testo e software), salvo approvazione esplicita e riportata da parte del/la titolare dei diritti.

# i canali social

La Normale ha un proprio profilo ufficiale sui canali social per informare, creare relazione, coinvolgere e motivare tutti gli stakeholder a cui si rivolge, perseguiendo finalità istituzionali e di interesse generale. I profili social ufficiali della Normale non sostituiscono in nessun modo i compiti svolti dai servizi di front office né i contenuti presenti sul sito web istituzionale; hanno come obiettivo prioritario comunicare le attività principali della Normale e promuoverne il brand, restando coerenti alle linee editoriali generali previste per gli altri strumenti di comunicazione e, a loro integrazione, creare azioni di coinvolgimento e partecipazione e aggiornare in situazioni di emergenza.

L'utilizzo dei canali social da parte di strutture e laboratori attraverso l'apertura di propri profili è consentito e supportato dalla Normale per incentivare una differente e più immediata comunicazione. Le finalità dei profili social riconosciuti dalla Normale devono essere coerenti con le finalità istituzionali e con le linee editoriali generali previste per gli altri strumenti di comunicazione.

## il profilo di ateneo della Normale sui canali social

La Normale è attiva con un profilo ufficiale di ateneo su Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin e Youtube. La gestione del profilo di ateneo della Normale è affidata alla Redazione Social, che elabora una pianificazione strategica e integrata dei contenuti attraverso la stesura di un piano editoriale (PEd) annuale, approvato dalla Redazione Web Centrale, che mira a:

- promuovere le attività della Normale e le sue tre missioni (didattica, ricerca, terza missione);
- diffondere la conoscenza sulla ricerca che si svolge in Normale, sui suoi strumenti e i suoi prodotti;
- informare sulle attività di Public Engagement;
- promuovere il brand Scuola Normale Superiore attraverso campagne multichannel in grado di aumentarne visibilità e relazioni;
- creare un dialogo con i propri e le proprie utenti, per costruire relazioni e coinvolgere;
- mostrare sempre e comunque disponibilità all'ascolto e al confronto.

La redazione del piano editoriale si articola sulle seguenti tematiche:

- Didattica
- Ricerca
- Public Engagement
- Trasferimento tecnologico
- Orientamento
- Alumni e Alumnae

- Studenti e studentesse
- Vita collegiale
- Internazionalizzazione
- Finanziamenti, bandi e borse di studio
- Storia della Normale
- Vita collegiale e community

Le varie tematiche vengono distribuite in modo differenziato sui diversi canali social, tenendo conto delle specificità di linguaggio e di utenti delle varie piattaforme.

La Redazione Social, è costituita dal/la Responsabile dell'Ufficio Comunicazione, che la coordina, dai/le amministratori/ici dei canali social istituzionali e dall'addetto/a stampa.

Una volta al mese il coordinatore o coordinatrice della redazione si confronta con la Redazione Web Centrale per aggiornarla sull'andamento dei canali social della Normale e concordare eventuali integrazioni al Piano editoriale.

## i contenuti video

L'Ufficio Comunicazione, attraverso i referenti del comparto video, si occupa di:

- riprendere convegni, seminari ed eventi che si svolgono alla Normale;
- trasmettere in diretta streaming su Youtube e/o Facebook eventi di interesse pubblico organizzati alla Normale;
- realizzare video che promuovono le attività istituzionali e di ricerca;
- postprodurre i materiali video perché possano essere fruibili sui canali social.

Le richieste di registrazione, streaming e pubblicazione su Youtube di convegni e di eventi vanno inviate per tempo a [video@sns.it](mailto:video@sns.it) dagli organizzatori e organizzatrici dell'iniziativa, così da permettere un'adeguata calendarizzazione delle riprese. È possibile che, in caso di concomitanza di eventi che richiedono il supporto del comparto video, o di impegni nell'attività di postproduzione e produzione video che impediscono al personale di effettuare le riprese, le richieste non possano essere accolte; in quel caso organizzatori e organizzatrici dovranno ricorrere ad un service esterno.

La richiesta di realizzazione di video che promuovono le attività istituzionali e di ricerca della Normale deve essere indirizzata a [video@sns.it](mailto:video@sns.it).

