

# RACCONTARE LA STORIA DEL **ROTARY**

Identità visiva e verbale  
Linee Guida



**“ I PIÙ GRANDI SUCCESSI  
SI OTTENGONO  
COORDINANDO GLI  
SFORZI FATTI CON IL  
CUORE, CON LA MENTE  
E CON LE MANI” .**

**PAUL P. HARRIS, FONDATORE**



# Indice

## INTRODUZIONE

- 4 **Informazioni generali**  
Perché stiamo rafforzando  
la nostra immagine  
Che cosa abbiamo fatto  
Che cosa resta da fare

## CHI SIAMO

- 5 Il nostro percorso
- 6 I nostri valori
- 7 La nostra voce

## COME ORGANIZZARE E PRESENTARE I NOSTRI MESSAGGI

- 9 Pilastrini e principi  
organizzativi
- 10 Sistema di firme
- 11 Come ci definiamo

## LA NOSTRA IMMAGINE

- 12 **Panoramica del toolkit  
per l'identità visiva**
- 13 **Logo**  
Configurazioni  
Variazioni di colore,  
firma master brand  
Variazioni di colore,  
marchio d'eccellenza  
Utilizzo del marchio  
d'eccellenza  
Area libera e dimensioni  
minime delle versioni  
cartacee e digitali  
Sistema di firme per Club,  
Distretti e Zone  
Best practice
- 23 **Tavolozza colori**  
Panoramica  
Codici delle formule  
Best practice
- 26 **Tipografia**  
Carattere primario,  
secondario e alternativo  
Best practice
- 28 **Immagini**  
Panoramica su stile  
e tematiche
- 29 **Icone e grafici informativi**  
Panoramica  
Icone aree di intervento

## COME ABBINARE GLI ELEMENTI

- 31 **Suggerimenti per il layout**  
Copertine brochure  
Inseri  
Poster verticali  
Poster orizzontali  
Volantini  
Manifesti  
Versione digitale  
E-Newsletter  
Prodotti

## APPENDICE

- 54 **Messaggio ai rivenditori  
autorizzati**  
Utilizzo del marchio  
registrato
- 55 **Messaggio a Rotary  
World Magazine Press**

## INFORMAZIONI DI CONTATTO

- 56 **graphics@rotary.org  
rilocensing@rotary.org**

## SPILLA PER SOCI ROTARY



Da sempre la spilla Rotary, riconosciuta dai Rotariani di tutto il mondo, è indossata con orgoglio dai membri della nostra organizzazione.

## PROSSIMAMENTE

Nei prossimi mesi renderemo disponibili online risorse, strumenti e modelli grazie ai quali sarà più semplice creare brochure, presentazioni PowerPoint e altre comunicazioni in formato cartaceo e digitale applicando la nostra nuova immagine.



### **Perché stiamo rafforzando la nostra immagine**

Da oltre 100 anni, il Rotary riunisce leader di tutto il mondo che condividono la stessa missione: mettere le proprie competenze a servizio della comunità. Ciononostante, il gruppo non ha ancora ottenuto il riconoscimento che merita. Ed è proprio per trasmettere l'importanza e l'urgenza del nostro messaggio e della nostra missione al resto del mondo che dobbiamo aumentare il numero dei soci, la portata e l'impatto del Rotary.

Nel 2011, il Rotary ha deciso di intraprendere un'iniziativa pluriennale di ampio respiro per rafforzare la propria immagine. L'obiettivo non è solo quello di divulgare in maniera più efficace le nostre attività: vogliamo anche essere una fonte di motivazione, coinvolgimento e stimolo per i soci attuali e potenziali nonché per i donatori, i partner strategici e il personale.

### **Che cosa abbiamo fatto**

Caratterizzare il nostro messaggio è il primo passo per poterlo trasmettere al meglio. L'approfondita ricerca globale che abbiamo intrapreso a tale scopo ci ha permesso di:

**Identificare i nostri pilastri per individuare ciò che ci contraddistingue dalle altre organizzazioni**

**Dare vita ai nostri valori per trasformare le parole in azioni**

**Definire la nostra voce per rispecchiare la nostra originalità**

**Stabilire come presentare le nostre iniziative, per spiegare in modo chiaro che cosa facciamo e come partecipare**

**Rinnovare la nostra identità visiva per rinfrescare la nostra immagine esaltando al contempo la nostra identità**

### **Che cosa resta da fare**

Il prossimo impegno è quello di ridare vita alla nostra storia: è un compito che richiede il contributo di persone eccezionali a tutti i livelli.

Questo è il Rotary, e la nostra storia merita di essere raccontata.

**È una storia da proteggere, mantenere viva, far conoscere. Ed è una missione a cui ciascuno di noi è chiamato a partecipare.**

Queste linee guida ti aiuteranno ad applicare la nostra nuova identità visiva e verbale. Nei prossimi mesi renderemo disponibili nuove risorse online: troverai strumenti e modelli grazie ai quali sarà più semplice creare brochure, presentazioni PowerPoint e altre comunicazioni in formato cartaceo e digitale utilizzando il nuovo look.

Unificare il nostro messaggio verbale e visivo non significa solo esaltare l'immagine dell'organizzazione ma contribuisce a valorizzare l'esperienza Rotary nella sua globalità.



---

## VALUTAZIONE COMPLESSIVA DEL BRAND

---

I risultati della ricerca intrapresa a livello globale hanno evidenziato tre elementi:

**I Rotariani sono leader responsabili – sia socialmente che eticamente**

**Il nostro punto di forza è e continuerà a essere la creazione di relazioni**

**Il nostro impatto non è semplicemente “globale”, ma investe le comunità su scala globale**

---

## DEFINIZIONE DEI PUNTI DI FORZA PER CHIAREZZA E IMPATTO

---

La ricerca ci ha permesso di definire chi siamo (leader responsabili), cosa facciamo (instaurare relazioni) e l'importanza del nostro contributo (impatto nella comunità). Abbiamo inoltre scoperto come esprimere i nostri punti di forza in modo più convincente.

**Definire la leadership tramite il tipo di approccio e di comportamento, non con etichette o titoli**

**Evidenziare i rapporti e le comunità, non l'individuo**

**Chiarire il tipo d'impatto creato dal Rotary (cioè un impatto sulle comunità a livello mondiale e un cambiamento duraturo)**

---

## Che cosa sono i "valori"?

I valori costituiscono le fondamenta del nostro agire. Identificano le nostre convinzioni e il nostro operato.

## Come abbiamo definito i nostri valori?

I nostri valori sono radicati nei principi guida che hanno sempre definito il Rotary. Ora è giunto il momento di ridare vita a questi valori evidenziando il modo in cui vengono messi in pratica nelle comunità di tutto il mondo.

### QUALI SONO I NOSTRI VALORI

**Amicizia e Comprensione mondiale**

**Etica e Integrità**

**Diversità**

**Competenza professionale,  
Servizio e Leadership**

### COME VIVIAMO I NOSTRI VALORI

**Costruiamo rapporti duraturi**

**Onoriamo i nostri impegni**

**Troviamo punti di contatto tra modi di pensare diversi**

**Mettiamo a disposizione competenze e leadership per risolvere problematiche sociali**

**Com'è la nostra voce?**

La nostra voce si esprime tramite il tono e lo stile che utilizziamo per comunicare e che ci contraddistinguono.

**Perché per il Rotary è importante caratterizzare la propria voce?**

Il Rotary è unico nel suo genere. Ed è proprio per garantire che tutte le nostre interazioni rispecchino l'originalità e la percezione pubblica dell'organizzazione a cui apparteniamo che dobbiamo esprimerci con una voce unificata. Scrivere, parlare e presentare i contenuti utilizzando un'unica voce dà alle nostre comunicazioni l'aspetto, lo spirito e il timbro inconfondibile del Rotary.

**Come bisogna utilizzare la nostra voce?**

Le caratteristiche della nostra voce sono i punti cardine su cui modellare il nostro modo di parlare, di scrivere e di presentare i contenuti. Consideriamoli come i criteri sulla base dei quali valutare le nostre comunicazioni. Abbiamo a disposizione numerosi strumenti per applicare la nostra identità verbale e visiva (ad esempio testi, immagini, infografiche e così via), per imprimere il marchio della nostra voce su tutte le forme di comunicazione. Per i dettagli su come applicare gli elementi dell'identità visiva, vai alle pagine 12-30.

LA NOSTRA VOCE È...

**Intelligente**

**Compassionevole**

**Tenace**

**Stimolante**

E SIGNIFICA CHE...

Analizziamo i problemi da diversi punti di vista e l'approccio che adottiamo nel rispondere alle problematiche sociali utilizzando le nostre competenze ci contraddistingue e ci rende unici. Siamo perspicaci ed esigenti.

Affrontare le sfide più impegnative a livello globale richiede empatia. Noi sosteniamo persone in carne e ossa e appoggiamo cause universali e facilmente condivisibili.

Troviamo soluzioni durature a problemi sistemici a livello nazionale e internazionale. Ci esprimiamo con chiarezza e convinzione.

Instauriamo relazioni durature e apportiamo cambiamenti positivi alle comunità nel mondo. Se da un lato questo ci motiva, dall'altro incoraggia gli altri ad agire. Trasmettiamo speranza, entusiasmo e passione.

LE NOSTRE COMUNICAZIONI SONO...

**Informate  
Brillanti  
Attendibili**

**Rispettose  
Sincere  
Coinvolgenti**

**Audaci  
Decise  
Coraggiose**

**Ottimiste  
Esaltanti  
Lungimiranti**



Ecco alcuni esempi che dimostrano come la nostra voce può rafforzare il nostro messaggio:

#### ESEMPI

#### PRIMA (senza la nuova voce del Rotary)

Invito a potenziali soci a visitare un club locale

Il Rotary è composto da persone ordinarie di tutto il mondo che collaborano tra di loro per pulire l'ambiente, porre fine alla polio, migliorare le nostre comunità e realizzare altre cose straordinarie.

Per maggiori informazioni visita [rotary.org/it](http://rotary.org/it).



#### DOPO (con la nuova voce del Rotary)

**È meraviglioso vedere che cosa siamo capaci di fare se lavoriamo con il cuore e con la mente... vedere come leader diversi per nazionalità, occupazione e cultura si rimboccano le mani per migliorare la salute, dare voce ai giovani, promuovere la pace e arricchire le proprie comunità.**

**Unisciti ai leader di un Rotary Club vicino a te.**

#### PERCHÉ È EFFICACE

- È attiva, comunicativa e stimolante
- Esprime il giusto equilibrio tra compassione (cuore) e intelligenza (mente)
- Definisce la leadership in base al tipo di mentalità (punti di vista diversi) e all'azione
- Evidenzia il tipo d'impatto creato dal Rotary
- Include un chiaro invito all'azione

Estratto da Rotary.org

Anniversario del Rotary

Il 108esimo anniversario del Rotary segna un anno di successi sia per quanto riguarda lo sforzo nell'eradicazione della polio e il rinnovato impegno nel completare l'impresa. Per aiutare, scopri come fare advocacy per incoraggiare i governi a finanziare le opere vitali per sconfiggere la malattia.



**Un altro anno, una nuova occasione per fare storia.**

**Siamo più vicini che mai ad eliminare per sempre la polio. Ma festeggiare 108 anni di impegno a favore delle comunità ci ricorda anche che c'è ancora tanto da fare. Vuoi raggiungere questo ambizioso obiettivo insieme a noi? Diventa un sostenitore attivo dello stanziamento di contributi governativi.**

- Il titolo è accattivante e non semplicemente descrittivo
- Mette in risalto lo spirito tenace del Rotary
- Esprime compassione e umanità (ad esempio utilizzando la forma plurale "noi")
- Contiene un chiaro invito all'azione

## Tre pilastri, semplici e chiari

Ciascun socio può rispondere alla domanda: “Che cos’è il Rotary?” in modo semplice e chiaro facendo riferimento a tre concetti fondamentali:

- 1 Il Rotary **unisce leader** di tutti i continenti, settori e culture.
- 2 Noi **scambiamo idee** e riuniamo competenze e punti di vista diversi per risolvere alcuni tra i problemi più pressanti a livello globale.
- 3 Infine, **agiamo concretamente** per realizzare cambiamenti positivi e duraturi nelle nostre comunità in tutto il mondo.

Incentrando le nostre comunicazioni su questi tre concetti, possiamo esprimere chiaramente la missione del Rotary, come ci contraddistingue da altre organizzazioni e perché è così importante. Se da un lato questo approccio permette a ciascuno di sviluppare una propria definizione convincente del Rotary, dall’altro ci consente di raccontare la nostra storia in quanto collettività in maniera coerente e accattivante allo stesso tempo.

## Principi organizzativi del Rotary

Questi tre concetti forniscono inoltre una struttura in base alla quale organizzare e presentare pubblicamente la nostra identità. Tali principi rispecchiano la percezione pubblica del Rotary e spiegano in modo chiaro come aderire alla nostra organizzazione per favorire la comprensione reciproca.

