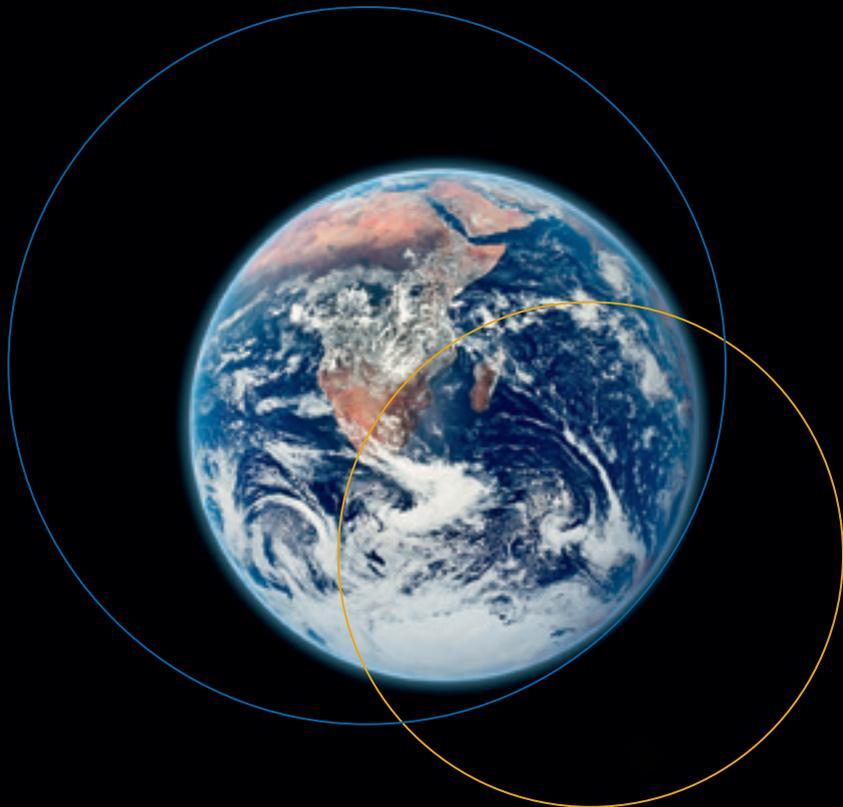


Università Cattolica del Sacro Cuore



Un'esperienza autentica

L'Università Cattolica del Sacro Cuore inaugura con l'inizio del 2011 un nuovo sistema di identità visiva che, a partire dal restyling del marchio, si pone l'obiettivo di comunicare e diffondere l'unicità dell'istituzione, delle sue tradizioni, dei suoi valori, che vissuti e praticati nel quotidiano costituiscono un'esperienza autentica.



autentica e **unica**

Unica perché sulla base dei forti valori della cultura cattolica,
la formazione universitaria punta al sapere, al saper fare e saper essere,
per formare gli studenti di oggi nella prospettiva dei ruoli di domani.

autentica e **innovativa**

Perché giorno dopo giorno entriamo nel cuore delle realtà del mondo
coniugando sempre fede e ragione, tradizione e attualità.