## pubblicazione dei contenuti sui canali social

Sulla base del Piano editoriale, la Redazione Social elabora ogni settimana una programmazione dei contenuti da pubblicare sui diversi canali. È compito della Redazione individuare gli argomenti chiave e la forma in cui presentarli, anche attraverso un coinvolgimento delle diverse strutture della Normale, le quali sono incoraggiate a proporre contenuti da inserire nel PEd e i cui responsabili sono invitati periodicamente a partecipare alle riunioni della Redazione Social, affinché contribuiscano all'elaborazione di specifiche strategie di comunicazione.

Le proposte di pubblicazione su Facebook, Twitter, Instagram e Linkedin vanno inviate a social@sns.it dai/dalle responsabili di struttura o da loro referenti. Personale di ricerca, docenti, studenti e studentesse inviano le proposte autonomamente. La richiesta di pubblicazione delle riprese video (anche se effettuate da service esterni) di convegni ed eventi della Normale sui canali Youtube SNS tematici (Istituzionale, Humanities, Sciences, Political and Social Sciences) deve essere indirizzata a video@sns.it. La Redazione Social valuterà inoltre se promuovere i contenuti video, debitamente postprodotti, anche su altri canali social.

Le richieste di pubblicazione di contenuti, video compresi, devono fornire:

- informazioni dettagliate e precise;
- un breve abstract che illustri efficacemente il contenuto proposto e permetta alla Redazione Social di redigere il testo dei post;
- alcune parole chiave utili alla metadatazione.

È possibile suggerire un visual di accompagnamento. Le proposte devono pervenire, tranne urgenze, almeno una settimana prima della data in cui si prevede la pubblicazione, per permettere il loro inserimento coerente nel PEd. In caso di eventi o iniziative di particolare rilievo è consigliabile contattare molto prima la Redazione Social, per progettare un'adeguata campagna, distribuita nel tempo.

## attivazione di nuovi canali social

Tutti i profili social ufficiali della Normale devono:

- essere immediatamente collegati a una struttura della Normale;
- riportare il logo dell'Ateneo o includere il logo dell'Ateneo – integro e nell'osservanza dello spazio di rispetto – all'interno dei visual;
- essere presidiati e moderati. L'amministratore o amministratrice (admin) del profilo deve essere nominato dal responsabile della struttura e indicato all'Ufficio Comunicazione.

L'Ufficio Comunicazione supporta le strutture che

intendono aprire account social, fornendo informazioni e chiarimenti sul sistema dei social media SNS e suggerendo quale o quali piattaforme utilizzare in base alle esigenze e ai target di riferimento. Per aprire un nuovo account, profilo o pagina, le strutture devono inviare richiesta alla Redazione Social, all'indirizzo mail social@sns.it, che si occuperà di sottoporla alla Redazione Web Centrale.

Le richieste devono includere le seguenti informazioni:

- denominazione della struttura;
- piattaforma/e social scelta/e;
- denominazione dell'account;
- referente e admin dell'account (se diversi) e relativi contatti;
- sito web (attivo);
- target di riferimento;
- piano editoriale dei contenuti.

Nell'elaborare il PEd devono condividere i principi e gli obiettivi del profilo di ateneo, e orientarsi sulle tematiche individuate.

L'Ufficio Comunicazione provvede a fornire l'immagine di profilo coerente con l'identità visiva della Normale, e il link alla social media policy. Eventuali variazioni delle informazioni di base dell'account comunicate in occasione della sua apertura, soprattutto per quanto riguarda il/la referente o l/admin, devono essere comunicate tempestivamente alla Redazione Social.

Le strutture che amministrano account, pagine o profili social attivati precedentemente a queste linee guida devono inviare a social@sns.it una scheda contenente tutte le informazioni previste per la richiesta di apertura di nuovi account.

A chi presidia e gestisce i canali social ufficiali è richiesto di garantire un'attività costante di monitoraggio dei contenuti e dei dati statistici forniti dalle piattaforme ospitanti. In particolare, è necessario prestare particolare attenzione ai messaggi e ai commenti degli utenti: è importante fornire riscontro immediato, direttamente – se di competenza – o indicando i contatti di riferimento.

Per commenti sensibili o richieste complesse, si invita chi gestisce gli account a rivolgersi all'Ufficio Comunicazione per concordare le risposte.

