



COMUNICHIAMO INSIEME

BOLOGNA, 12 ottobre 2013

ANDREA PERNICE

Coordinatore Grant Immagine Pubblica

Distretti italiani



RIVITALIZZIAMO IL ROTARY



RIVITALIZZARE IL ROTARY

WHAT ?

HOW ?

WHY ?

RIVITALIZZARE IL ROTARY



CONDIVIDERE CON I ROTARIANI

l'importanza della rivitalizzazione dell'immagine



ORIENTARE I ROTARIANI

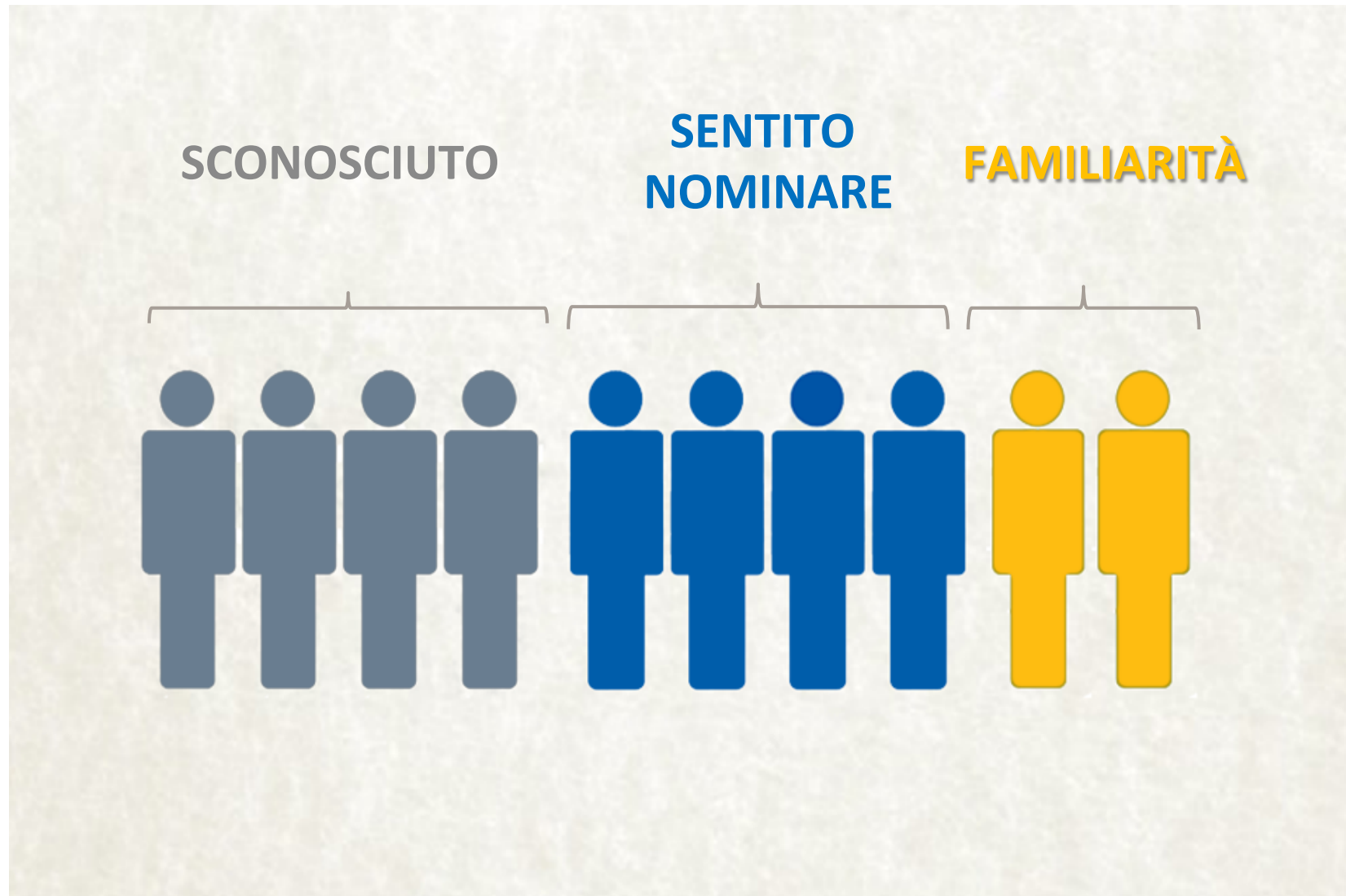
a comunicare i valori e l'essenza del Rotary