Principi organizzativi	UNIRSI AI LEADER		SCAMBIARE IDEE			AGIRE	
	Leader emergenti	Leader	Interessi condivisi	Scambio culturale	Comprensione globale	Localmente	Globalmente
Sub-categorie							
Definizione	Instaurare relazioni con leader di tutti i continenti, settori e culture		Scoprire come la diversità significa ricchezza			Creare cambiamenti positivi nelle nostre comunità	
Livello d’impegno	UNIRSI AI LEADER è il primo passo, che avviene nei Rotary Club e all’interno dei club Rotaract e Interact.		SCAMBIARE IDEE è il livello di coinvolgimento successivo. Comprende eventi e programmi che hanno l’obiettivo di stimolare l’interazione tra le persone. Per scoprire interessi condivisi, trovare punti d’incontro tra diversi modi di pensare e promuovere la comprensione globale.			AGIRE comprende lo svolgimento di attività orientate al servizio e destinate a Rotariani, partner e volontari fortemente impegnati sia a livello locale che globale.	
Esempi chiave	Rotary Club Rotaract Club Interact Club RYLA		Congresso internazionale Scambio giovani Circoli con interessi comuni Borse di studio della pace			Progetti a livello di club PolioPlus Gruppi d’azione rotariana Gruppi Community Rotary	

### Inviti all'azione

Nel loro insieme, i nostri principi organizzativi servono a comunicare la missione del Rotary ma possono anche essere utilizzati individualmente per lanciare appelli all'azione. In altre parole, comunicano che tramite il Rotary è possibile "Unirsi ai leader", "Scambiare idee" e "Agire". Sono elementi intesi a rafforzare piuttosto che a costituire in sé un titolo o un messaggio chiave.

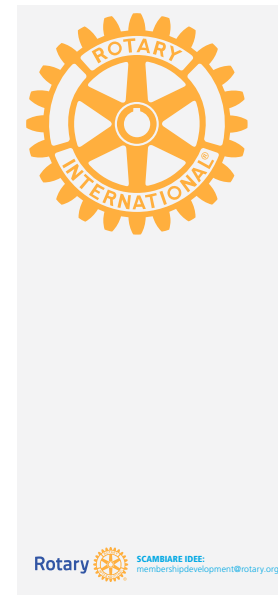
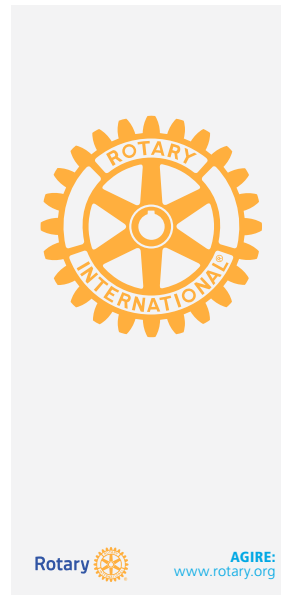
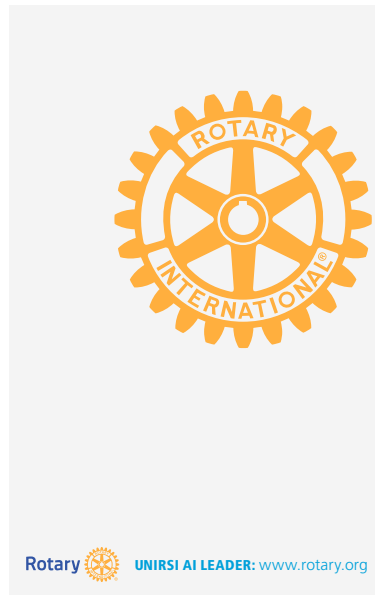
Occorre avere sempre ben presente il tipo di pubblico a cui è diretto il nostro messaggio e qual è la reazione che vogliamo provocare. Ecco alcuni semplici elementi da ricordare quando utilizziamo i nostri principi organizzativi sotto forma di **appelli all'azione**.

Struttura degli inviti all'azione



**UNIRSI AI LEADER** ○ **SCAMBIARE IDEE** ○ **AGIRE:** [url] ○ [telefono] [indirizzo]

Esempi





## Noi siamo il Rotary

“Rotary” è il filo conduttore tra il Rotary International e la Fondazione Rotary. Di solito i Rotariani si riferiscono alla propria organizzazione semplicemente come al “Rotary”. Adottare il nome “Rotary” come veicolo comunicativo è un passaggio semplice ma di fondamentale importanza per unificare la nostra organizzazione e rafforzare il nostro messaggio.

<b>ROTARY</b>	<b>ROTARY INTERNATIONAL</b>	<b>FONDAZIONE ROTARY</b>
<b>NOME PER LE RELAZIONI PUBBLICHE</b>	<b>RAGIONE SOCIALE E NOME DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE AMMINISTRATIVA</b>	<b>NOME DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE BENEFICA</b>
<b>Nome che utilizziamo in tutte le comunicazioni per riferirci alla nostra organizzazione nel suo insieme</b>	<b>Nome che utilizziamo per riferirci alla nostra associazione mondiale di 34.000 club e agli uffici amministrativi che la supportano</b>	<b>Nome che utilizziamo per riferirci alla nostra organizzazione per la raccolta fondi e l'assegnazione di sovvenzioni, se applicabile e richiesto per motivi legali</b>

# Toolkit per l'identità visiva Panoramica

## Diretto, deciso, stimolante e... con un tocco dorato.

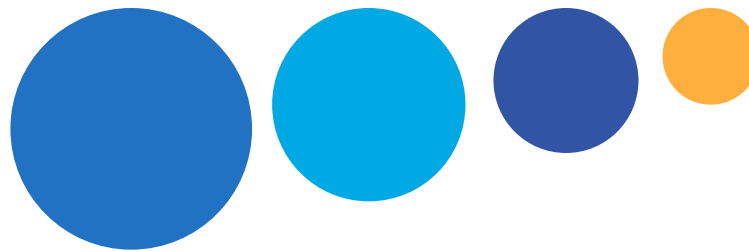
Il toolkit per l'identità visiva contiene gli elementi di base della nostra struttura grafica.

Include i nostri loghi, la tavolozza di colori, i caratteri tipografici, l'iconografia, lo stile per infografiche e fotografie e le tematiche consigliate.

Ciascun elemento è stato ideato per inserirsi in modo armonico nella struttura d'insieme pur mantenendo una certa flessibilità. La combinazione dei vari elementi è in grado di trasmettere in modo chiaro il nostro carattere di leadership attiva e lo spirito tenace ma compassionevole che ci contraddistingue.

## Colori - pp. 23-25

Colori Rotary principali



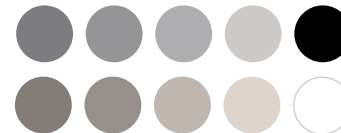
Secondari



Pastelli



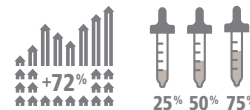
Neutri



## Iconografia - p. 29



## Infografiche - p. 29



## Immagini - p. 28

Rotariani riuniti per scambiare idee



Rotariani all'opera per migliorare la comunità



Immagine metaforica



## Caratteri tipografici - pp. 26-27

Opzioni caratteri con licenza

Carattere principale

**FRUTIGER BLACK  
CONDENSED  
TUTTO MAIUSCOLO  
PER TITOLI E  
NAV PRINCIPALE**

Frutiger per titoli secondari, nav secondaria, infografiche e lock up  
*Corsivo* chiaro  
*Corsivo* Roman  
***Corsivo* in grassetto Ultra Black**

Carattere secondario

Sentinel per corpo del testo, titoli secondari, sottotitoli e callout  
*Corsivo* chiaro  
*Corsivo* Medio  
*Corsivo* Semi-grassetto  
***Corsivo* in grassetto**

Opzioni gratuite

**OPEN SANS CONDENSED  
O ARIAL NARROW**

Arial

Georgia

## Logo - pp. 13-22

Firma master brand (il nostro logo ufficiale)



Marchio d'eccellenza (la nostra ruota)



# Logo Configurazioni

Per molti anni la ruota del Rotary è stata l'unico elemento del nostro logo: esso conteneva già la parte testuale "Rotary International" ma era difficile leggerlo a distanza e spesso il pubblico non associava alla nostra organizzazione le attività e gli eventi pubblicizzati. Ecco perché abbiamo deciso di rinnovare il logo ufficiale includendo la parola "Rotary" davanti al nostro emblema. Si tratta della nostra firma master brand e va usato il più possibile.

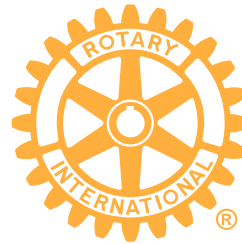
La ruota del Rotary è il nostro marchio d'eccellenza. Parte del logo ufficiale, questo elemento può essere ingrandito per ottenere un maggior impatto ed è utilizzabile da solo, anche se comunque in prossimità della firma master brand.

È cruciale mantenere la coerenza della nostra firma. Posizionamento e proporzione di tutti gli elementi pertinenti alla firma sono fissi e non devono essere mai alterati.

Gli esempi di layout a pagina 16, 35 e 40 mostrano con chiarezza come seguire queste linee guida.

Firma master brand

Rotary



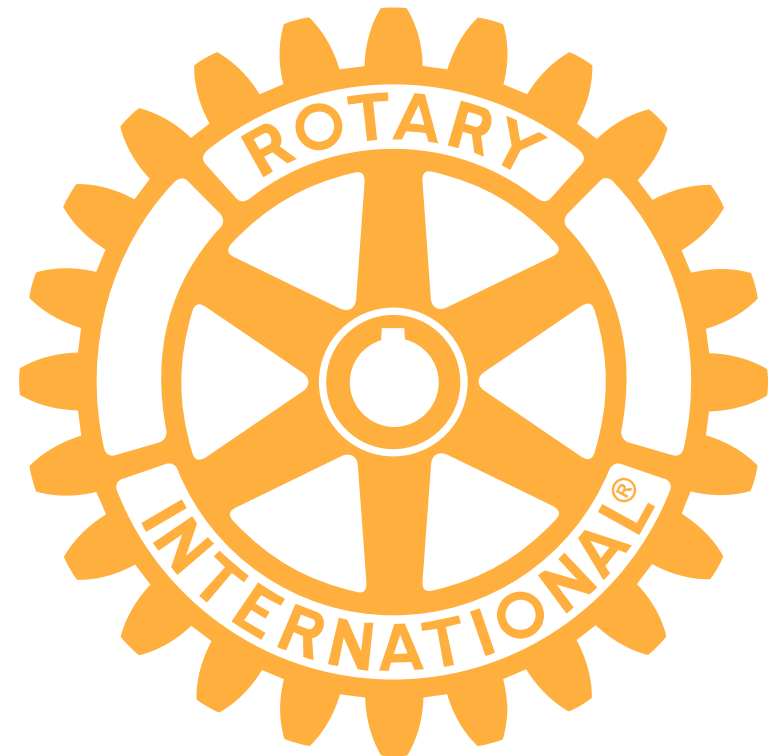
Logo testuale del Rotary

Emblema del Rotary

Formato logo da usare per:

Stampa	.eps	spot o cmyk
Ricamo	.eps	spot o cmyk
Serigrafia	.eps	spot o cmyk
Doc Word (stampa)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digitale:		
Web/E-mail	.png	rgb
Tablet/Cellulari		

Marchio d'eccellenza





# Logo

## Variazioni di colore, firma master brand

La firma Rotary a colori è la nostra versione ufficiale preferita. Occorre usarla sempre nei contesti digitali e nella forma cartacea ad almeno due colori. La parola "Rotary" deve sempre apparire nel colore Rotary Royal Blue o in bianco ed essere seguita dalla nostra ruota nel colore Rotary Gold, a meno che la stampa a due colori non sia possibile o lo sfondo ne comprometta la leggibilità.

Sono disponibili variazioni per le firme del Rotary in versione monocromatica in nero, Rotary Azure e bianco per le immagini in negativo. Queste alternative possono essere applicate per la stampa monocromatica o su sfondi molto complessi che possono compromettere la leggibilità o l'aspetto dei colori.

Utilizzare la versione di colore appropriata per mantenere il maggior contrasto e leggibilità possibili: positivo per sfondi chiari o bianchi e negativo per sfondi scuri.

In circostanze particolari è possibile utilizzare anche versioni metallizzate equivalenti dei colori Rotary.

Per ulteriori dettagli sulla tavolozza colori, vai alle pagine 23-24.

### Versione a colori

Positivo (per sfondi chiari o bianchi)



Rotary Royal Blue

Rotary Gold



Negativo (per sfondi scuri)



Bianco

Rotary Gold



### Versione monocromatica

100% nero



100% Rotary Azure



100% bianco (per sfondi scuri)



# Logo

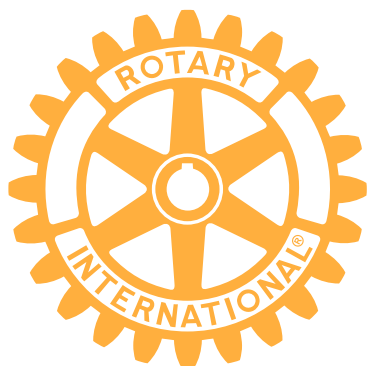
## Variazioni di colore, marchio d'eccellenza

La ruota del Rotary, il nostro marchio d'eccellenza, deve sempre essere rappresentata utilizzando il colore Rotary Gold, a meno che la stampa a due colori non sia possibile o lo sfondo ne comprometta la leggibilità.

Sono disponibili variazioni in versione monocromatica in nero, Rotary Azure e bianco per le immagini in negativo. Queste alternative vanno applicate principalmente per la stampa monocromatica.

In circostanze particolari è possibile utilizzare versioni metallizzate equivalenti del colore Rotary Gold.

Per ulteriori dettagli sulla tavolozza colori, vai alle pagine 23-24.