Per alimentare una community basata sulle interazioni e sullo scambio di informazioni di pubblico interesse, è importante segnalare alla Redazione Social i contenuti più rilevanti per l'intera comunità universitaria, pubblicati sui singoli account, e condividere le notizie significative per il proprio pubblico di riferimento dagli account ufficiali di Ateneo.

L'admin dei profili social di Ateneo è direttamente responsabile dell'uso delle pagine social, dei contenuti che pubblica, delle modalità con cui opera, dei profili social che sceglie di seguire, della eventuale scelta di condividere contenuti prodotti da

altri. Qualora si pubblichino notizie provenienti da siti esterni all'Ateneo (repost) è necessario verificare l'attendibilità della fonte e la data in cui è stata pubblicata la notizia. Per qualsiasi dubbio sull'affidabilità dell'informazione è consigliabile contattare la Redazione Social per un confronto. L'admin è tenuto/a a svolgere un'attività di moderazione e a far rispettare, all'interno degli spazi che gestisce, la social media policy di Ateneo. Nel caso in cui si verifichino violazioni da parte degli utenti, l'admin prenderà i provvedimenti descritti dalla policy.

La Redazione Social può monitorare i contenuti pubblicati dagli account delle strutture e segnalare alla Redazione Web Centrale eventuali violazioni della social media policy e di queste linee guida.

## contenuti editoriali

Nel produrre contenuti da pubblicare sui profili social ufficiali sarà necessario tenere conto di alcuni aspetti fondamentali che riguardano il tono di voce (verbale e visivo) attraverso il quale la Normale esprime la propria identità e personalità, la modalità di scrittura, l'utilizzo di immagini, video e audio, i principi di correttezza, inclusività, rispetto.

Il tono di voce da utilizzare sui canali social della Normale è informale e amichevole, pur mantenendo uno stile istituzionale che garantisca credibilità e autorevolezza. Questi principi valgono sia per il codice verbale che per quello visivo. Le immagini utilizzate devono essere di qualità e ad alta definizione. Nel caso in cui si inseriscano citazioni all'interno dei testi, le fonti devono essere verificate e citate.

Si consiglia di:

- fare molta attenzione alla correttezza grammaticale, anche nell'uso di lingue straniere;
- utilizzare il "tu" per l'interlocutore/ice implicito/a;
- esprimersi con un linguaggio inclusivo e nel rispetto delle differenze di genere (non usare il maschile come neutro);
- non pubblicare post di sole immagini o link privi di testo di accompagnamento;
- non scrivere testi troppo lunghi e ridurre la lunghezza dei link;
- utilizzare gli hashtag (#) per evidenziare le parole chiave;
- inserire sempre nelle risposte un ringraziamento o un saluto;
- non assumere toni polemici, anche in caso di reclami o giudizi negativi;
- non cancellare, censurare o modificare critiche e commenti negativi, a meno che non violino le regole della social media policy;
- non utilizzare caratteri MAIUSCOLI perché equivalgono a un tono di voce alto;
- evitare emoticon e abbreviazioni;
- non eccedere in punti esclamativi, iperboli e

superlativi;

- evitare toni enfatici, paternalisti, giovanilisti.

È vietato:

- utilizzare immagini, video e audio che non siano di proprietà della Normale, non siano sotto licenza Creative Commons, o di cui non siano stati concessi i diritti di pubblicazione;
- pubblicare video o foto che ritraggono minori riconoscibili o adulti di cui non si abbia espressa liberatoria;
- pubblicare avvisi pubblicitari;
- pubblicare informazioni riservate e confidenziali riguardanti la Normale e le persone che ne fanno parte (studenti e studentesse, personale docente, personale tecnico-amministrativo, ecc.);
- pubblicare contenuti offensivi, lesivi, denigratori, discriminanti, di propaganda politica ecc.;
- pubblicare o eseguire azioni che violino la riservatezza di altri utenti o di terzi.

## rapporto con gli/le utenti

Nella gestione dei canali social va posta particolare attenzione ai commenti e alle richieste che provengono dagli/dalle utenti. Queste interazioni non devono mai essere lasciate in sospeso; se sono necessarie ricerche e verifiche, chi è responsabile dell'account può dare nell'immediato una risposta interlocutoria che dimostri attenzione e presa in carico.