autentica e **aperta**

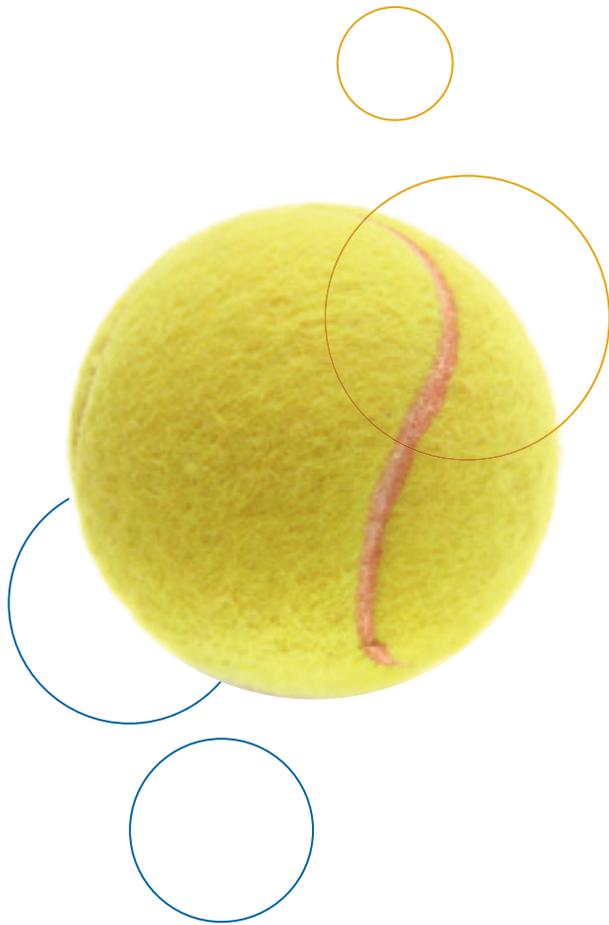
Aperta a tutti gli studenti, accessibile alle loro famiglie, senza preclusioni di status economico e sociale, in linea con il suo carattere popolare.

Aperta a chi voglia prepararsi con intraprendenza e responsabilità a coniugare le proprie legittime aspirazioni personali con il perseguimento del bene comune della società.

autentica e familiare

Perché i valori che coltiviamo e diffondiamo
siano sempre più facilmente riconosciuti, apprezzati
e intesi come i più schietti tratti distintivi della nostra istituzione.



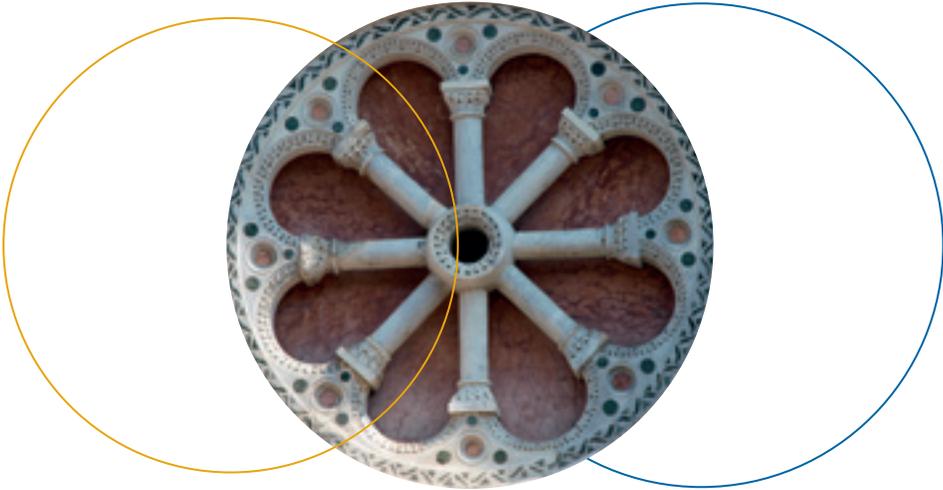


autentica e **dinamica**

Perché in Cattolica ogni nuova generazione di studenti vive
l'esperienza autentica del proprio tempo, in linea con le frontiere
dell'internazionalizzazione, della ricerca scientifica,
delle innovazioni sociali ed economiche.

autentica e **bella**

Perché tutti questi valori vissuti, espressi e condivisi
devono essere rappresentati, disegnati, “messi in figura”
in tutte le forme della comunicazione.



All'inizio degli anni Venti lo scultore Salvatore Saponaro modellava il "sigillo" dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, che avrebbe costituito il prototipo per la successiva rappresentazione grafica del marchio.





Con il restyling del marchio l'Università Cattolica del Sacro Cuore vuole rendere più visibili i valori reali della sua identità e diffonderli anche attraverso la totale riprogettazione dell'identità visiva, che si esprime in tutti gli strumenti dell'informazione e della comunicazione. Con questo progetto l'Università armonizza il suo modo di presentarsi in un nuovo sistema, nel quale tutte le sue componenti (sedi, facoltà, dipartimenti e servizi) possano esprimere al meglio la comune appartenenza e la propria identità.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Milano

Piacenza - Cremona

Brescia

Campobasso

Roma