Rotary Gold

Formato logo da utilizzare per:

Stampa	.eps	spot o cmyk
Ricamo	.eps	spot o cmyk
Serigrafia	.eps	spot o cmyk
DocWord (stampa)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digitale:		
Web/E-mail	.png	rgb
Tablet/Cellulari		

### Versione a colori

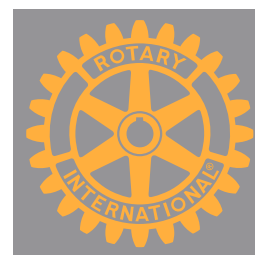
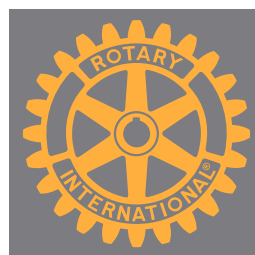
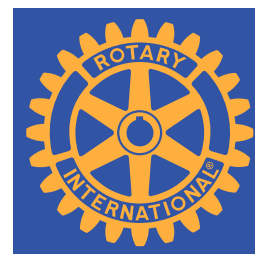
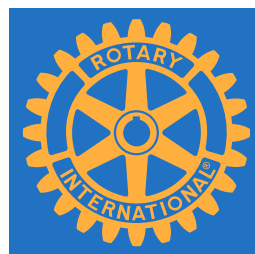
Immagine scura



Immagine chiara

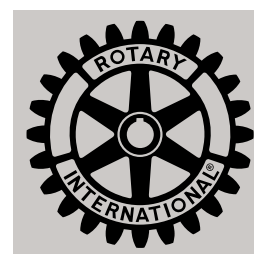


Colori accettabili per sfondo a tinta unita

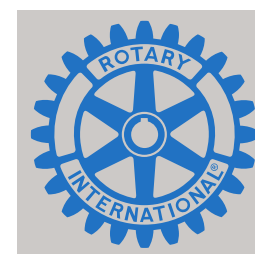


### Versione monocromatica

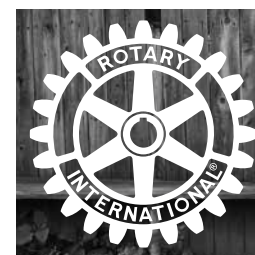
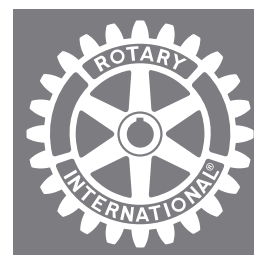
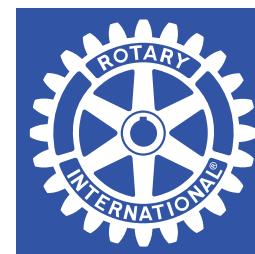
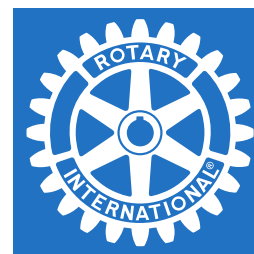
100% nero



100% Rotary Azure



100% bianco (negativo)



# Logo

## Utilizzo della ruota Rotary, il nostro marchio d'eccellenza

### Sempre GRANDE

Il nostro marchio d'eccellenza è il simbolo della nostra leadership. Nelle comunicazioni di grande impatto le sue dimensioni devono essere generose, in modo da trasmettere la forza e l'urgenza del messaggio proposto.

### Sempre vicino alla firma master brand

Il marchio d'eccellenza deve apparire sempre in prossimità di una delle nostre firme e non figurare mai da solo. Consulta gli esempi di layout alle pagine 31-40 per idee su come tenere vicini questi elementi.

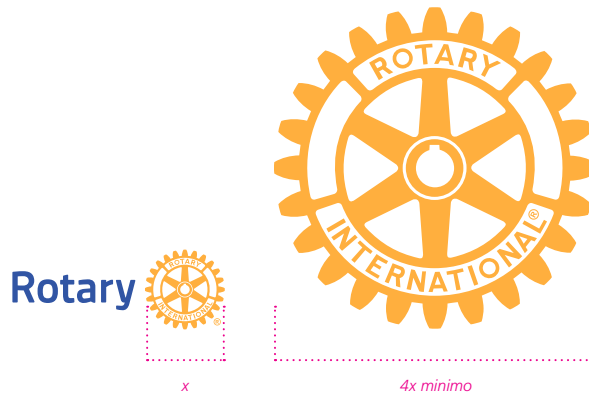
### Non usare in eccesso

Da riservare a copertine o materiale di marketing in una singola pagina, come manifesti o pubblicità, ove appropriato. Non ripeterlo troppe volte all'interno delle comunicazioni e non utilizzarlo in situazioni non rilevanti quali inserti o pagine web secondarie.

Per le opzioni di colore, vai a pagina 15.

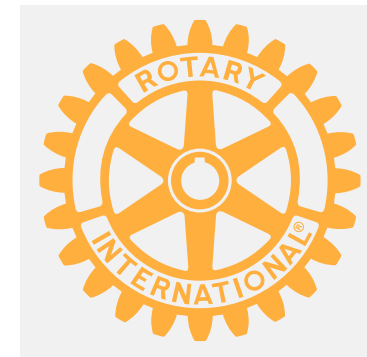
### Dimensioni

Rapporto fra le dimensioni del marchio d'eccellenza e la firma master brand



### Opacità

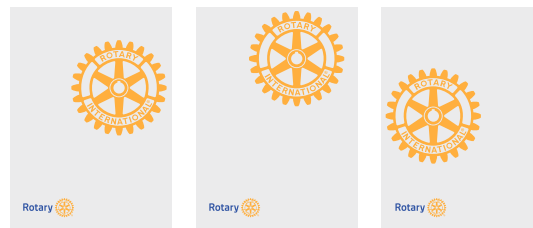
100% opaco su colori a tinta unita



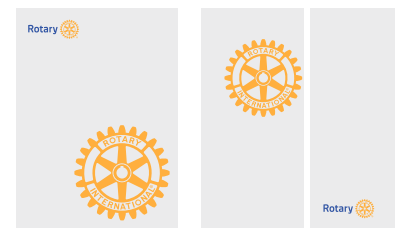
Rotary

### Esempi (marchio d'eccellenza sempre in prossimità della firma master brand)

Comunicazioni su pagina singola



Su pagine multiple (fronte/retro)



# Logo

Area libera  
e dimensioni  
minime per  
versione cartacea

## LOGO

### Firma master brand

Dimensioni minime  
13 mm / 0,5"

Nessuna restrizione  
per altezza massima



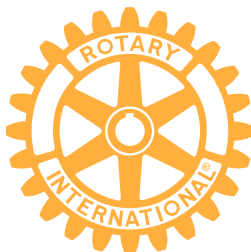
## DIMENSIONI MINIME PER LA STAMPA



### Marchio d'eccellenza

Dimensioni minime 4x  
l'altezza dell'emblema  
(la ruota) che si trova nella  
vicina firma master brand

Nessuna restrizione  
per altezza massima



Rapporto minimo:

52mm / 2" se abbinato alla firma master brand

Formato logo da usare per:

Stampa	.eps	spot o cmyk
Ricamo	.eps	spot o cmyk
Serigrafia	.eps	spot o cmyk
DocWord (stampa)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digitale:		
Web/E-mail	.png	rgb
Tablet/Cellulari		

## AREA LIBERA



L'area libera (ovvero lo spazio che circonda la firma master brand) deve essere uguale all'altezza della "R" maiuscola del wordmark del Rotary.

# Logo

Area libera  
e dimensioni  
minime per  
versione digitale

**LOGO**

**Firma master brand**

Dimensioni minime  
60px

Nessuna restrizione  
per altezza massima



**DIMENSIONI MINIME PER DESKTOP/LAPTOP**



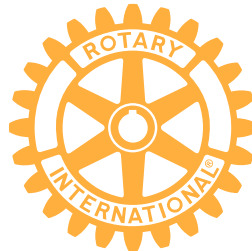
**DIMENSIONI MINIME PER CELLULARI/TABLET**



**Marchio d'eccellenza**

Dimensioni minime 4x  
l'altezza dell'emblema  
(la ruota) che si trova nella  
vicina firma master brand

Nessuna restrizione  
per altezza massima



Rapporto minimo:  
240px se abbinato alla  
firma master brand  
120px se abbinato alla  
firma semplificata

Rapporto minimo:  
320px se se abbinato alla  
firma master brand  
160px se abbinato alla  
firma semplificata

**Firma semplificata**

Da usare in formati digitali  
con caratteri piccoli e spazi  
ristretti

Altezza massima inferiore a  
60px per desktop/laptop  
80px per cellulari/tablet

Dimensioni minime  
30px per desktop/laptop  
40px per cellulari/tablet



**AREA LIBERA**



L'area libera per la firma  
master brand deve essere  
uguale all'altezza della "o"  
minuscola del wordmark  
del Rotary.

# Logo

## Sistema di firme per Club, Distretti e Zone

Esiste un sistema speciale per le firme che consente di identificare il proprio club, distretto o zona in tutti i materiali divulgativi e promozionali. Nei prossimi mesi sarà disponibile uno strumento che permetterà a tutti i club di creare la propria firma personalizzata. Inoltre i rivenditori autorizzati avranno la possibilità di riprodurre tali firme sui prodotti Rotary.

### Rotary Club

La firma dei Rotary Club è composta dalla firma master brand insieme al nome del club e dev'essere usata al posto della firma master brand sui materiali informativi a livello di club.

La configurazione preferita è "Rotary Club [di] [Località]", con il nome "Rotary" in prima posizione.

Esistono due alternative accettabili per coprire le variazioni dei nomi dei club.

Il rapporto tra la posizione e le dimensioni del wordmark Rotary e l'emblema è fisso e non può essere alterato.

### Distretti e Zone

La firma dei distretti e delle zone è composta dalla firma master brand insieme al nome del distretto o zona e deve sostituire la firma master brand sui materiali informativi a livello di distretto e zona.

Per la riproduzione fai riferimento alle indicazioni relative ai club.

## ROTARY CLUB

Firma preferita

Rotary  
Club [di] [Località]



Alternative accettabili

[Località] Club [di]  
Rotary



[Località]  
Rotary  
Club



0,5" / 13mm

0,25" / 6,4mm

0,22" / 5,6mm

Copia sopra e sotto:  
Frutiger LT STD 45 Light, 12pt,  
Rotary Royal Blue  
allineamento a destra  
del wordmark Rotary

Esempio di nome lungo del club

Rotary  
Club of Cota de Caza  
Rancho Santa Margarita  
del Sol



## DISTRETTI E ZONE

Distretti

Zone

Rotary  
Distretto 1239



Rotary  
Zona 33



Rotary  
Zona 24 e 32



Rotary  
Zona 21b-27





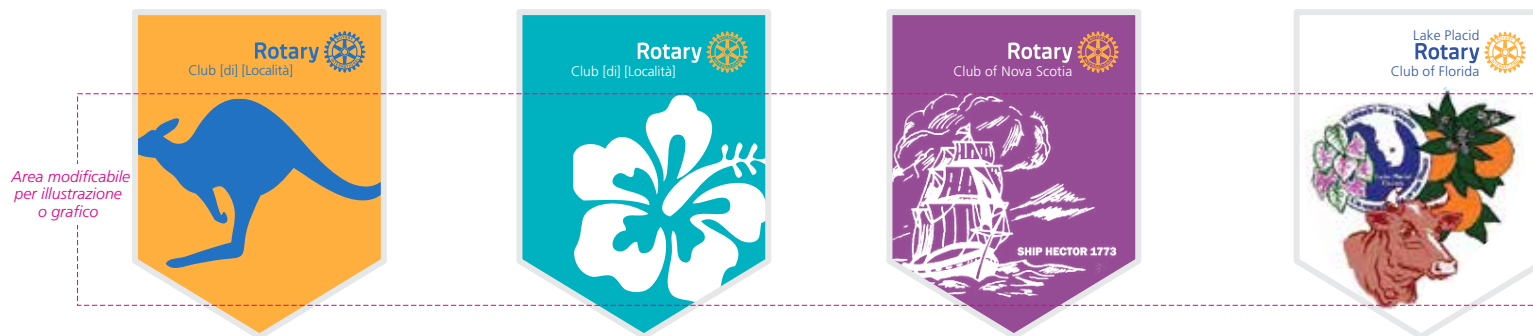
# Logo

## Sistema di firme per Club, Distretti e Zone

Per creare i gagliardetti dei club, colloca la firma del club nell'angolo in alto a destra (vedi area libera a pagina 17) e mantieni le illustrazioni personalizzate all'interno dell'area modificabile.

### ROTARY CLUB

Gagliardetti



# Logo

## Sistema di firma con organizzazioni partner

I partner sono organizzazioni esterne che collaborano con il Rotary per sviluppare, supportare e realizzare programmi e progetti di servizio nei club e nei distretti.

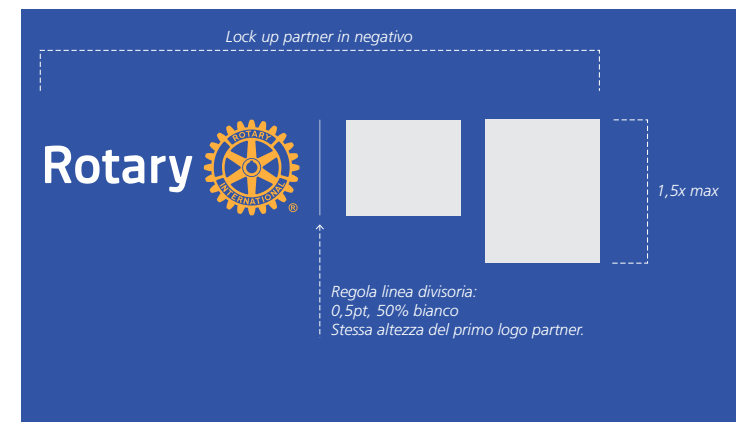
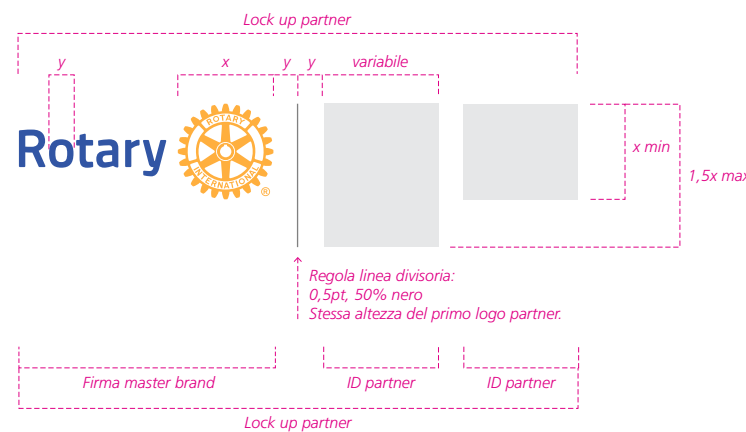
Per creare lock up per le partnership, segui le linee guida illustrate in questa pagina.