Quando su un profilo social ufficiale viene pubblicata una critica o un commento negativo è necessario seguire alcune regole base: contattare la Redazione Social per concordare la risposta; mantenere un tono corretto con l'interlocutore o l'interlocutrice, evitando qualsiasi espressione offensiva o critica; commenti polemici e gratuiti, ma non esplicitamente offensivi, non vanno rimossi e possono essere lasciati in sospeso per evitare di innescare schermaglie verbali.

## relazioni con i media

Le relazioni della Normale con i media sono curate dall'Ufficio Comunicazione, prioritariamente attraverso l'addetto/a stampa, che offre supporto qualificato alla comunità della Normale e collabora con giornalisti e giornaliste per potenziare l'informazione sulla Normale, incentivare la sua presenza sui media, promuoverne l'immagine e il brand e monitorarne la reputazione sui media.

L'addetto/a stampa si occupa di:

- redigere e diffondere notizie ai media attraverso la pubblicazione di news – in interazione con il sito web e i canali social – sul web magazine di Ateneo, la diffusione di comunicati stampa, la comunicazione dell'agenda eventi per i media, l'organizzazione delle conferenze stampa, in accordo e secondo l'indirizzo della Direzione;
- supportare le richieste dei media (interviste, dati, informazioni, contatti);
- contribuire alle attività di aggiornamento del sito web;
- collaborare alle attività di realizzazione video di promozione della Normale;
- collaborare alla realizzazione di campagne fotografiche su luoghi, attività, personale di ricerca, studenti e studentesse della Normale.
- Produrre un report trimestrale che indichi gli articoli pubblicati sulla stampa e sui siti web, e i servizi televisivi e radiofonici che parlano della Normale.

Chi segnala attività, eventi o iniziative da comunicare ai media deve fornire con adeguato anticipo all'addetto/a stampa (ufficiostampa@sns.it) le informazioni necessarie a una completa e corretta diffusione della notizia, compresi contenuti multimediali, se disponibili. Nel supporto alle richieste dei media (interviste, dati, informazioni, contatti), l'addetto/a stampa svolge le seguenti attività:

- creazione e aggiornamento di un elenco di recapiti di ricercatori, ricercatrici e docenti suddivisi per discipline/competenze/temi di ricerca, per commenti o approfondimenti richiesti dai media;
- creazione e aggiornamento di un elenco di contatti stampa associati a specifici ambiti/temi di ricerca;
- collaborazione con i media per la realizzazione di progetti e trasmissioni che valorizzino le attività didattiche, di ricerca e di terza missione;
- diffusione di immagini, di proprietà della Normale, a supporto di iniziative o a seguito di richieste. Le foto personali di docenti che non sono già nell'archivio foto dell'Ufficio Comunicazione vengono richieste ai docenti, insieme al permesso di utilizzo;
- diffusione dei dati riguardanti la Normale, prodotti ufficialmente o risultanti da fonti ufficiali.
- Inviti periodici alla stampa, per presentare specifiche iniziative della Normale e creare relazioni stabili con giornalisti e giornaliste.

## materiali promozione diretta

La Normale produce materiali informativi e di promozione diretta delle iniziative di didattica, ricerca e terza missione. Volantini, poster, brochure, dépliant e opuscoli vengono progettati e realizzati dal comparto grafica dell'Ufficio Comunicazione, su richiesta della Direzione, degli organizzatori e organizzatrici delle iniziative (personale di ricerca, allieve e allievi) e delle varie strutture (servizi, centri, laboratori).

Tutti i materiali di promozione:

- riportano il logo della Normale;
- sono coerenti all'identità visiva della Normale;
- sono progettati e realizzati dall'Ufficio Comunicazione, o – se affidati ad agenzie o liberi/e professionisti/e esterni/e – devono essere approvati dall'Ufficio Comunicazione.

L'Ufficio Comunicazione ha il compito di presidiare l'immagine e il brand della Normale, anche attraverso queste azioni:

- assicurare un corretto e pertinente utilizzo del logo della Normale;
- garantire la coerenza dei materiali BTL all'identità visiva della Normale;
- garantire la qualità dei contenuti, la chiarezza, la correttezza e l'inclusività del linguaggio verbale e visivo;
- promuovere il continuo miglioramento e aggiornamento della immagine coordinata.