RESPONSABILIZZARE I ROTARIANI

all'uso di strumenti e risorse

RIVITALIZZARE IL ROTARY



RIVITALIZZARE IL ROTARY

E' DIFFICILE RAGGIUNGERE
IL NOSTRO REALE POTENZIALE

NON SIAMO RICONOSCIUTI
PER IL NOSTRO LAVORO

RICERCA



Conducted

160+ interviews



Visited

20 clubs

and attended the

2012

International

Convention



Analyzed **20,162** surveys



Reviewed

400+

documents



Participated in

5 Zone
Institutes

Obtained comprehensive feedback from

Rotarians & prospects in **167 countries**

COSA STIAMO COMUNICANDO OGGI



IL VALORE AGGIUNTO DEL NOSTRO SERVIZIO

Service

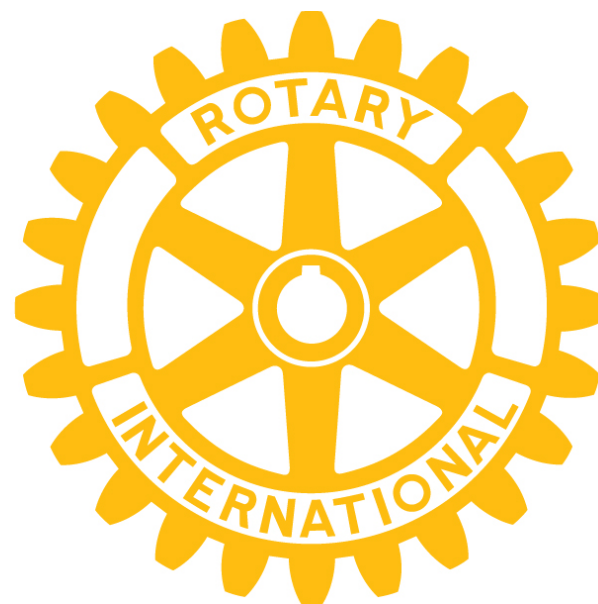
**Business/
Professional
Leaders**

RAFFORZARE IL BRAND ROTARY

- EVIDENZIARE I PUNTI DI FORZA
- ESSERE RIFERIMENTO CREDIBILE PER I FATTI
- VALORIZZARE LE NOSTRE CARATTERISTICHE
- AIUTARE A CAPIRE IL ROTARY
- COINVOLGERE NEL ROTARY
- **RAFFORZARE IL BRAND
CON LA NUOVA IDENTITA' VISIVA**

IL NOSTRO MARCHIO DI ECCELLENZA

Rotary



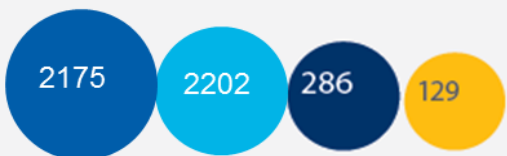
GLI STRUMENTI

RACCONTARE LA STORIA DEL ROTARY

Identità Visuale e Verbale
Linee Guida per Rotariani



Color Palette



Rotary Leadership Colors



Secondary Colors

Neutrals

Cool to Warm Grays

Typography

**FRUTIGER BLACK
CONDENSED
ALL-CAPS FOR
HEADLINES, MAIN
NAVIGATION**

Frutiger
Subheads
Secondary Nav
Info Graphics
Lockups
Light *Italic*
Roman *Italic*
Bold Italic
Ultra Black

Sentinel
Body Text
Secondary Headlines
Captions
Callouts
Light *Italic*
Book *Italic*
Medium *Italic*
Semibold *Italic*
Bold *Italic*

Logos



Signature

Symbol

Digital Signature

Image Style



Rotarians Uniting and Exchanging



Rotarians Taking Action for Community



Metaphorical

Image Treatments



Full Color



Black and White / Monotone / Duotone



Silhouetted

Iconography



Information Graphics



GLI STRUMENTI / FORMAZIONE CONTINUA

I pocket della comunicazione

I pocket della comunicazione

I pocket della comunicazione

1 La Comunicazione a sostegno dell'impegno di Servizio



2 Come organizzare le relazioni media per il Rotary



3 Presentare il Rotary nelle occasioni di contatto diretto



GLI STRUMENTI / FORMAZIONE CONTINUA

I pocket della comunicazione

I pocket della comunicazione

I pocket della comunicazione

4 Regole di scrittura
per i materiali informativi
e di presentazione



5 Organizzare un evento
di successo



6 La corporate identity
del Rotary



FASI DELLA COMUNICAZIONE / 1

- Individuare il **CORRETTO POSIZIONAMENTO DI COMUNICAZIONE**
 - Individuare LE **K-AUDIENCES**
 - **SINTETIZZARE** il posizionamento in **K-MESSAGES**
 - **DECLINARE I K-MESSAGES** in funzione delle diverse audiences
 - **INDIVIDUARE I MIGLIORI STRUMENTI** per comunicare
 - innescare un processo di **COMPrensIONE E DIVULGAZIONE**

LE FASI DELLA COMUNICAZIONE / 2 - 3

- Implementare gli strumenti
- Dare continuità agli strumenti



- Consolidare il percorso
- Innescare nuove opportunità

COMUNICARE IL ROTARY: TITOLI ACTION-ORIENTED



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

Rotary 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/are] [Location] RFH

TAKE ACTION: www.rotary.org



THE ROTARY EFFECT

Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.

MEDIA RELATIONS / I DISTRETTI

- avviare un **SINERGICO PROCESSO DI COMUNICAZIONE** tra l'ufficio stampa centrale e i singoli uffici stampa/responsabili dei distretti
- **INDIVIDUARE OBIETTIVI COMUNI**, raggiungibili reiterando i messaggi chiave condivisi nei singoli strumenti di comunicazione

MEDIA RELATIONS / GLI STRUMENTI DELL'UFFICIO STAMPA

KEY JOURNALISTS

PRESS KIT

PRESS MEETINGS

PRESS EVENTS

GLI STRUMENTI / CONTATTI

- **LA CARTELLA STAMPA NAZIONALE**

Filo diretto con:

- l'ufficio stampa, **PER LE RELAZIONI ESTERNE**
- la redazione web, **PER IL DIGITALE / SOCIAL MEDIA**
- la redazione centrale, **PER LA COMUNICAZIONE INTERNA**

IDENTITÀ VISIVA DIGITALE



COMUNICHIAMO ECCELLENZA

Rotary