È possibile inserire uno o più partner in uno stesso lock up, ma occorre sempre garantire una spaziatura uniforme tra gli elementi.

L'altezza minima per i loghi con partner è la stessa del logo del Rotary, mentre l'altezza massima non può superare una dimensione pari a pari a 1,5 volte quella del logo Rotary. La larghezza può variare, ma non deve essere visivamente più imponente della firma master brand.

### PARTNER

Struttura



Esempi: Partner strategici, di progetti o di servizio



Da evitare



Assicurarsi che il logo Rotary sia in evidenza quanto il logo del partner. Mantenere la stessa spaziatura tra i loghi dei partner. L'altezza del logo del partner non deve essere maggiore di quella del logo Rotary.

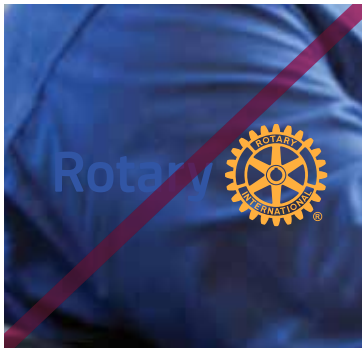
Esempio: Centri della pace



Esempio: Circoli Rotary



Firma master brand



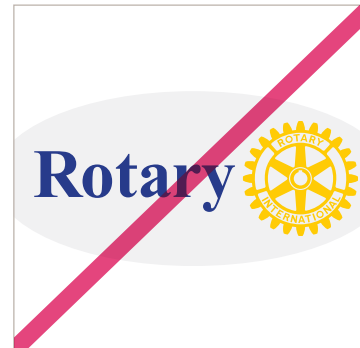
Non utilizzare la firma master brand su uno sfondo senza sufficiente contrasto.



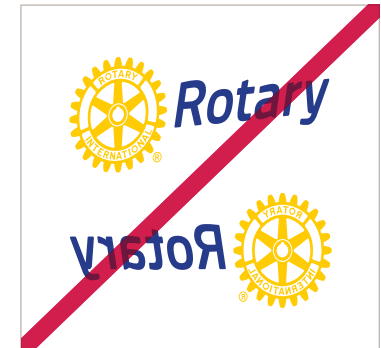
Non utilizzare la firma master brand a due colori per stampe a colori.



Non aggiungere contorni o effetti speciali alla firma master brand e non utilizzarla all'interno di altri elementi grafici.



Non creare la firma master brand utilizzando il carattere sbagliato né collocarla all'interno di riquadri.

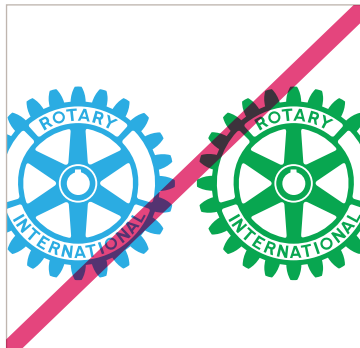


Non distorcere né invertire gli elementi.

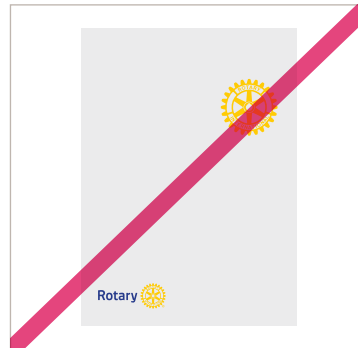
Marchio d'eccellenza



Non ritagliare né mostrare in modo parziale il marchio d'eccellenza.



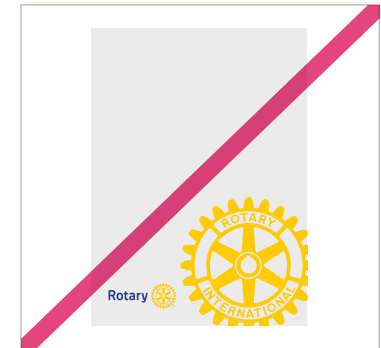
Non ricolorare il marchio d'eccellenza con un colore non rotariano, o con un colore Rotary diverso da quello indicato a pagina 15.



Non ridimensionare il marchio d'eccellenza in modo errato quando lo si utilizza con il logo. Vedi pag. 13.



Non utilizzare effetti che possano compromettere la leggibilità del marchio d'eccellenza.



Non posizionare il marchio d'eccellenza troppo vicino al logo.

Siamo intelligenti, compassionevoli, tenaci e stimolanti e per esprimere queste caratteristiche abbiamo scelto un insieme di colori intensi.

I nostri colori predominanti sono il **BLU** in alcune tonalità e un tocco di color **ORO**. Per rendere omogenea la nostra identità visiva, questi colori principali vanno usati più frequentemente rispetto alle altre tonalità della nostra tavolozza. Rotary Azure è il colore da utilizzare più spesso, mentre Rotary Sky Blue e Rotary Royal Blue servono come complemento e per mettere in risalto determinati elementi. Il colore Rotary Gold invece è il tocco dorato che impreziosisce la pagina.

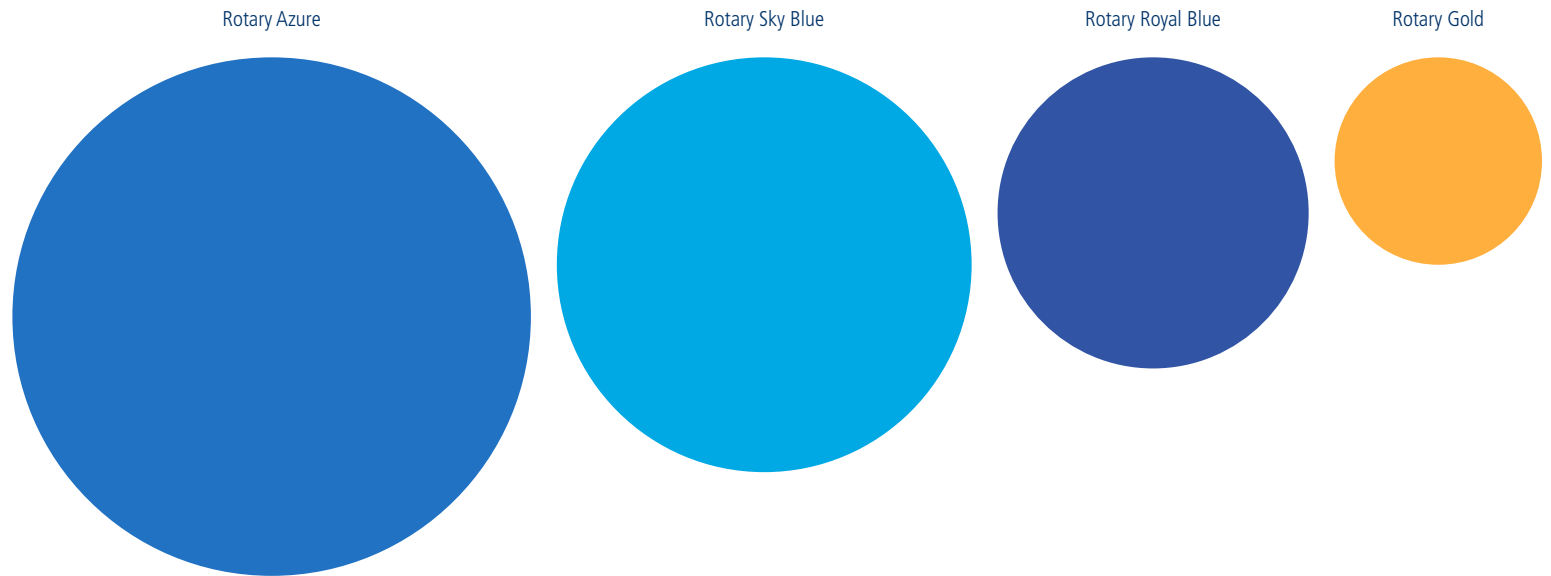
Occorre usare i colori secondari con parsimonia per creare un' enfasi occasionale o creare una distinzione all'interno di una serie, se necessario.

I delicati colori pastello e neutri offrono la flessibilità necessaria per lavorare su sfondi, layout e gerarchie di informazioni.

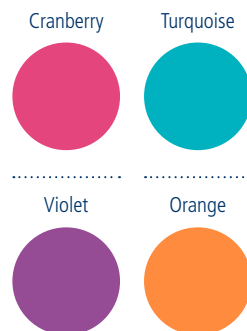
I colori sono stati scelti con cura per completarsi a vicenda nella maggior parte delle situazioni: dovrebbero essere usati nel formato puro e non retinati.

In circostanze particolari è possibile ricorrere alle versioni metallizzate equivalenti di questi colori, ad esempio nel caso della segnaletica, delle spille o dei fogli di alluminio che si utilizzano per premi e attestati.

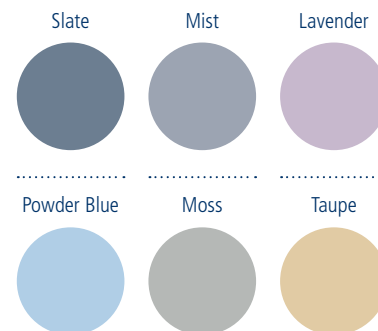
## Colori Rotary principali



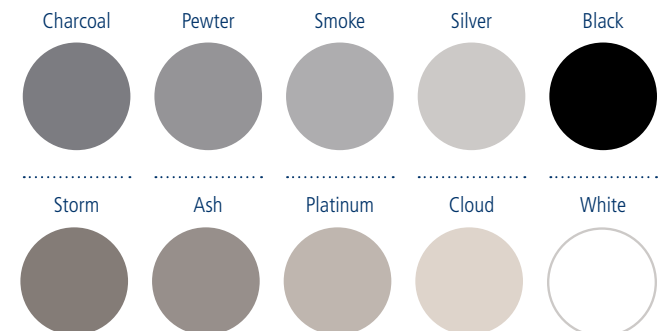
## Colori secondari



## Pastelli



## Neutri



Quando utilizzi la tavolozza di colori, assicurati di applicare le formule colori appropriate mostrate in questa pagina.

I nostri colori non devono mai essere retinati o adattati.

Le formule colori per carta patinata e non patinata qui riportate si riferiscono a:

Colori **Pantone™**  
Quadricromia **CMYK**  
Tricromia **RGB** per il digitale  
**Esadecimale** per il web

Per avere i file ASE dei campioni più recenti, invia un'e-mail a [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).

### Colori Rotary principali



**Azure**

PMS 2175C  
C99 M47 Y0 K0  
PMS 2175U  
C99 M53 Y0 K0  
Hex #005daa  
R0 G93 B170



**Sky Blue**

PMS 2202C  
C96 M0 Y6 K0  
PMS 2202U  
C94 M0 Y6 K0  
Hex #01b4e7  
R1 G180 B231



**Royal Blue**

PMS 286C  
C100 M80 Y9 K2  
PMS 286U  
C100 M92 Y9 K2  
Hex #17458f  
R23 G69 B143



**Gold**

PMS 130C  
C0 M41 Y100 K0  
PMS 129U  
C0 M35 Y100 K0  
Hex #f7a81b  
R247 G168 B27

### Colori secondari



**Cranberry**

PMS 214C  
C0 M100 Y22 K0  
Rubine RedU  
C0 M100 Y22 K0  
Hex #d91b5c  
R217 G27 B92



**Turquoise**

PMS 7466C  
C90 M0 Y38 K0  
PMS 7466U  
C88 M0 Y27 K0  
Hex #009999  
R0 G153 B153



**Violet**

PMS 2070C  
C57 M91 Y0 K0  
PMS 2070U  
C54 M99 Y0 K0  
Hex #872175  
R135 G33 B117



**Orange**

PMS 2018C  
C0 M68 Y95 K0  
PMS 2018U  
C0 M58 Y95 K0  
Hex #ff7600  
R255 G118 B0

### Pastelli



**Slate**

PMS 2165C  
C68 M43 Y30 K9  
PMS 2166U  
C68 M46 Y30 K13  
Hex #687d90  
R104 G125 B144



**Mist**

PMS 2162C  
C40 M23 Y18 K1  
PMS 2162U  
C42 M26 Y18 K4  
Hex #9ea6b4  
R158 G166 B180



**Lavender**

PMS 665C  
C17 M20 Y0 K8  
PMS 665U  
C17 M20 Y0 K8  
Hex #c6bcd0  
R198 G188 B208



**Powder Blue**

PMS 290C  
C25 M4 Y5 K0  
PMS 545U  
C28 M4 Y0 K0  
Hex #c9dee9  
R201 G222 B233



**Moss**

PMS 7537C  
C36 M23 Y34 K0  
PMS 7537U  
C36 M23 Y30 K0  
Hex #a7aca2  
R167 G172 B162



**Taupe**

PMS 7501C  
C13 M16 Y35 K0  
PMS 7501U  
C13 M16 Y35 K0  
Hex #d9c89e  
R217 G200 B158