L'Ufficio Comunicazione può modificare o rifiutare la presentazione di quei contenuti, verbali e visivi, ritenuti non idonei ai fini istituzionali della Normale, non sufficienti per chiarezza e semplicità dell'informazione, non consoni all'immagine dell'Ateneo.

Anche per la produzione di materiali di promozione BTL è vietato utilizzare immagini che non siano di proprietà della Normale, non siano sotto licenza Creative Commons, o di cui non siano stati concessi i diritti di pubblicazione.

Le richieste di elaborazione di materiali BTL vanno inviate a grafica@sns.it dagli organizzatori o organizzatrici dell'evento da promuovere, dai/dalle responsabili di struttura o da loro referenti, e devono contenere il testo o i testi definitivi che devono essere riportati sui materiali nelle loro diverse declinazioni (ad esempio locandina di convegno e dépliant del relativo programma).

All'interno della richiesta può essere suggerito il visual da utilizzare, fornendo un'immagine ad alta definizione (300 dpi per i materiali a stampa, 150 dpi per quelli web), libera da diritti o di cui si abbia ottenuto l'utilizzo (nel caso dovrà essere allegata la liberatoria d'uso); se l'immagine proposta proviene da librerie royalty free gratuite, indicare lo stock di provenienza e l'autore/autrice del prodotto.



# IDENTITÀ VISIVA

della Scuola Normale Superiore

# il logo

## uso del logo

La Normale ha registrato marchio, logo, la denominazione e segni distintivi, che possono essere usati solo su licenza Normale. Il logo della Normale può essere utilizzato da:

- organi di governo e strutture amministrative, didattiche e di ricerca della Normale in ogni ambito in cui sia necessario identificare con chiarezza l'Ateneo come autore o fonte di elaborati di vario tipo, sia di carattere istituzionale che scientifico;
- studenti e studentesse per il frontespizio della propria tesi di licenza o PhD, per manifestare l'appartenenza alla comunità studentesca e scientifica. L'utilizzo del logo è consentito a studenti e studentesse anche per le iniziative approvate e finanziate dalla Normale;
- istituzioni o enti che organizzano iniziative congiunte con la Normale;
- organizzatori e organizzatrici di convegni, congressi, manifestazioni a carattere culturale, che hanno ottenuto il patrocinio della Normale;
- chiunque ne abbia titolo in base allo Statuto o ai Regolamenti della Normale.

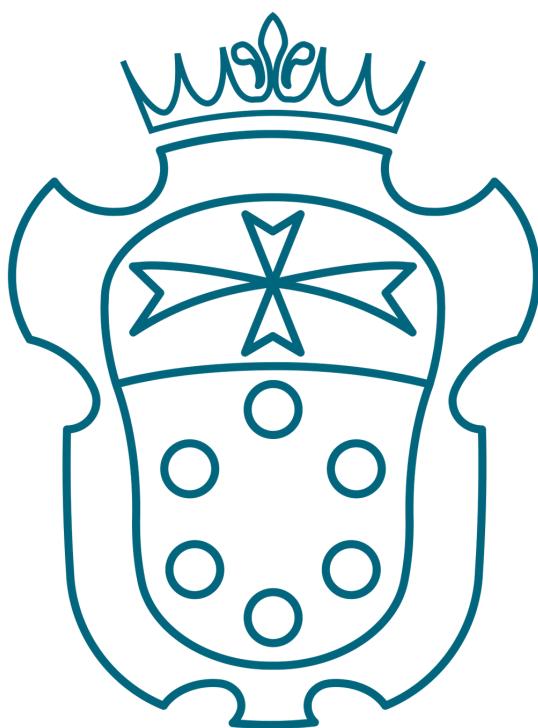
In ogni caso, la richiesta del logo deve essere inviata all'Ufficio Comunicazione: [comunicazione@sns.it](mailto:comunicazione@sns.it). Una bozza grafica con il logo apposto dovrà essere poi inviata allo stesso Ufficio per approvazione.

L'uso del logo deve sempre rispettare queste linee guida di identità visiva.



## divieti

È espressamente vietato l'uso del logo da parte degli appartenenti alla comunità universitaria (personale di ricerca, personale tecnico-amministrativo, studenti e studentesse) per attività private o comunque al di fuori di quelle strettamente istituzionali.



