



Glenda

Shoe

Giorgia

Alessandro

Yesterdays *He* *fece*
fece

Ogni estate, gli oratori della Lombardia si colorano e si animano perché si riempiono di bambini e preadolescenti.
Con loro c'è anche un grande numero di adolescenti e giovani, disponibili ad accompagnarli per un intero mese.
Gli oratori diventano così luoghi di crescita e di sperimentazione, occasioni di comunità e di responsabilità. In tutto questo, sono sempre guidati da un **tema e da un **progetto** scritto a più mani che, nell'autunno dell'anno precedente, comincia ad essere **imbastito** da un team regionale appositamente costituito e che alcuni mesi dopo – nella primavera dell'anno successivo – arriva fino al singolo sacerdote e/o coordinatore presente sul proprio territorio di appartenenza.**

Il progetto Cre-Grest di ODL – Oratori Diocesi Lombarde è un'esperienza che da più di trent'anni coinvolge centinaia di migliaia di persone: è una storia di grande intenzionalità educativa, che nel corso del tempo si è distinta per l'originalità dei contenuti proposti e la mentalità progettuale fortemente voluta nei materiali elaborati. I protagonisti sono persone uniche ed irripetibili che ogni anno si mettono in gioco per sottoscrivere e vivere in prima persona i fondamenti che stanno alla base del loro progetto: dare corpo e soprattutto vita alla cura educativa verso i più piccoli.

crGrest

Il brand, che vuole caratterizzare la proposta educativa del progetto Cre-Grest, tra le tante oggi a disposizione per le famiglie, prende forma dall'idea di una **firma**: un tratto che si modella a partire da una linea piatta, acquista mano spessore, prende volume nel suo cuore per tornare poi all'ordinarietà.

È come la rappresentazione del tempo che scorre, capace anche di evocare i diversi livelli di coinvolgimento che l'esperienza genera: l'attesa, l'esperienza in sé che lascia il segno e il suo ricordo.



Solo l'esperienza originale del Cre-Grest può fregiarsi di tale denominazione. A tutela della preziosità che porta con sé in termini di valori e di origine, ad essa apponiamo simbolicamente un **timbro** che vuole significare la visione e la prospettiva che desidera continuare per il resto dell'anno: l'oratorio sarà una proposta di qualità anche per tutti gli altri momenti.

Penney *William* *domP*

**QUESTO BRAND DESIDERÀ ESSERE
PIÙ DI UN MARCHIO DI FABBRICA O DI UN BOLLINO DI QUALITÀ:
VUOLE ESSERE IL TRATTO DISTINTIVO,
IL SEGNO DI RICONOSCIMENTO DI UN PROGETTO DI CURA EDUCATIVA
CHE LA CHIESA VUOLE AVERE NEI CONFRONTI DELLE GIOVANI GENERAZIONI
E DELLE LORO COMUNITÀ.**