### Neutri



**Charcoal**

Cool Gray 11C  
C48 M22 Y24 K66  
Cool Gray 11U  
C15 M0 Y0 K60  
Hex #58585a  
R88 G88 B90



**Pewter**

Cool Gray 8C  
C23 M11 Y13 K41  
Cool Gray 8U  
C10 M0 Y0 K50  
Hex #919295  
R145 G146 B149



**Smoke**

Cool Gray 5C  
C0 M0 Y0 K33  
Cool Gray 5U  
C0 M0 Y0 K33  
Hex #bcddc0  
R188 G189 B192



**Silver**

Cool Gray 2C  
C14 M10 Y13 K0  
Cool Gray 2U  
C14 M10 Y16 K0  
Hex #e7e7e8  
R231 G231 B232



**Storm**

Warm Gray 10C  
C51 M46 Y55 K19  
Warm Gray 10U  
C51 M46 Y45 K19  
Hex #675d58  
R103 G93 B88



**Ash**

Warm Gray 7C  
C41 M34 Y44 K4  
Warm Gray 7U  
C41 M38 Y37 K8  
Hex #958d85  
R149 G141 B133



**Platinum**

Warm Gray 3C  
C25 M22 Y32 K0  
Warm Gray 3U  
C25 M22 Y28 K2  
Hex #c5c1bb  
R197 G193 B187



**Cloud**

Warm Gray 1C  
C15 M12 Y17 K0  
Warm Gray 1U  
C15 M12 Y17 K0  
Hex #e6e5d8  
R230 G229 B216



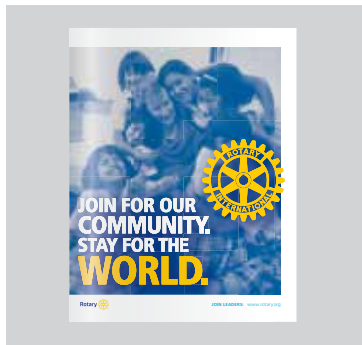
**Black**

C0 M0 Y0 K100  
Hex #000000  
R0 G0 B0



**White**

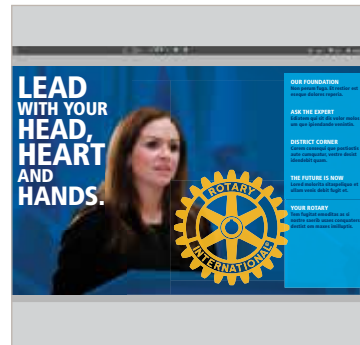
C0 M0 Y0 K0  
Hex #ffffff  
R255 G255 B255



Utilizzare il colore Rotary Gold per mettere in risalto determinati elementi.



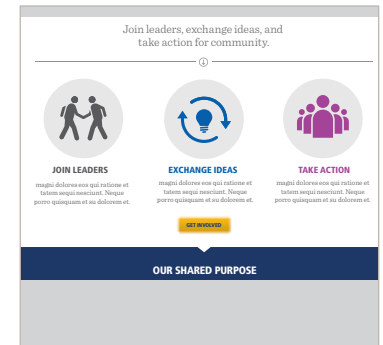
Evidenziare titoli, sommari, icone e pulsanti con i colori della nostra tavolozza.



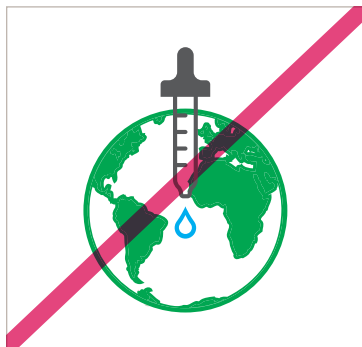
Utilizzare le tonalità azzurre dei colori principali come tavolozza prevalente.



Utilizzare i colori secondari per evidenziare gli elementi e mai come colori dominanti.



Utilizzare colori neutri e spazi bianchi per dare un senso di equilibrio e chiarezza.



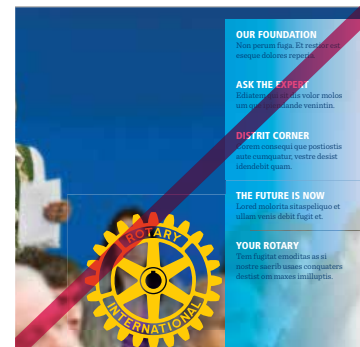
Non utilizzare colori assenti dalla nostra tavolozza.



Utilizzare colori dal contrasto sufficiente per non compromettere la leggibilità.



Utilizzare colori complementari tra loro e per le aree più estese usare i colori principali.



Per lo sfondo, utilizzare un unico colore piuttosto che sfumature.



I colori della tavolozza vanno impiegati puri, senza utilizzare toni o retinature.



# Caratteri tipografici

Caratteri con  
licenza e gratuiti

LA NOSTRA IMMAGINE

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

26

**Opzioni caratteri con licenza** – caratteri disponibili per l'acquisto

**Carattere principale\***: TUTTO MAIUSCOLO condensato per i titoli e la navigazione principale. Stile normale per titoli secondari, navigazione secondaria, infografiche, lock up, identificatori o parti descrittive particolarmente dense.

## FRUTIGER LT STD

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

47 Light Condensed

57 Condensed

67 **Bold Condensed**

77 **Black Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

45 Light

46 *Light Italic*

55 Roman

56 *Italic*

65 **Bold**

66 **Bold Italic**

75 **Black**

76 **Black Italic**

95 **Ultra Black**

**Carattere secondario\***: per corpo del testo, titoli secondari, sottotitoli, callout e identificatori.

## Sentinel

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

Light

*Light Italic*

Book

*Book Italic*

Medium

*Medium Italic*

Semibold

*Semibold Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

**Black**

***Black Italic***

**Opzioni gratuite** – se i caratteri Frutiger e Sentinel non sono disponibili o sono troppo costosi

**Carattere principale**: per applicazioni digitali (web) o quando Frutiger LT STD non è disponibile.

## OPEN SANS CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

Condensed Light

*Condensed Light Italic*

**Condensed Bold**

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

Light

*Light Italic*

Regular

*Italic*

Semibold

*Semibold Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

**Extra Bold**

***Extra Bold Italic***

**Carattere principale**: per applicazioni Microsoft Office o quando Open Sans Condensed non è disponibile.

## ARIAL NARROW

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

*Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

## ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

*Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

**Carattere secondario**: per applicazioni digitali (web) e di Microsoft Office, o quando Sentinel non è disponibile. Da utilizzare come il carattere Sentinel per corpo del testo, titoli secondari, sottotitoli e così via.

## Georgia

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

*Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

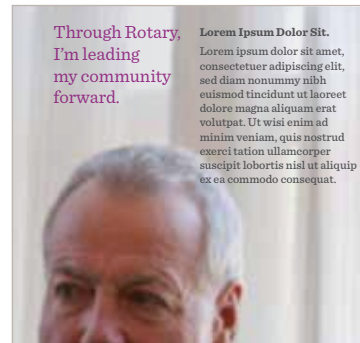
\* Per informazioni sull'acquisto di questi caratteri, contatta [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).



Per aggiungere maggiore enfasi, evidenziare una o due parole con una dimensione carattere più grande o con il corsivo leggero. Se si utilizza il corsivo, scegliere quello leggero e mantenere la stessa dimensione carattere. Osservare una certa coerenza tra interlinea e crenatura.



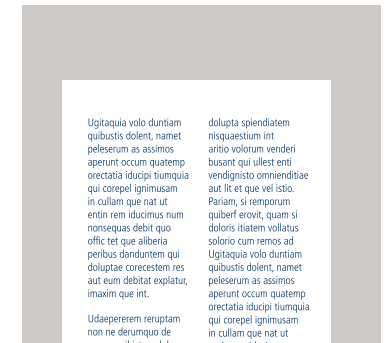
Utilizzare Sentinel solo per i titoli secondari e il corpo del testo.



Il corsivo e il grassetto vanno utilizzati solo per conferire maggiore enfasi.



Utilizzare Frutiger o Arial per le porzioni di testo di grandi dimensioni e per facilitare la visualizzazione dei dati.



Utilizzare Frutiger o Arial per i documenti con parti descrittive particolarmente dense.



Nei titoli principali o secondari, tutti i caratteri tipografici devono essere in maiuscolo.



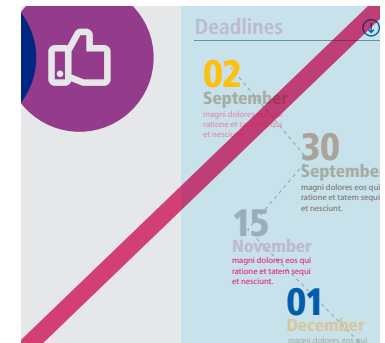
Attenzione a interlinea e crenatura: non lasciare spazio esagerato tra i caratteri né disporli in modo troppo fitto o irregolare. Non distorcere le lettere in modo sproporzionato.



Per i titoli scegliere Frutiger piuttosto che Sentinel o Georgia.



Non utilizzare caratteri densi per il corpo del testo.



Non utilizzare caratteri a colori dal contrasto insufficiente.

# Immagini

## Panoramica su stile e tematiche

Le nostre fotografie si concentrano sulle relazioni e sulla comunità.

Se possibile, utilizza immagini raffiguranti più Rotariani di diverse etnie e fasce d'età. Evita di mettere l'accento su un particolare individuo, a meno che non si tratti di un articolo riguardante il suo profilo personale.

Se scatti foto in interni, crea sfondi sfuocati per rendere meno visibili oggetti non attraenti quali lampadari datati, segnaletica e così via.

Se ritrai i beneficiari, questi devono apparire attivamente impegnati con i Rotariani o in una scena attiva, non come osservatori casuali in secondo piano.

Quando scegli o scatti nuove foto, cerca di ricreare immagini con i seguenti elementi:

- Stile editoriale o da reportage
- Pose o ritratti naturali
- Espressioni reali, naturali, sincere e con carica emotiva
- Dimostrazione dell'impatto creato e dell'attività di leadership attiva
- Momenti speciali di particolare affiatamento, calore e amicizia; occasioni di festa
- Movimento e slancio
- Colori ricchi e pieni oppure bianco e nero
- Messa a fuoco selettiva e bassa profondità di campo (ad esempio, concentrarsi su persone tra la folla)
- Grandangoli
- Sfondi naturali e contesto reale (non sfondi ritrattistici o fotografia in studio)

### Rotariani riuniti per scambiare idee

Rotariana singola



Piccoli gruppi



Grandi gruppi



### Rotariani all'opera per migliorare la comunità

Rotariano singolo



Piccoli gruppi



Grandi gruppi



Con beneficiari



Senza Rotariani



### Immagini metaforiche/concettuali



# Icone e grafici informativi Panoramica

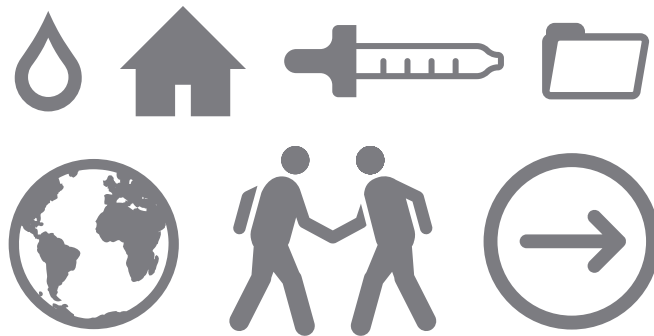
Scegli o crea le icone e le infografiche prediligendo stili semplici, moderni e informativi.

Se inserisci le icone all'interno di una forma scegli un cerchio, in modo da richiamare la forma dell'emblema del Rotary.

Sfrutta le icone e le infografiche per illustrare fatti o agevolare la navigazione, ma non utilizzarle come logo.

## Stile iconografico

Esempi



Principi organizzativi

Unirsi ai leader



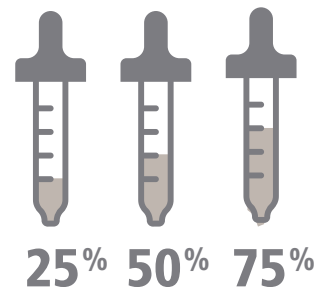
Scambiare idee



Agire



## Infografiche



# Icone e grafici informativi

## Icone delle aree di intervento

### AREE DI INTERVENTO

Il Rotary ha individuato sei aree di intervento che riflettono bisogni e questioni umanitarie cruciali che i Rotariani mirano a risolvere a livello globale. Ciascuna icona a destra rappresenta una delle sei aree di intervento del Rotary:

- 1 Pace e prevenzione/risoluzione dei conflitti
- 2 Prevenzione e cura delle malattie
- 3 Acqua e strutture igienico-sanitarie
- 4 Salute materna e infantile
- 5 Alfabetizzazione e educazione di base
- 6 Sviluppo economico e comunitario

Mostra sempre tutte e sei le icone insieme, disponendole in modo uniforme e utilizzando un colore neutro Rotary.

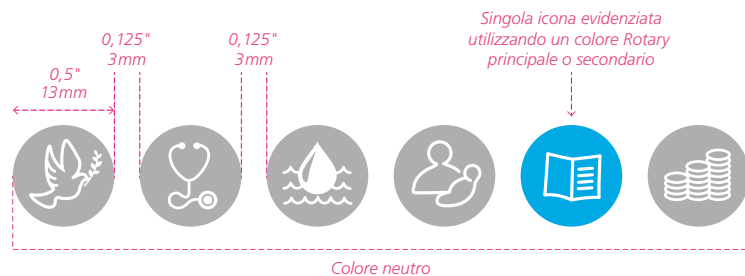
Quando parli di una determinata area evidenziane la relativa icona con un colore Rotary principale o secondario, mantenendo un colore neutro per tutte le altre icone.