# SCUOLA NORMALE SUPERIORE

## il logo

Il logo è un elemento essenziale per l'identità visiva della Normale. Agisce come una firma riconoscibile e unica, e deve essere utilizzato in modo coerente in tutte le comunicazioni.

Il logo della Normale è composto dal pittogramma – lo stemma mediceo stefaniano stilizzato nel 2005 da Andrea Sportiello per l'Agenzia Rovai Weber che progettò all'epoca l'immagine coordinata della Scuola Normale – e dal nome, Scuola Normale Superiore – per cui è utilizzato il font Rotis semiserif AT – allineato a sinistra.



## colore e variante verticale

Il colore del logo, introdotto dall'agenzia HDRÀ nel 2018, è un PANTONE 314 U; la versione monocromatica è in PANTONE 431 C o NERO 70%.  
Al logo si affianca una versione verticale, secondaria, che può essere utilizzata nei casi in cui quella orizzontale non si presti ai formati di layout impiegati.



SCUOLA  
NORMALE  
SUPERIORE



SCUOLA  
NORMALE  
SUPERIORE



SCUOLA  
NORMALE  
SUPERIORE



SCUOLA  
NORMALE  
SUPERIORE



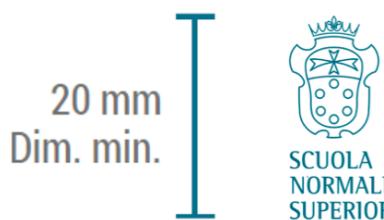
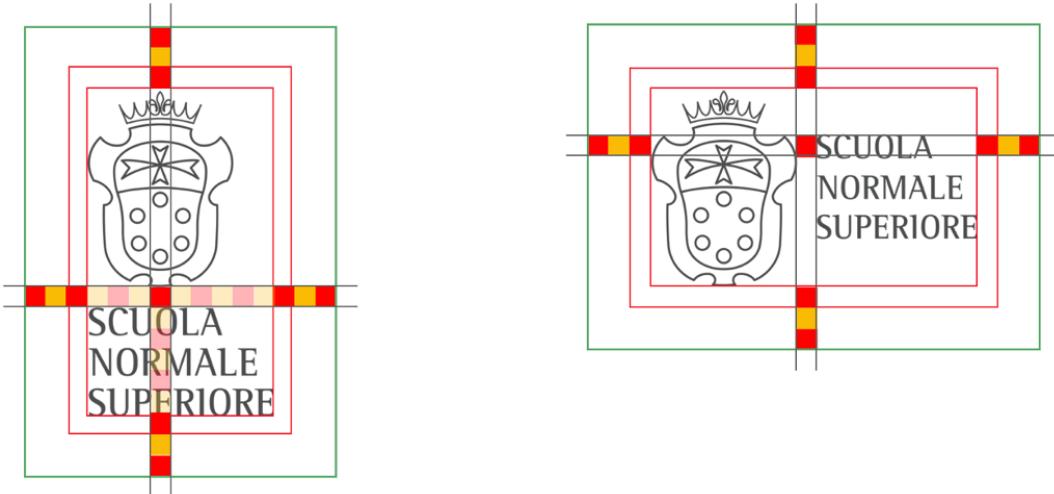
SCUOLA  
NORMALE  
SUPERIORE



## pittogramma e nome

Pittogramma e nome non sono scindibili; l'uso disgiunto di questi due elementi è eccezionale, e praticato esclusivamente dall'Ufficio Comunicazione per casi sporadici e circostanziati.

Non è consentito sostituire il font del nome, o il pittogramma.



