



**AMMINISTRAZIONE GENERALE
DELL'ISTITUTO DEI FRATELLI MARISTI**
MANUALE OPERATIVO DEL LOGOTIPO

LOGOTIPO DELL'AMMINISTRAZIONE GENERALE DEI MARISTI DI CHAMPAGNAT

Il governo generale dell'Istituto Marista ha voluto definire per l'Amministrazione Generale un'immagine coordinata che trasmetta in maniera oggettiva e moderna la vita e la missione marista. Il logotipo che presentiamo in questo manuale d'uso è il risultato di questa scelta e d'ora in poi accompagnerà tutta la comunicazione dell'Amministrazione Generale dell'Istituto Marista. Questo nuovo logotipo, voluto e approvato dal Superiore Generale e dal suo Consiglio nel settembre 2018, rappresenta la natura dell'Istituto: la missione, l'internazionalità, il carisma e la vocazione marista. Il logotipo è composto dal simbolo e dal nome. Il simbolo è dato dall'unione di tre elementi: la croce, il globo e la "M". La croce ricorda che essere marista è seguire Cristo e il suo Vangelo come chiesa e che la sua missione è rendere Gesù Cristo conosciuto ed amato attraverso l'educazione. Il globo rappresenta lo spazio dove si sviluppano la vita e la missione marista, il luogo della manifestazione di Dio e l'invito a riconoscersi e vivere come una famiglia globale. La lettera "M", iniziale del nome "Marista", evoca il carisma, l'aspirazione a vivere e a servire Dio nei bambini e nei giovani, nello stile di Maria e di Marcellino. Il secondo elemento del logotipo è il nome "Maristi di Champagnat" sotto il quale riconosciamo i fratelli e i laici maristi. Lo stile del font usato, lo "script", suggerisce distinzione e rappresenta l'attualità, il dinamismo e la vitalità del carisma. Il colore blu ricorda l'identità mariana e le origini dell'Istituto mentre l'arancione il terzo centenario del carisma marista. Il nuovo logotipo dell'Amministrazione Generale dell'Istituto Marista richiama l'eredità marista e, allo stesso tempo, si apre a nuovi orizzonti della Chiesa e del mondo d'oggi.

Roma, 15 ottobre 2018

AMMINISTRAZIONE GENERALE DELL'ISTITUTO DEI FRATELLI MARISTI

MANUALE OPERATIVO DEL LOGOTIPO

Questo manuale operativo mostra i principi di base e come utilizzare il logotipo dei **Maristi di Champagnat**.

Rappresenta lo sviluppo del progetto di comunicazione intrapreso con l'obiettivo di allineare e migliorare l'applicazione del logotipo attraverso il suo uso corretto e univoco.

Delinea i vari componenti, la loro struttura, i colori, le font e le relazioni e le proporzioni tra di essi.

INDICE

GLI ELEMENTI	Pag 5
IL LOGOTIPO	Pag 6
IL CLAIM	Pag 8
NELLE VARIE LINGUE	Pag 10
USO A COLORI	Pag 13
SCALA DI GRIGIO	Pag 14
MONOCROMATICO	Pag 15
AREA DI RISPETTO	Pag 16
COME NON USARLO	Pag 17
RIDUZIONI MINIME	Pag 18
COLORI	Pag 19
FONT	Pag 20
IMMAGINE COORDINATA	Pag 21
GADGET	Pag 24
EMAIL	Pag 27
SEGNALETICA	Pag 28



GLI ELEMENTI DEL LOGOTIPO

Il logotipo si divide in due parti:
Il simbolo e il lettering.

Il simbolo è dato dalla
combinazione di tre elementi,
la M, la Croce e il mondo.
Questi elementi non possono
mai essere modificati sia per
quanto riguarda le dimensioni
che per quanto riguarda le
posizioni.

Il risultato della sovrapposizione
dei tre elementi deve essere solo
ed esclusivamente questo.