Quando parli di tutte le aree contemporaneamente, evidenzia tutte e sei le icone utilizzando lo stesso colore Rotary principale o secondario.

Utilizza sempre lo stesso colore per evidenziare le icone all'interno di un singolo documento o comunicazione.

Non assegnare codici colori specifici per ciascuna delle sei aree d'intervento e non alterare le proporzioni o la forma del cerchio che contiene i simboli.

#### Configurazione orizzontale



#### Configurazione verticale



#### Configurazione impilata



#### Dimensioni minime

##### Stampa



##### Digitale – per desktop/laptop



##### Digitale – per cellulari/tablet



Non utilizzare forme diverse dal cerchio per racchiudere le icone. Per lo sfondo dei cerchi scegli due colori all'interno dei colori Rotary: uno per evidenziare icone specifiche e l'altro per le icone rimanenti (come nell'esempio in alto).



# Suggerimenti per il layout

Copertine brochure

COME ABBINARE GLI ELEMENTI

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

31





### CONNETTERSI PER IL BENE DELLA COMUNITÀ

Le persone che si affilano al Rotary hanno indicato due ragioni principali per spiegare la scelta di allacciare rapporti e amicizie duraturi con leader della stessa opinione. I nostri soci immaginano nel Rotary, anno dopo anno, per le stesse ragioni. Cosa ti ha motivato ad affilarti al Rotary? Cos'hai deciso di realizzare con il tuo club e come Rotariano?

### IMPATTO COLLETTIVO

Il Rotary riunisce persone come te, leader con background e professioni differenti, che desiderano usare le proprie competenze a fare il bene. Persone il cui senso di responsabilità li ispira a fare del bene nella comunità, che decidono di affrontare le sfide più pressanti e che, con perseveranza, creano cambiamenti duraturi in tutto il mondo. Insieme, noi diamo voce ai giovani, promuoviamo la pace e miglioriamo le comunità di ogni parte del mondo. Grazie ad oltre 1,2 milioni di soci in tutto il mondo, l'impatto della nostra organizzazione non è mai stata maggiore, e continua a crescere sempre più.

Quando i Rotariani si mettono insieme e s'impegnano per una causa comune, come l'iniziativa PolioPlus, l'efficacia del nostro impatto diventa evidente. E con il continuo supporto dei Rotariani come te, noi continueremo la battaglia per eliminare il polio, con la nostra campagna End Polio Now. Sei entrato a far parte del Rotary perché vuoi fare la differenza, perché credi nel nostro motto: Servire al di sopra di ogni interesse personale perché credi fermamente nell'integrità personale, per realizzare cambiamenti e anche perché ritieni che le nostre aree d'intervento sono importanti.

### 1,2 milioni di Rotariani mettono insieme le loro risorse e allacciano rapporti in tutto il mondo per avanzare le comunità, con progetti per l'acqua potabile, iniziative sanitarie e tanto ancora.

Con una commessione globale per l'acqua potabile e sanitaria, il Rotary ha aiutato a migliorare la qualità della vita di oltre 100 milioni di persone in tutto il mondo.

**Rotary Club di Capotaormina, Illesima, Corrali, Lido, Tagliata e S. Pietro (Messina, Italia)**

Con una commessione globale per la salute infantile, il Rotary ha aiutato a migliorare la qualità della vita di oltre 100 milioni di persone in tutto il mondo.

**Rotary Club di Capotaormina, Illesima, Corrali, Lido, Tagliata e S. Pietro (Messina, Italia)**

Con una commessione globale per la salute infantile, il Rotary ha aiutato a migliorare la qualità della vita di oltre 100 milioni di persone in tutto il mondo.

**Rotary Club di Capotaormina, Illesima, Corrali, Lido, Tagliata e S. Pietro (Messina, Italia)**

Condividi le tue storie sulle connessioni del tuo club sul sito [blog.rotary.org](http://blog.rotary.org).

### LA PROVA DELLE 4 DOMANDE

Ciò che penso, dico o faccio:

1. Rispondo a VERBATIM?
2. È GIUSTO per tutti gli interessati?
3. Promuovo BUONA VOLONTÀ e MIGLIORI RAPPORTI D'AMICIZIA?
4. Sono VALANTAGGIOSO per tutti gli interessati?

Pace e prevenzione/risoluzione dei conflitti

Prevenzione e cura delle malattie

Acqua e strutture igienico-sanitarie

Salute materna e infantile

Alfabetizzazione e educazione di base

Sviluppo economico e comunitario

## MAKE YOUR MONEY WORK 3 TIMES AS HARD

Rotary and the Bill & Melinda Gates Foundation are extending their partnership during the critical endgame phase of the **Global Polio Eradication Initiative**. Find out how your donation can triple your impact!

**LEARN**  
[ENDPOLIONOW.ORG](http://ENDPOLIONOW.ORG)  
**DONATE**  
[ROTARY.ORG/CONTRIBUTE](http://ROTARY.ORG/CONTRIBUTE)

## THE PROMISE

From 2013 to 2018, every us\$1 Rotary commits to WHO and UNICEF in direct support for polio immunization will be **matched a 1:1** (up to us\$5 million per year) by the Bill & Melinda Gates Foundation.

YOUR DONATION

**US\$25**

+

BILL & MELINDA GATES FOUNDATION

**US\$50**

TOTAL CONTRIBUTION

**US\$75**

**150**

VESTS FOR VOLUNTEERS

Bright volunteers help those seeking vaccination to recognize health workers and volunteers easily.

**75**

VACCINE CARRIERS

Oral polio vaccine must be kept cool to remain effective.

**600**

PURPLE FINGER MARKERS

Children's pinky fingers are marked with purple ink to show they've been immunized.

of polio cases are the most difficult to prevent because the virus persists in the hardest-to-reach areas.

**YOU CAN HELP NOW** →

### WE'RE THIS CLOSE

Only three countries are polio-endemic:



### THE REMAINING

# 1%

of polio cases are the most difficult to prevent because the virus persists in the hardest-to-reach areas.

**YOU CAN HELP NOW** →



NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
**HUNGRY.**  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.

Rotary  
Club [of/at] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

### Rotary Club of [Location] Food Drive

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



CELEBRATE DIVERSE  
PERSPECTIVES.  
DISCOVER SHARED  
INTERESTS.



### Lisbon 2013

Ea commodo consequat  
duis autem vel eum irire  
dolor in hendrerit in  
vulputate velit esse  
consequat, vel illum  
dolor eu feugiat nulla  
facilisis te feugiat  
nulla facilisi.

eum iriure dolor in  
henderit in vulputate  
velit esse molestie  
consequat, vel illum  
dolor eu feugiat  
augue duis dolore  
te estere feugiat  
nulla facilisi.

Rotary  

EXCHANGE IDEAS: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

# Suggerimenti per il layout

## Poster orizzontali

COME ABBINARE GLI ELEMENTI

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

34

**NO ONE IN OUR COMMUNITY SHOULD GO HUNGRY. WITH OUR HELP, NO ONE WILL.**

**Rotary Club of [Location] Food Drive**

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.

Rotary Club of [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR COMMUNITY SHOULD GO HUNGRY. WITH OUR HELP, NO ONE WILL.**

**Rotary Club of [Location] Food Drive**

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.

Rotary Club of [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR COMMUNITY SHOULD BE COLD THIS WINTER. WITH OUR HELP, NO ONE WILL.**

**Rotary Club of [Location] Coat Drive**

All residents can give by placing coats at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Volunteers will check every front door in your town.

Rotary Club of [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR COMMUNITY SHOULD BE COLD THIS WINTER. WITH OUR HELP, NO ONE WILL.**

**Rotary Club of [Location] Coat Drive**

All residents can give by placing coats at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Volunteers will check every front door in your town.

Rotary Club of [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)





JOIN LEADERS,  
EXCHANGE  
**IDEAS**  
AND TAKE  
ACTION  
FOR COMMUNITY.



# Suggerimenti per il layout

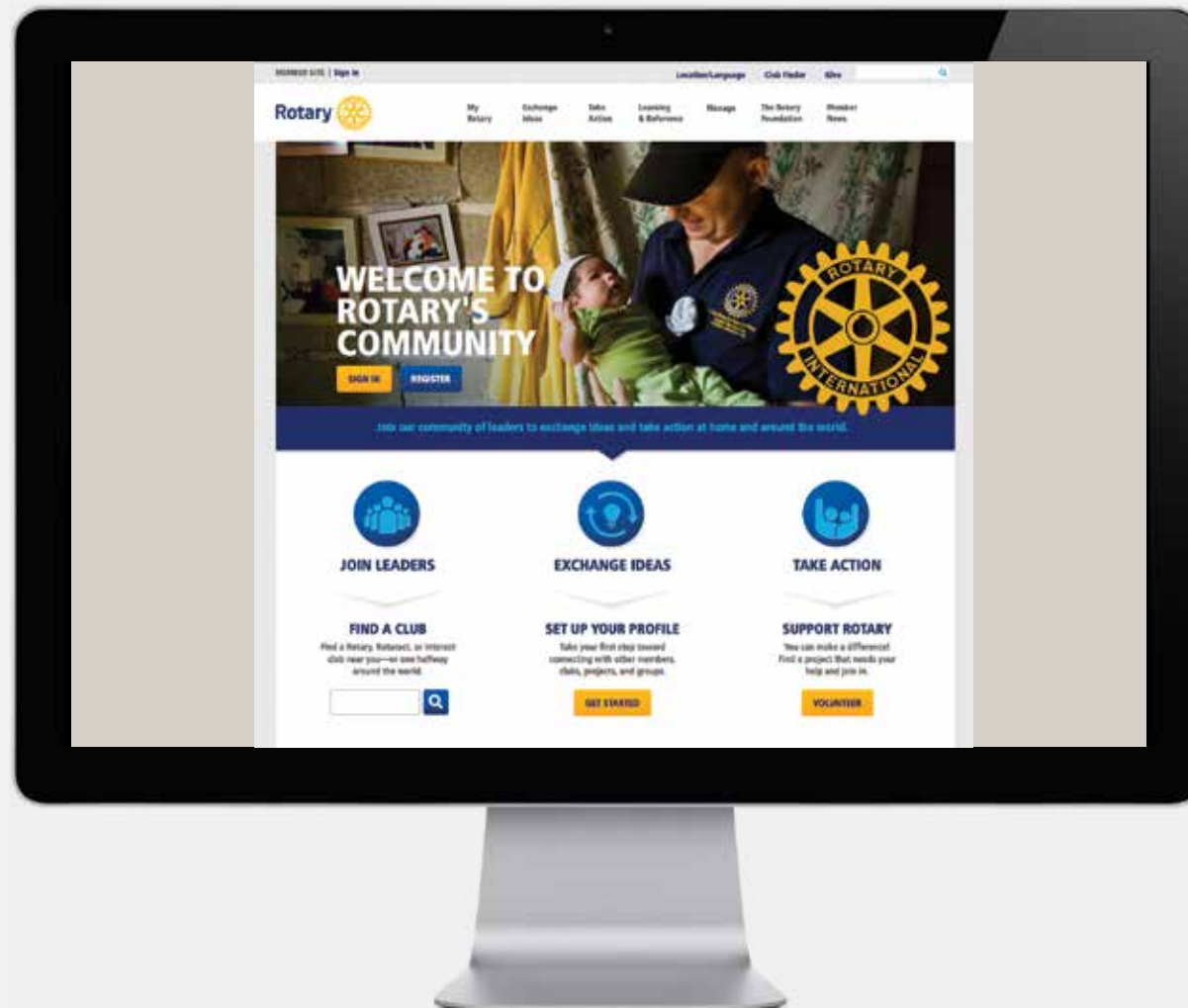
Versione digitale

COME ABBINARE GLI ELEMENTI

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

37







# ROTARY LEADER

**PASSAPAROLA**  
Nuovi strumenti per raccontare il Rotary

**PRIORITÀ ASSOLUTA**  
Un aiuto per fare storia: porre fine alla polio con il Rotary e la Fondazione Gates

**NUOVE GENERAZIONI**  
Coinvolgere i futuri leader

**LA FORZA DEI NUMERI**  
Suggerimenti per il reclutamento

**IL "MIO" ROTARY.ORG**  
Cinque nuove funzioni da esplorare

Lisbona 2013: alla Riunione precongressuale per i dirigenti dello Scambio giovani, Vanessa Lee racconta la sua esperienza come ospite di una famiglia rotariana. Più info sul programma Scambio giovani del Rotary.

**Rotary** 

COME...

# TROVARE UN PARTNER PER UNA SOVVENZIONE



I Rotariani di Maputo, Mozambico, avevano bisogno di un partner internazionale per aiutare a finanziare un progetto di 55.100 USD per ristrutturare un sistema igienico-sanitario e installare una cisterna per l'acqua di una scuola. Per queste ragioni, si sono rivolti ai contatti del distretto e ben presto hanno saputo di un club danese che cercava un partner ospitante.

“Il nostro club cercava un progetto della Fondazione visto che avevamo fondi da utilizzare”, ha dichiarato Stein Schierenbeck, socio del Rotary Club di Skanderborg, Danimarca. “Dato che il nostro club si trova in un distretto pilota per le nuove **sovvenzioni globali**, abbiamo cercato tra le esigenze di altri distretti pilota”. Una volta che i club sono entrati in contatto, hanno ottenuto una sovvenzione globale della FR per completare il progetto. I dirigenti scolastici e l'appaltatore hanno deciso di fare la manutenzione per le nuove strutture igienico-sanitarie, rispettando i requisiti di sostenibilità della sovvenzione.