## area di rispetto e dimensioni minime

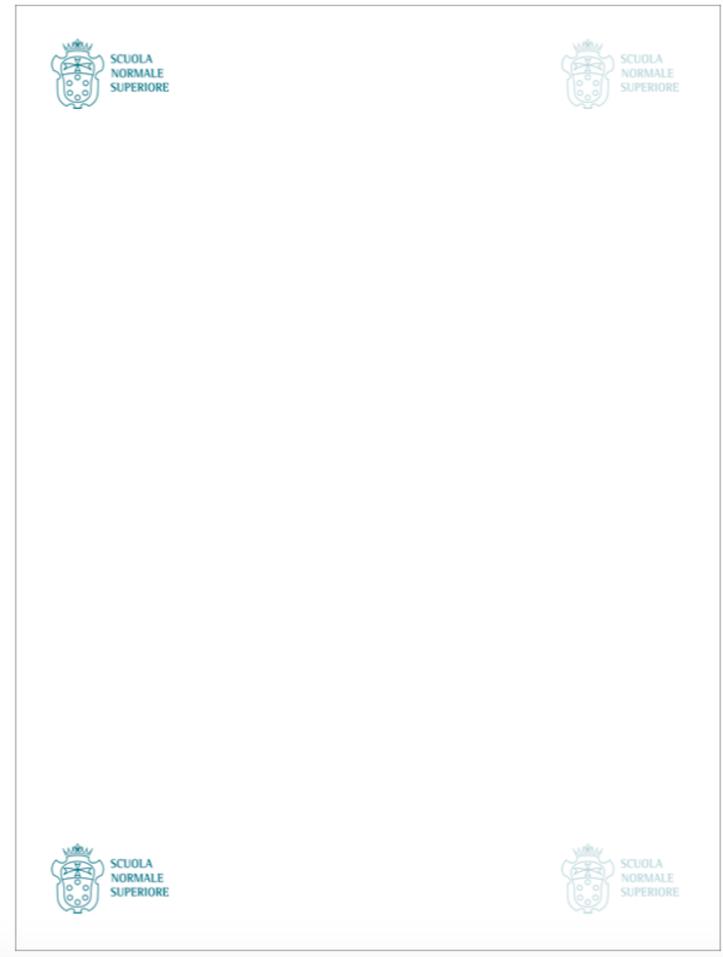
La distanza tra il pittogramma e il nome è di un'unità di misura. Quest'ultima rappresenta il modulo che si usa per trovare tutte le altre distanze.  
 L'area di rispetto, in altezza e in larghezza, è composta da 3 unità di misura.  
 Nella versione in verticale la dimensione minima per garantire la leggibilità è di 20 mm in altezza, mentre nella versione in orizzontale è di 15 mm.



## formati impropri

La struttura del logo non può essere modificata: non è previsto un rapporto o un ordine diverso tra i gli elementi; il logo può essere ingrandito o ridotto ma deve mantenere le sue proporzioni.

Non è consentito cambiare il colore del logo o inserire altri elementi grafici e cromatici.



## posizione

In tutta la comunicazione il logo dovrebbe essere ancorato in alto a sinistra o, in alternativa, in basso a sinistra. Nei casi in cui questo non è possibile, si può collocare negli altri due angoli.

Occasionalmente il logo può essere posizionato al centro, nella parte inferiore o superiore della pagina. Per esempio su poster o volantini dove il testo è allineato al centro.

# colori

Il colore ha un ruolo molto importante nella identità visiva della Normale, e la coerenza è fondamentale anche nell'approccio cromatico.