Maristi
di Champagnat

Il lettering è composto dal corpo
centrale “Maristi” e, in basso più
piccolo, “di Champagnat” che
non va a costituire uno slogan,
ma una seconda parte del titolo
stesso. La proporzione tra questi
due elementi deve rimanere
sempre questa.

IL LOGOTIPO

Il logotipo deve essere utilizzato come originariamente progettato e proporzionato.

Non deve essere modificato in nessuna circostanza, in nessuna delle sue singole parti, se non per ridimensionare l'immagine mantenendone le proporzioni.



VERSIONE A COLORI NEGATIVO

Da utilizzare per stampe in quadricromia su fondi scuri.



IL CLAIM

Nella parte superiore del logo è presente una scritta, che chiameremo claim, che definisce una macroarea.

La posizione del claim, la dimensione, il colore e il tipo di font non possono in nessun caso essere modificati.



EN



USO DEI VARI CLAIM

Alcuni esempi di utilizzo del claim, nelle 5 lingue, inglese, spagnolo, francese, portoghese ed italiano, per distinguere le macroaree.

ES



FR



PT



IT



EN



ES



IL LOGO NELLE VARIE LINGUE

Le versioni nelle varie lingue devono rispettare i parametri fin qui elencati e non possono essere modificati, quindi, posizioni, dimensioni e proporzioni dei vari elementi. Sono consentiti solo ingrandimenti e ridimensionamenti fino alla dimensione minima possibile.

IT



PT



FR



USO DEL SOLO SIMBOLO

In alcuni casi è consentito l'utilizzo del solo simbolo senza il lettering che solitamente lo accompagna.





Maristi
di Champagnat

VERSIONE VERTICALE

In alcuni casi particolari, quando il supporto dove inserire il logotipo è sviluppato in verticale, è possibile usare questa versione. Come in tutti gli altri casi, le proporzioni dei vari elementi, le posizioni e i colori non possono essere alterati, ma solamente ingranditi o ridotti fino al limite consentito. È comunque consigliato, ove possibile, di utilizzare sempre la versione con sviluppo orizzontale.



100%



30%



10%



100%



USO DELLE DUE VERSIONI A COLORI, POSITIVA E NEGATIVA, SU FONDI DIVERSI, CHIARI E SCURI

Nelle due colonne è illustrato come non usare e come usare il logotipo sui diversi fondi, chiari e scuri.

Sono vietate le versioni in outline, sia bianche che blu; versione a colori scura su fondi scuri e versioni a colori chiara su fondi chiari.

Indicativamente il logotipo, nella sua versione scura può essere usato su fondi girigi dal 0% al 50%.

Al contrario la versione chiara può essere usata su fondi che vanno dal 40% al 100%.

VERSIONE SCALA DI GRIGI

Esiste una versione del logotipo in scala di grigio, per usi in documenti non a colori.





VERSIONE MONOCROMATICA

Questa versione è utilizzabile in documenti monocromatici come fax, stampanti senza scala di grigio o applicazioni molto semplici in serigrafia, come gadget o elementi in materiali diversi dalla carta, come incisioni, targhe, medaglie, etc.



VERSIONE IN NEGATIVO

Utilizzabile in documenti monocromatici con fondi scuri.

AREA DI RISPETTO

Il logotipo deve avere una area minima di bianco intorno a tutti gli elementi che non va assolutamente occupata.

Il rispetto di questa area è da considerare parte integrante del marchio stesso.



COME NON UTILIZZARE IL LOGO

Gli elementi del logotipo devono mantenere costanti le proporzioni tra le parti e le posizioni stabilite. Non è possibile variare le posizioni dei vari elementi, antepo- nendo, ad esempio, il simbolo al logo, e non possono subire variazioni di dimensioni che ne modifichino la proporzione tra gli elementi che lo compongono. Non può essere neanche utilizzato usando, uno singolo o tutti gli elementi, in modo inclinato.