## SE IL TUO CLUB O DISTRETTO STA AVENDO DIFFICOLTÀ A TROVARE UN PARTNER INTERNAZIONALE PER UN PROGETTO, LEGGI I SEGUENTI CONSIGLI:

### Usa i social media.

Unisciti al **gruppo LinkedIn** del RI, che aiuta i Rotariani a condividere idee e a pubblicizzare i progetti che necessitano di assistenza. Inoltre, potresti pubblicizzare le tue esigenze di un partner per una sovvenzione sulla pagina Facebook personale o di club.

### Parla al tuo governatore eletto.

L'Assemblea Internazionale è un'ottima occasione per condividere proposte per progetti.

### Partecipa a un Congresso RI.

Chiedi ai congressisti del tuo distretto di portare un elenco di progetti da condividere con potenziali partner. Il Congresso RI è un posto ideale per cominciare a collaborare.

### Visita una fiera dei progetti.

Questi eventi regionali annuali sono organizzati dai distretti di tutto il mondo per incoraggiare amicizia e collaborazione internazionali per progetti. Per maggiori informazioni sulle prossime fiere dei progetti, contatta [rotary.service@rotary.org](mailto:rotary.service@rotary.org).

### Fai ricerche sul web.

Quasi tutti i distretti dispongono di un sito web per aiutare a riunire distretti e club per progetti da svolgere insieme.

### Visita il nuovo sito web del Rotary.

Il nuovo sito web del RI, che dovrebbe essere lanciato a breve, disporrà di nuovi tool per aiutarti a trovare e allacciare rapporti con club e distretti partner, e ottenere le risorse per i tuoi progetti. Contatta [rotary.service@rotary.org](mailto:rotary.service@rotary.org) per maggiori informazioni.

## ROTARY LEADER

Luglio 2013 — Volume 4, Num. 1

Rotary Leader, una pubblicazione elettronica per dirigenti di club e distretti Rotary, è disponibile in otto lingue: **Inglese, Italiano, Francese, Tedesco, Giapponese, Coreano, Portoghese e Spagnolo**. Rotary Leader è pubblicato dal Rotary International, One Rotary Center, 1560 Sherman Avenue, Evanston, IL 60201-3698 USA.

**Web** [www.rotary.org/it](http://www.rotary.org/it) **Fax** +1-847-866-9732 **Tel.** +1-847-866-3000

**Abbonamenti** Per abbonarti, visita [www.rotary.org/it/rotaryleader](http://www.rotary.org/it/rotaryleader). L'abbonamento è gratuito.

**Presentare articoli** Rotary Leader invita a inviare idee per articoli sui successi di club e distretto, incluse raccolte fondi, progetti e affiliazione. Invia un'email delle descrizioni, foto e informazioni di contatto a [rotary.leader@rotary.org](mailto:rotary.leader@rotary.org). A causa del volume delle richieste ricevute, non possiamo promettere l'inclusione dei tuoi articoli.

**Redattrice** Janis Young

**Redattrice capo** Janice S. Chambers

**Progetto grafico** William Moran

**Articoli a cura di** Daniela Garcia, Vanessa Glavinskas, Arnold Grahl, Dan Nixon, Antoinette Toscano

**Fotografie** Alyce Henson, Monika Lozinska

**Copy Editors** Heather Antti, Beth Duncan

**Revisori** Kelly Doherty, Susan Hyland

**Traduttori In-House:** Francesco Bruno, Dora Calkins

Copyright © 2013 del Rotary International. I loghi del Rotary International e di Rotary Leader sono marchi registrati e proprietà intellettuale del Rotary International. Tutti i diritti riservati. I redattori delle pubblicazioni del Rotary e dei siti web sono autorizzati alla ristampa e alla pubblicazione degli articoli.



# Suggerimenti per il layout

COME ABBINARE GLI ELEMENTI

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

40



## Prodotti

### Spilla per soci Rotary

#### COME ABBINARE GLI ELEMENTI

#### Identità visiva e verbale Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

41

Da sempre le spille Rotary, riconosciute dai Rotariani di tutto il mondo, vengono indossate con orgoglio dai membri della nostra organizzazione. Le nostre nuove linee guida non vi apportano alcuna modifica in termini di modello e colori, quindi le attuali spille per soci Rotary e quelle disponibili mediante i fornitori autorizzati del Rotary sono valide.

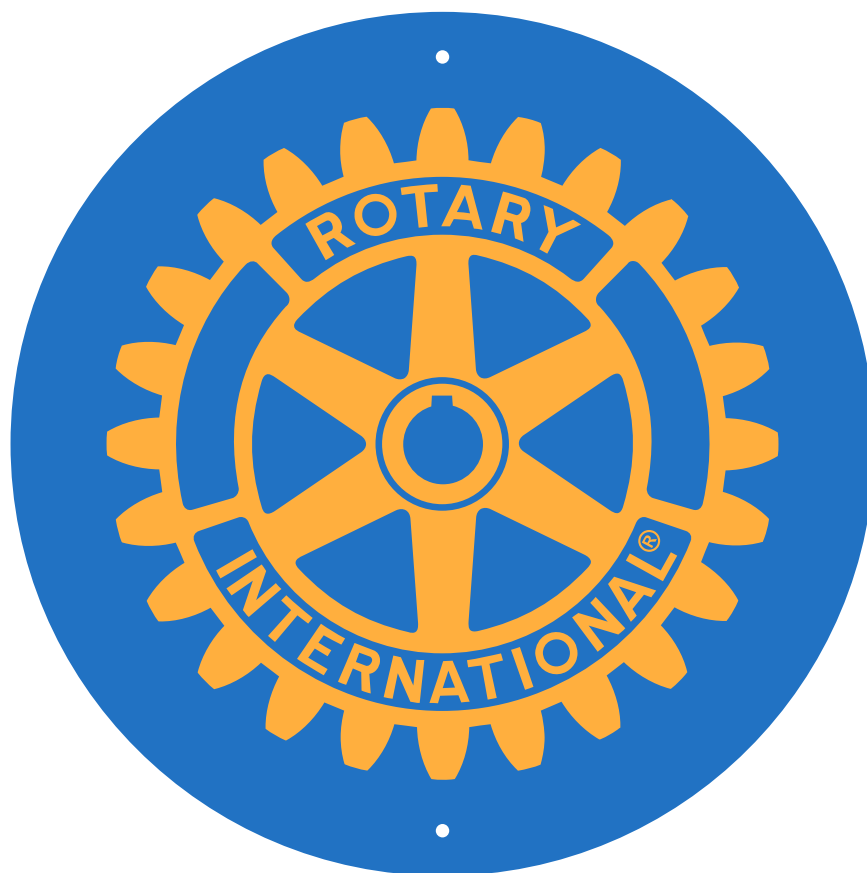
---

#### Spilla per soci Rotary



---

45 cm x 45 cm o 76 cm x 76 cm, lato unico o doppio lato (su sfondo Azure)



45 cm x 45 cm Insegna—Marchio d' Eccellenza di 35 cm x 35 cm

76 cm x 76 cm Insegna—Marchio d' Eccellenza di 58 cm x 58 cm

Segnaletica informativa Azure

20 cm x 61 cm (3 linee) o 25 cm x 61 cm (4 linee)

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED 1985**

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED  
1985**

Segnaletica informativa bianca

20 cm x 61 cm (3 linee) o 25 cm x 61 cm (4 linee)

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED 1985**

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED  
1985**



## Prodotti

Insegna in  
alluminio per  
riunioni

COME ABBINARE GLI ELEMENTI

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

44

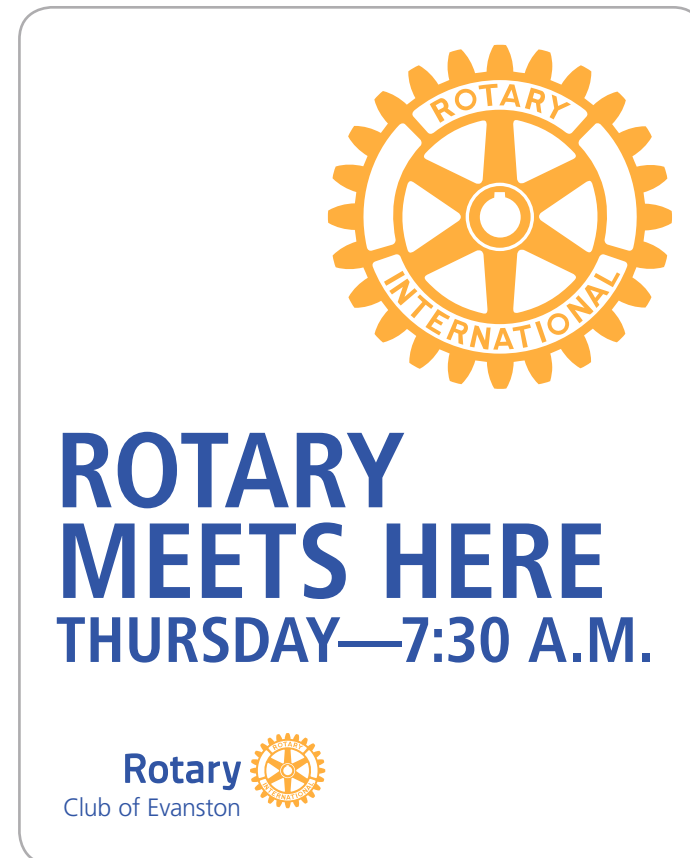
Insegna in alluminio per riunioni Azure

30 cm x 38 cm



Insegna in alluminio per riunioni bianca

30 cm x 38 cm



Per il testo utilizzare ove possibile Frutiger Condensed  
in grassetto o Arial Narrow in grassetto.

Targa per riunioni

Targa per riunioni Azure

30 cm x 38 cm



Targa per riunioni bianca

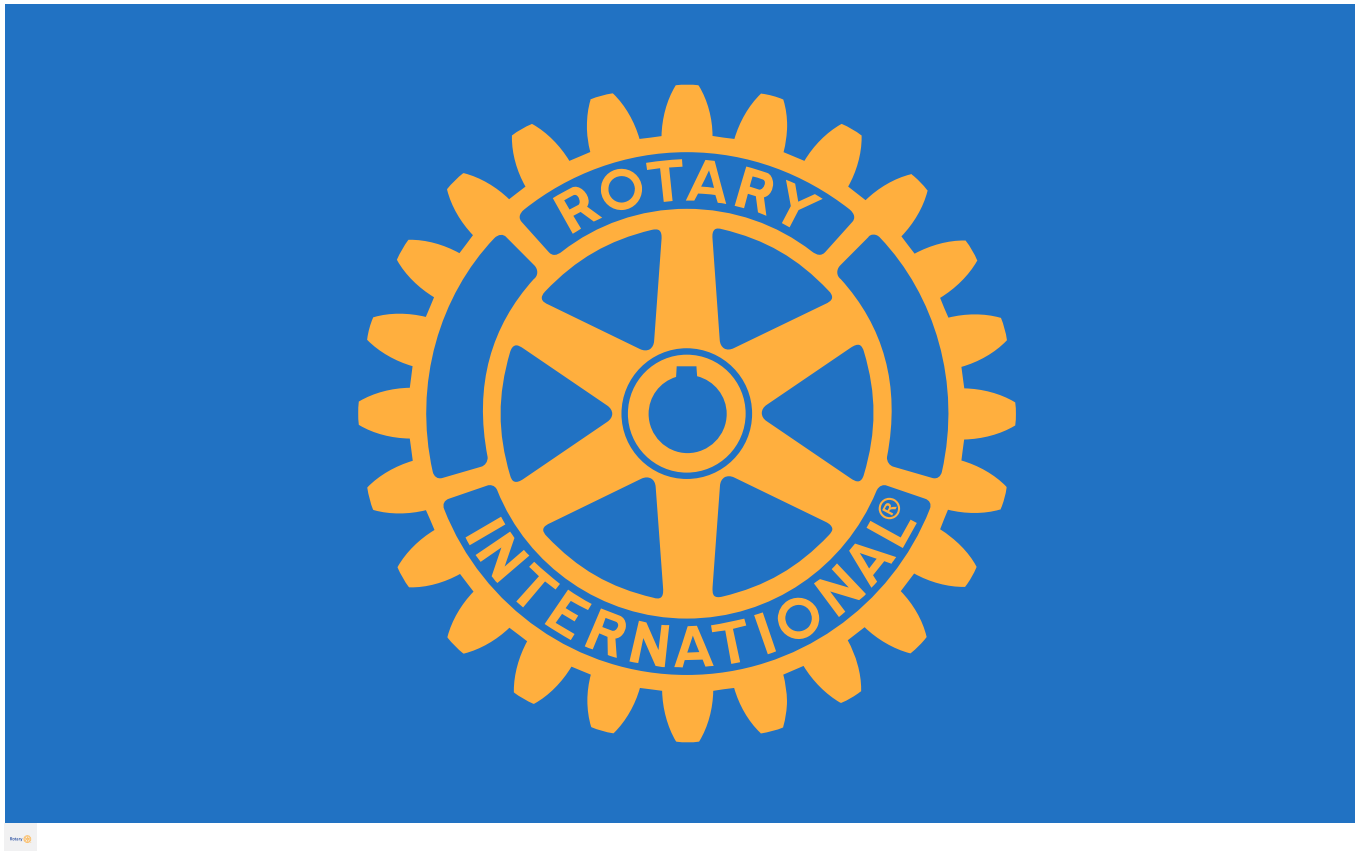
30 cm x 38 cm




Per il testo utilizzare ove possibile Frutiger Condensed in grassetto o Arial Narrow in grassetto.

