
Figlie di San Paolo: un nuovo logo istituzionale insieme al restyling del logo dell'Editore perché "innovatrici per vocazione"

Oggi, 5 febbraio, ricorrono due anniversari di grande significato per le Figlie di San Paolo: il 60° anniversario dalla nascita al cielo di suor Tecla Merlo, cofondatrice dell'Istituto, e il 30° anniversario dal lancio del marchio editoriale Paoline. Un'occasione preziosa per fare memoria sulla storia vissuta e rinvigorire la missione di evangelizzazione nel mondo contemporaneo globale. Il contesto attuale in rapida evoluzione ha incoraggiato le Figlie di San Paolo ad adeguare la propria identità visiva per rispondere alle esigenze dei tempi moderni, per comunicare meglio ed in maniera coordinata in oltre 50 nazioni, attraverso siti web, social network, libri, strumenti multimediali e nei tanti luoghi dove essere presenti oggi e domani. Assecondando il linguaggio dell'era digitale del XXI secolo e seguendo il loro carisma di comunicatrici del Vangelo, le Figlie di San Paolo si dotano di un nuovo logo Istituzionale e di una rinnovata identità visiva che unisce gli aspetti fisici a quelli digitali, con uno stile grafico immediato ed essenziale. Le Figlie di San Paolo attraverso il proprio Editore Paoline, 30 anni dopo il precedente logo, danno vita ad un'azione di rebranding che coinvolge centinaia di lingue in 50 Paesi del mondo. In questo modo "Paoline" desidera offrire una nuova forma di comunicare e di annunciare il Vangelo guardando a tutti i nuovi media del XXI secolo. Per continuare ad essere "innovatrici per vocazione". Entrambi i marchi sono stati sviluppati con l'Agenzia Nova Opera di Riccardo Rossi, la quale ha supportato le Figlie di San Paolo e l'Editore Paoline in un processo di ascolto e rinnovamento durato oltre due anni e che ha coinvolto centinaia di consorelle e laici in tutto il mondo. L'ellisse di colore blu, con una linea aperta e inclusiva, rappresenta il mondo al quale le Paoline sono chiamate ad annunciare il Vangelo. Il colore blu richiama l'ambito digitale e le reti dell'infrastruttura informatica ed esprime il desiderio di essere apostole del XXI secolo. La lettera P, con il suo colore identitario rosso, simboleggia lo slancio pastorale di Paolo, modello del vivere in Cristo e ispiratore della missione. In alcune lingue, rappresenta anche la P di Parola, Palabra, Palavra... da diffondere in tutto il mondo. Il logotipo Paoline, posto al di sotto dell'emblema: l'ellisse e la P, rappresenta la base solida, come le radici di un albero maestoso. Il nome "Figlie di San Paolo" racchiude la profonda connessione che le lega all'Apostolo delle genti, tanto da meritare l'appellativo "le Paoline" in molte parti del mondo. Tuttavia, in altre regioni geografiche e lingue, il nome si riverbera attraverso una varietà di forme. È per questo motivo che si è scelto di raffigurare la Congregazione attraverso un nuovo logo ispirato al distintivo. L'ellisse, condivisa con l'Editore Paoline, rappresenta la Congregazione e la missione dell'evangelizzazione; è volutamente aperta e inclusiva in quanto abbraccia la Croce-Libro, che richiama il distintivo delle Figlie di San Paolo, San Paolo l'Apostolo delle genti e la Parola da annunciare. Da oggi i siti internet e i profili social delle Figlie di San Paolo e dell'Editore Paoline, si rinnovano graficamente nello stesso tempo, per esprimere il desiderio di camminare insieme verso un rinnovamento del carisma e continuare ad annunciare il Vangelo con i mezzi di oggi a tutte le donne e uomini del nostro tempo: infatti sentiamo forte l'impegno di essere "innovatrici per vocazione".

Gigliola Alfaro