RIDUZIONE MINIMA CON CLAIM

Al di sotto della misura di 45 mm il logo completo non può essere utilizzato con il claim.

RIDUZIONE MINIMA SENZA CLAIM

Al di sotto della misura di 35 mm il logo completo non può essere utilizzato neanche senza claim.



BLU PRINCIPALE

CMYK:

c 90
m 60
y 10
k 50

RGB:

r 19
g 59
b 100

PANTONE:

534C

web:

133B64



ARANCIO PRINCIPALE

CMYK:

c 0
m 50
y 100
k 0

RGB:

r 243
g 146
b 0

PANTONE:

144C

web:

F39200



BLU SECONDARIO

CMYK:

c 60
m 35
y 0
k 0

RGB:

r 100
g 140
b 192

PANTONE:

7682C

web:

6A8CC0



ARANCIO SECONDARIO

CMYK:

c 0
m 25
y 50
k 0

RGB:

r 253
g 203
b 141

PANTONE:

148C

web:

FECB8B



RED

CMYK:

c 20
m 100
y 90
k 30

RGB:

r 153
g 22
b 27

PANTONE:

7427C

web:

99161B

COLORI

I due colori principali sono il blu e l'arancio. Il blu compone le tre scritte, ed il fondo della croce. Al suo interno il mappamondo in arancio sfumato.

In aggiunta ai due colori principali ci sono altri tre colori. Un blu e un arancio più chiaro e un red in contrasto.

Nelle pagine della immagine coordinata e dei gadget ci sono alcuni esempi sul loro utilizzo.



I FONT UTILIZZATI

GOOD VIBE

Il font originario, il good vibe, è stato modificato, semplificato ed ottimizzato nella forma e nello spazio tra le lettere.

GOBOLD BOLD

Utilizzato per il claim e principalmente per i titoli dei testi dell'immagine coordinata.

GOBOLD THIN LIGHT

Utilizzato per i testi dell'immagine coordinata.

ITC GARAMOND

Font consigliato per i testi lunghi come lettere, pubblicazioni o libri.

Marist Maristi

Font originario

Font modificato

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

IMMAGINE COORDINATA BASE



ISTITUTO DEI FRATELLI MARISTI
Piazzale Marcellino Champagnat, 2
00144, Roma - Italia
www.champagnat.org

ISTITUTO DEI FRATELLI MARISTI
Piazzale Marcellino Champagnat, 2
00144, Roma - Italia
www.champagnat.org



ERNESTO SÁNCHEZ FMS
Superior General

INSTITUTE OF THE MARIST BROTHERS
Piazzale Marcellino Champagnat, 2 - 00144, Rome - Italy
Tel. +39.06.545171 cel. +39.329.8089011
email: esanchez@fms.it - www.champagnat.org