---

Bandiera Azure – varie dimensioni



L'etichetta deve includere la firma master brand del Rotary **Rotary** 

Tessera identificativa Azure

7 cm x 5 cm



NEW  
MEMBER

10-YEAR  
MEMBER

PERFECT  
ATTENDANCE

Tessera identificativa bianca

7 cm x 5 cm



NEW  
MEMBER

10-YEAR  
MEMBER

PERFECT  
ATTENDANCE

---

**T-shirt fronte**

---

2 colori



---

**T-shirt retro**

---

2 colori



# Prodotti

## T-shirt Rotary

COME ABBINARE GLI ELEMENTI

Identità visiva e verbale  
Linee guida del Rotary

20 ottobre 2014

49

---

### T-shirt fronte

---

1 colore



---

### T-shirt retro

---

1 colore





**Polo per club fronte**

2 colori



**Polo per club fronte**

2 colori



Vedi pagina 19 per le specifiche della firma per club, distretti, zone ed e-club.

---

### Polo per club fronte

---

1 colore



---

### Polo per club fronte

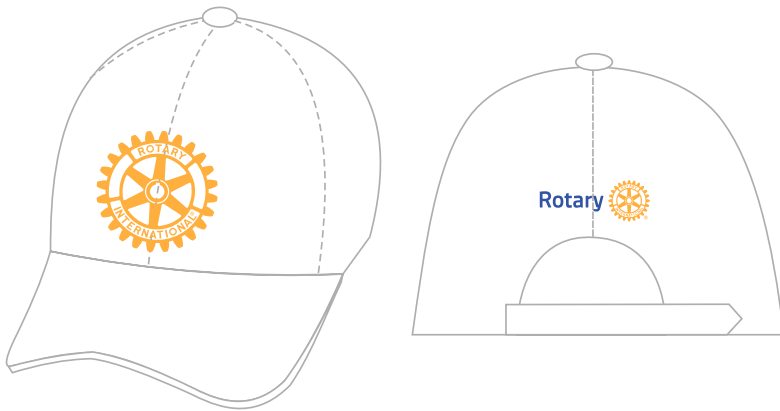
---

1 colore



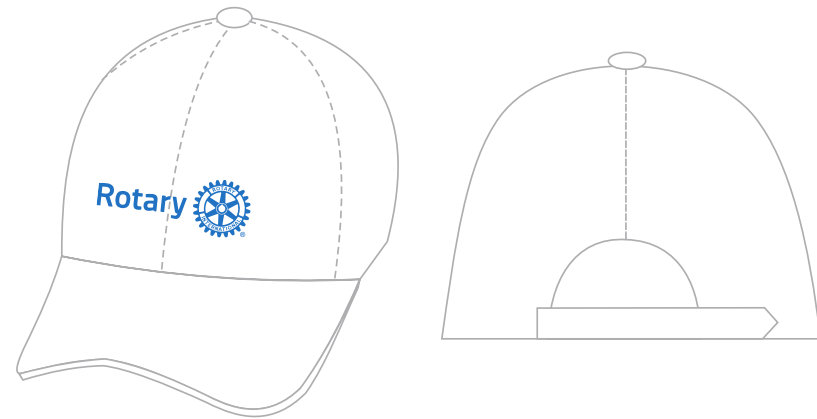
### Cappellino - 2 colori

Modello I - Bianco

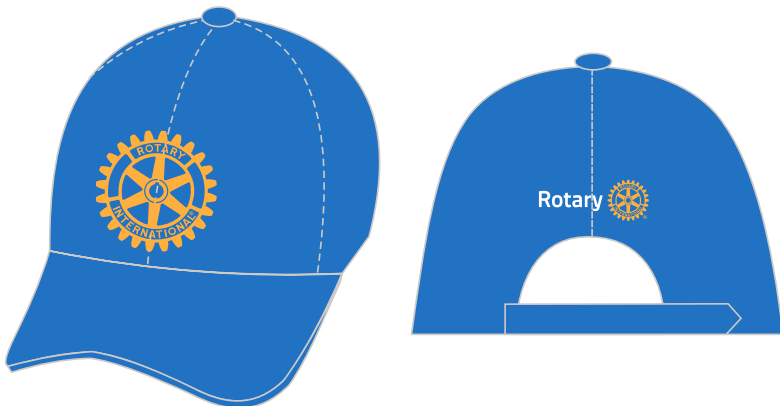


### Cappellino - 1 colore

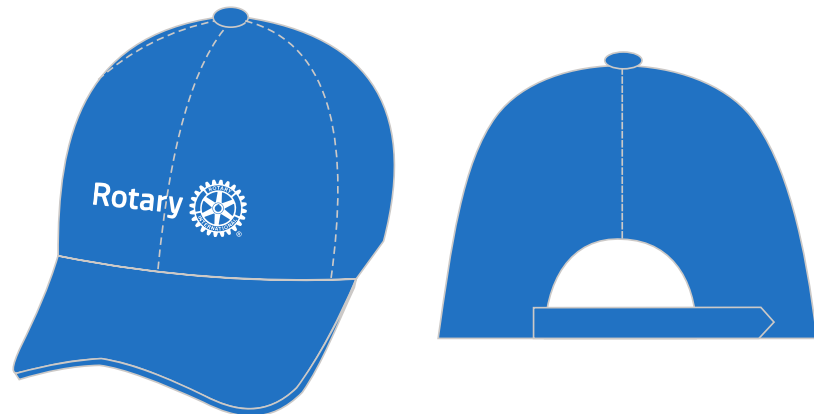
Modello II - Bianco



Modello I - Azure



Modello II - Azure



Tazza

Tazza - 2 colori

Modello I - Fronte/Retro



Tazza - 1 colore

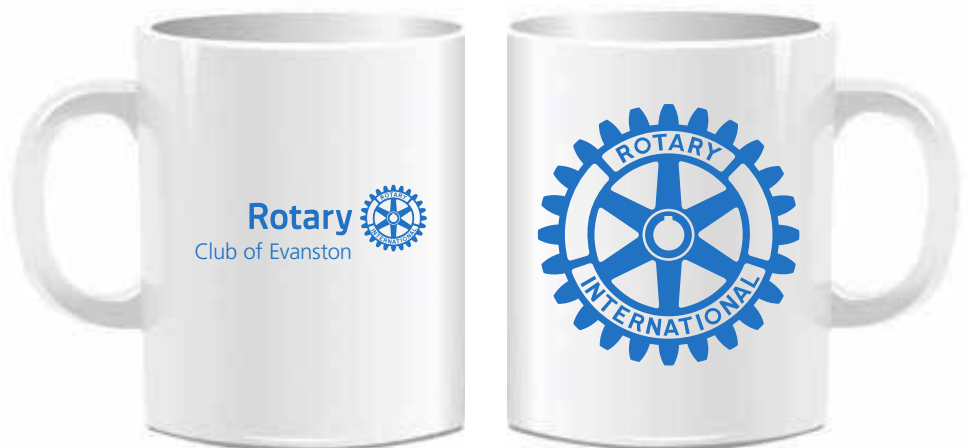
Modello I - Fronte/Retro



Modello club I - Fronte/Retro



Modello club I - Fronte/Retro



In seguito alla recente iniziativa per rafforzare il Rotary abbiamo elaborato un nuovo sistema di firme, una tavolozza di colori e apportato altre modifiche alla nostra identità visiva. Queste linee guida costituiscono un supporto per l'applicazione dei principi inerenti alla nuova immagine e chiariscono il ragionamento che ne sta alla base. Oltre a definire i requisiti specifici per l'utilizzo della firma e del marchio d'eccellenza, abbiamo incluso degli esempi che illustrano come applicare questi elementi a insegne, gagliardetti e oggettistica di vario genere.

Ci rendiamo conto che non tutti saranno in grado di implementare subito questa nuova identità visiva. La creazione di nuovo materiale in seguito al progressivo esaurimento delle scorte esistenti dovrebbe tuttavia uniformarsi a queste linee guida, in modo da consentire a tutti i club e distretti del Rotary di presentarsi al pubblico con un'immagine coerente e rinnovata.

Impegnandoci insieme potremo fare in modo che l'immagine del Rotary sia sempre più conosciuta e riconoscibile nelle comunità del mondo.

### Utilizzo del marchio registrato

ROTARY, ROTARY CLUB, ROTARIANO, MARCHIO D'ECCELLENZA, FIRMA ROTARY, INTERACT, ROTARACT e altri marchi del Rotary sono marchi commerciali appartenenti a Rotary International. L'utilizzo di tali marchi da parte dei rivenditori autorizzati è ammesso esclusivamente nel rispetto dell'integrità della riproduzione e in conformità alle linee guida del *Rotary Code of Policies*.

Se possibile, si richiede di utilizzare il simbolo di marchio commerciale registrato ® insieme ai marchi stampati sugli articoli in vendita.

Prima di avviare la produzione di nuova merce, si consiglia di contattare lo staff dell'ufficio Licensing all'indirizzo [RILicensingServices@rotary.org](mailto:RILicensingServices@rotary.org) per accertare se il simbolo ® sarà ben chiaro e distinguibile sugli articoli.

Nelle linee guida viene raccomandato l'utilizzo di alcuni caratteri disponibili con licenza. L'impiego di questa opzione implica il possesso di una licenza d'uso e dell'autorizzazione appropriata per la diffusione pubblica. Sono in ogni caso indicati anche dei caratteri alternativi che non richiedono alcuna licenza d'uso.

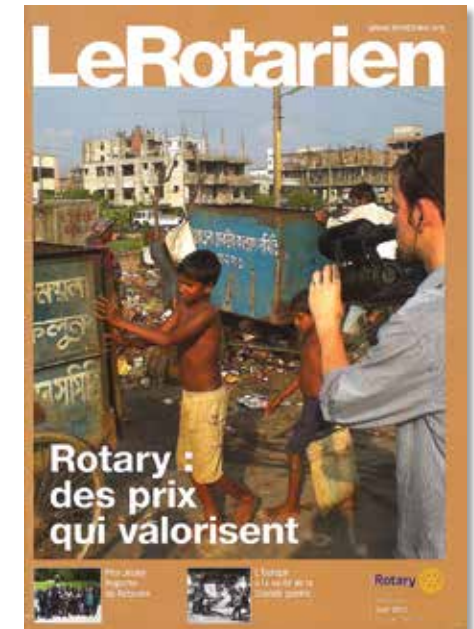
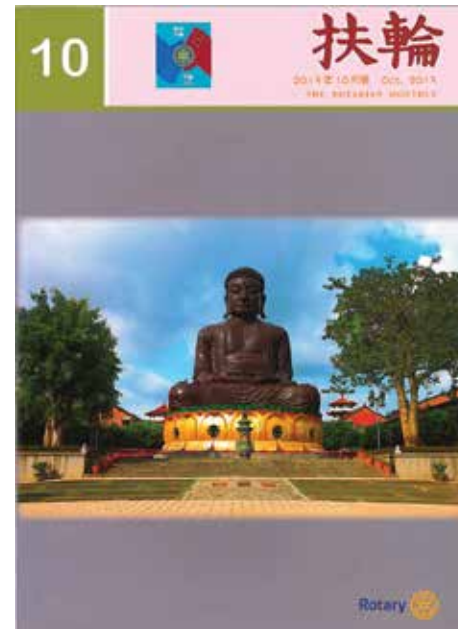
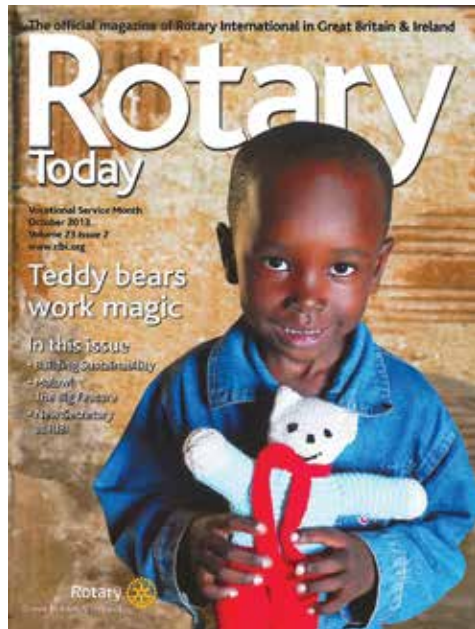
Per la riproduzione di fotografie o di altro materiale artistico sugli articoli con licenza Rotary vi invitiamo inoltre a verificare di essere in possesso delle relative autorizzazioni.



In seguito alla recente iniziativa per rafforzare il Rotary abbiamo elaborato un nuovo sistema di firme, una tavolozza di colori e apportato altre modifiche alla nostra identità visiva. Queste linee guida costituiscono un supporto per l'applicazione dei principi inerenti alla nuova immagine e chiariscono il ragionamento che ne sta alla base.

Vi invitiamo a inserire il nuovo logo ufficiale del Rotary sulle copertine delle riviste (preferibilmente a fondo pagina), sulla home page dei siti web e in altri materiali correlati. Sugeriamo inoltre di non utilizzare la ruota al posto della lettera "O" né di includerla nel titolo della rivista. Le pagine 31-53 riportano esempi di utilizzo della nostra nuova identità visiva su riviste e materiali correlati.

Sappiamo che alcune riviste hanno già iniziato ad applicare la nostra nuova identità visiva: adottando e promuovendo questi principi contribuirete fortemente a rendere l'immagine del Rotary sempre più coerente e riconoscibile a livello globale.



# INFORMAZIONI DI CONTATTO

## **Domande sull'applicazione del brand**

Per informazioni generali e acquisto/download dei campioni colore Pantone™ o dei caratteri suggeriti:

[graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org)

## **Domande sulle licenze**

Per produttori e fornitori interessati alla vendita o alla distribuzione degli articoli a marchio Rotary e per i Rotary Club che desiderano vendere articoli a marchio Rotary per raccolte fondi:

[rilicensingservices@rotary.org](mailto:rilicensingservices@rotary.org)