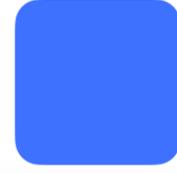
### colori principali



### colori affini



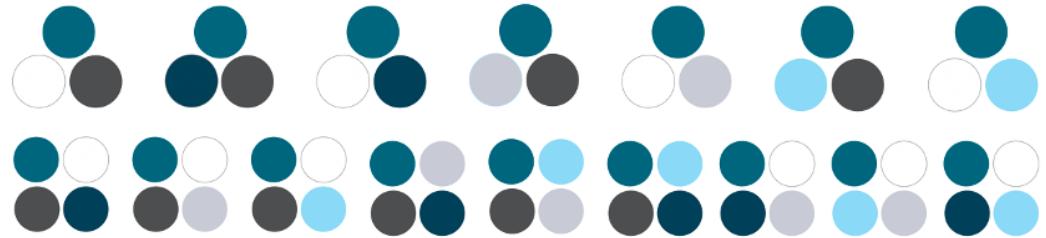
### accenti



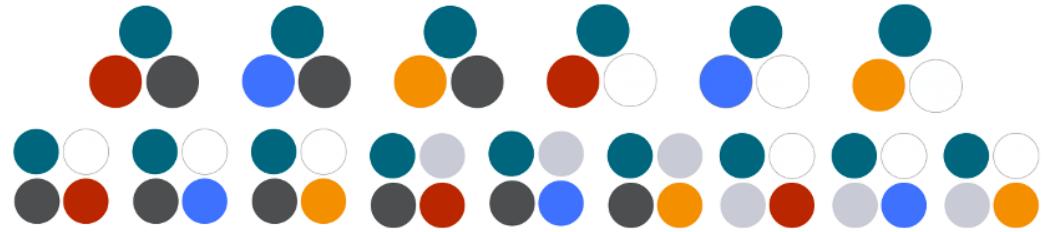
## palette colori

Al colore istituzionale è associata una palette di colori che possono essere usati per comunicare in un'ampia gamma di toni. Ai colori principali si associano quelli affini e gli accenti.

### abbinamenti principali



### accenti



## abbinamenti

Gli abbinamenti di colori principali, affini e accenti vengono gestiti attraverso precise combinazioni cromatiche.

## typography

La tipografia è un aspetto fondamentale dell'identità visiva. Il set utilizzato nella comunicazione della Normale conferisce espressività e iconicità alla brand identity, senza penalizzare la scorrevolezza della lettura.

Rotis Semi Serif contribuisce a rendere iconico il logo della Normale; riconoscibile e incisivo, va usato con parsimonia. Non si presta al testo a correre, per cui si utilizza Roboto Condensed, nitido e di grande leggibilità, a cui si abbina Rotis Semi Serif per i titoli nella comunicazione istituzionale (compreso il sito web), e Raleway per i titoli dei materiali BTL e delle infografiche.

La combinazioni dei caratteri tipografici e l'ampia selezione di pesi consentono di comunicare in un'ampia gamma di toni.

Per garantire coerenza anche alla comunicazione interna e là dove i font istituzionali non siano disponibili, si raccomanda l'uso alternativo ed esclusivo di Arial (Sans Serif in gMail).

Rotis  
Jove  
fa wh  
d'arcç

ABCCÇD  
XYZabç  
012345

## **Rotis Semi Serif bold**

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789/**

## **Rotis Semi Serif regular**

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789/**

## **Rotis Semi Serif**

Progettato da Otl Aicher per Agfa nel 1989, Rotis è un carattere tipografico estremamente razionale ma intrigante, facilmente identificabile, usato nei testi a stampa, nella cartellonistica, su web. Rotis Semi Serif, progettato in uno stile semi antiqua con grazie accennate, garantisce una discreta leggibilità e versatilità di uso. Indubbiamente iconico, caratterizza il logo della Scuola Normale e può essere usato, con parsimonia, per i titoli principali nella comunicazione istituzionale, compreso il sito web sns.

## Roboto Condensed bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/

## Raleway black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/

## Roboto Condensed regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/

## Raleway bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/

## Roboto Condensed light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/

## Roboto Condensed | Raleway

Per il testo a correre si utilizza Roboto Condensed

Disegnato da Christian Robertson per Google/Android nel 2011, Roboto è un carattere moderno e nitido, con una doppia natura: ha uno scheletro meccanico e le forme sono in gran parte geometriche, ma allo stesso tempo presenta curve aperte che gli conferiscono – a differenza di altri grotesque – un ritmo fluido che agevola la lettura nonostante l'assenza di grazie.

Si utilizza in abbinamento con Raleway per i titoli dei materiali BTL e nelle infografiche.

## Arial bold

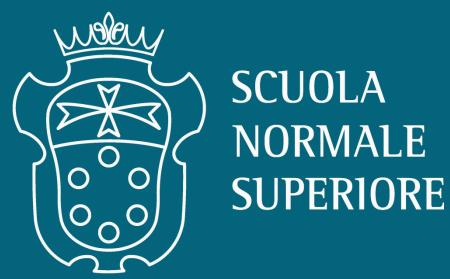
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789/**

## Arial regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/

## Arial

Arial si utilizza esclusivamente per documenti interni, e-mail (in gMail il corrispondente è sans serif) o – nel caso in cui i font del brand non siano disponibili – per lettere e slides di presentazione. Arial non deve essere utilizzato per alcun materiale promozionale.



SCUOLA  
NORMALE  
SUPERIORE