LA CARTELLINA





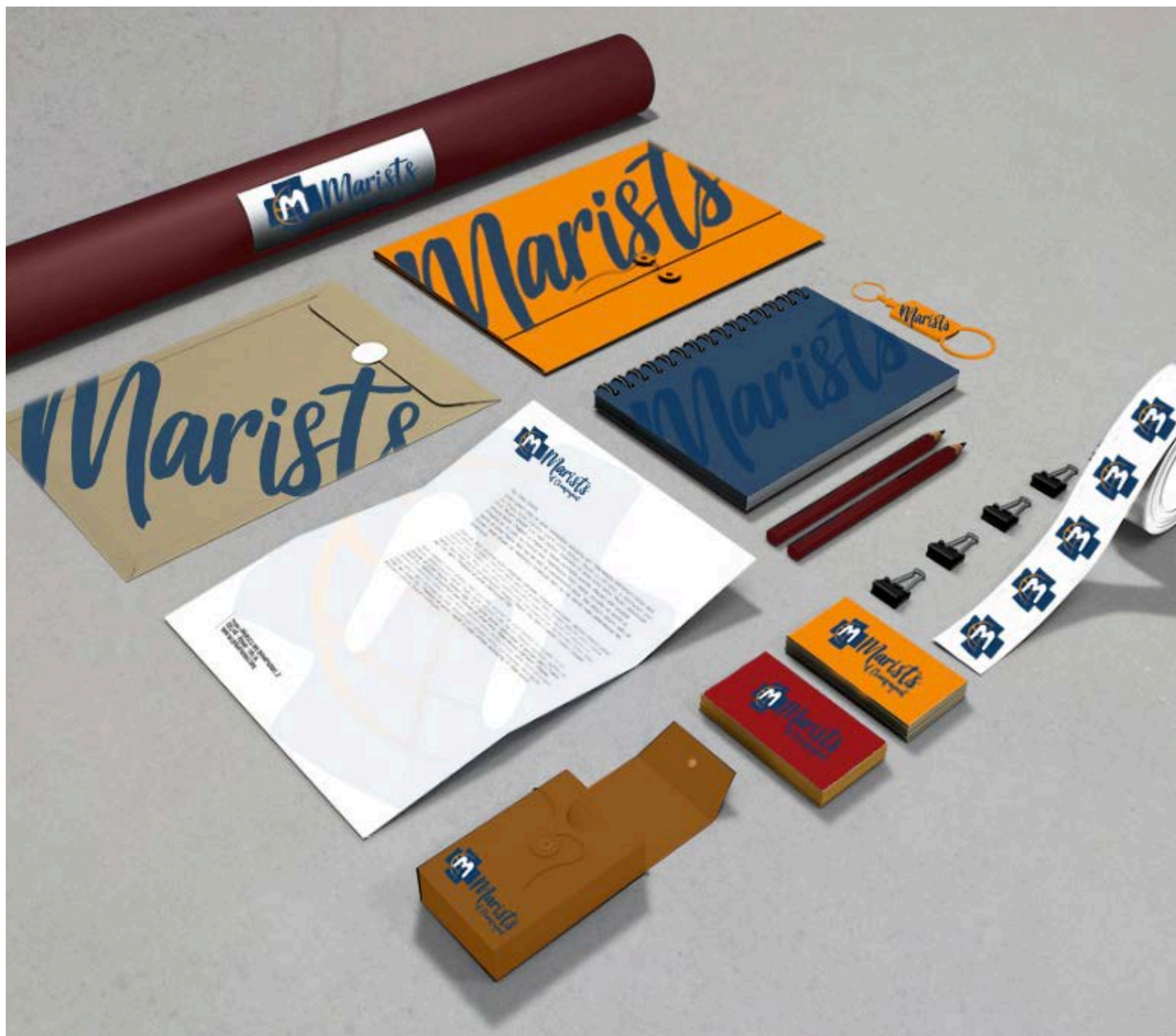
GADGET

Alcuni esempi di applicazione del logotipo su magliette e cappellino

GADGET

Applicazione su felpe

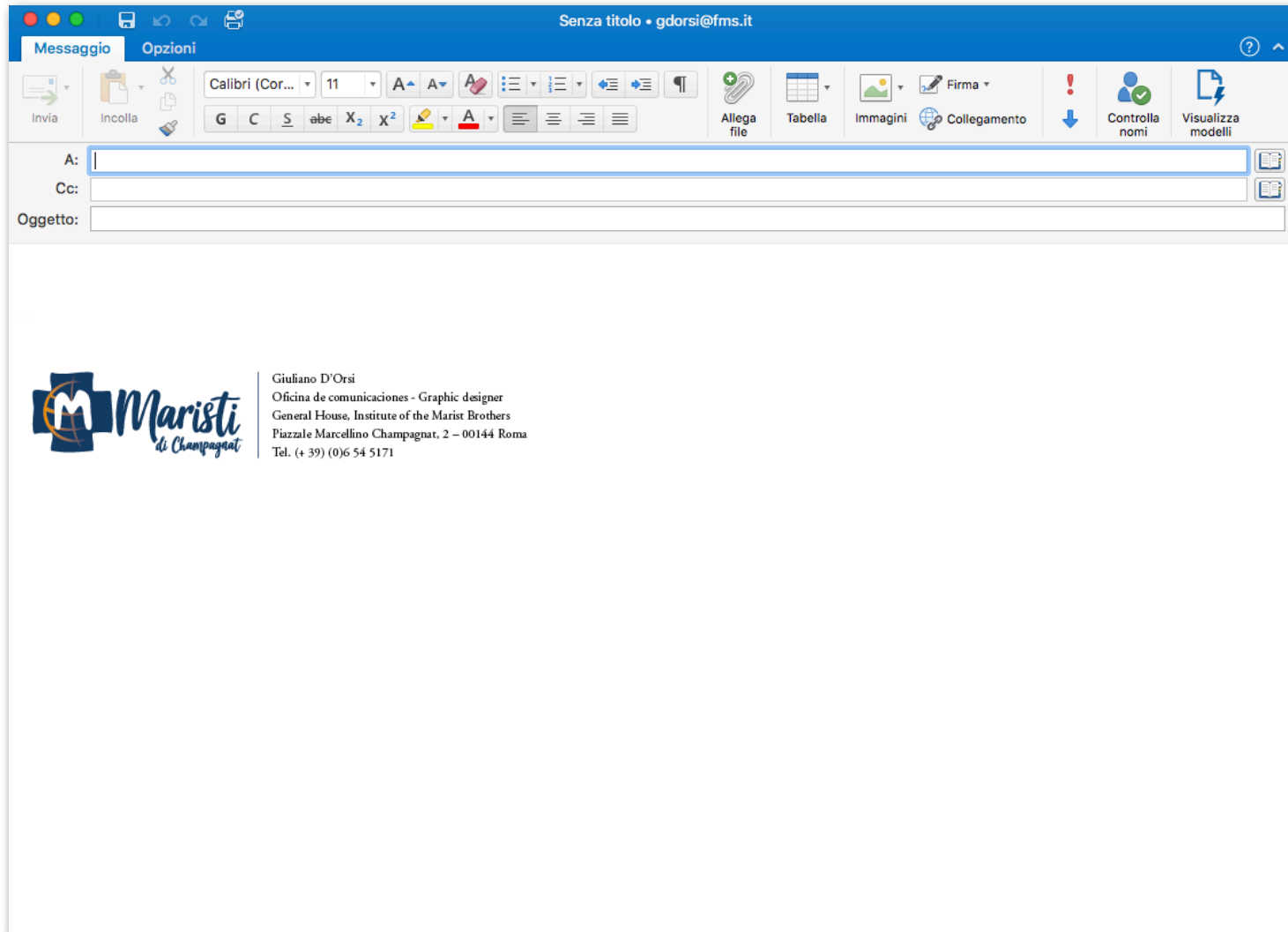




GADGET

Alcuni esempi di applicazione del logotipo su buste di carta, scatole, cartta adesiva, agende, etc...

EMAIL



CASA GENERALIZIA
M Maristi
di Champagnat

PIANO TERRA →

SALA CHAMPAGNAT ↗
 SALA FRANCESCO →
 SALA PRANZO ↘

CASA GENERALIZIA
M Maristi
di Champagnat

2° PIANO →

CMI ↗
 FMSI →
 COMUNICAZIONE ↗
 SEGRETERIA GENERALE ←
 ECONOMATO GENERALE ↗
 POSTULATORE GENERALE →
 LAVALLA200> ↗
 FRATELLI OGGI ↘
 EDUCAZIONE&EVANGELIZZAZIONE ←

SEGNALETICA INTERNA

Esempio di segnaletica interna da utilizzare negli spazi della Casa Generalizia.

