

# IDENTITÀ VISUALE E VERBALE LINEE GUIDA

2019/2020

**CREDIAMO IN UN MONDO**  
**DOVE TUTTI I POPOLI, INSIEME,**  
**PROMUOVONO**  
**CAMBIAMENTI** POSITIVI E  
**DURATURI NELLE COMUNITÀ** VICINE,  
IN QUELLE LONTANE,  
E IN OGNUNO DI NOI.

# Indice

4	INFORMAZIONI GENERALI	11	I NOSTRI LOGHI	28	TAVOLOZZA COLORI
5	COME CI DEFINIAMO	12	Firma Masterbrand	30	CARATTERI TIPOGRAFICI
6	CHI SIAMO	13	Firma Masterbrand semplificata	31	IMMAGINI
7	IL NOSTRO MESSAGGIO	14	Marchio di Eccellenza	33	MARCHI
8	LA NOSTRA VOCE	15	Sistema delle firme, Zone e Distretti	34	MERCHANDISING
9	Esempi	16	Sistema delle firme, Club	43	INFORMAZIONI DI CONTATTO
10	I NOSTRI VALORI		Lockup		<a href="mailto:graphics@rotary.org">graphics@rotary.org</a>
		17	Partner		<a href="mailto:rilicensing@rotary.org">rilicensing@rotary.org</a>
		18	Circoli Rotary		
		18	Gruppi d'azione Rotary		
		19	Gruppi Community Rotary		
		20	Scambio giovani del Rotary		
		21	RYLA		
			Logo		
		22	Rotaract		
		24	Interact		
		26	Migliori prassi		

## INFORMAZIONI SULLA GUIDA

Identità visuale e verbale: linee guida del Rotary fornisce informazioni essenziali per aiutare a creare il brand del Rotary. Scoprirai qual è la nostra voce e la messaggistica di Pronti ad agire e come formattare il nostro logo, scegliere la tavolozza colori corretta e molto altro ancora.

Abbiamo sviluppato queste linee guida per i professionisti della comunicazione e del design, ma chiunque può usarle. Se preferisci una versione breve e sommaria di questa guida, visita il sito del **Brand Center** e fai il download di Identità visuale e verbale: Guida rapida.

## LA NOSTRA IMMAGINE CONTA

Da oltre 100 anni, il Rotary riunisce leader di tutto il mondo impegnati a usare le loro competenze per passare all'azione e migliorare le loro comunità. La consapevolezza del Rotary è alta. Ma la comprensione del pubblico di chi siamo, di cosa facciamo e del valore che portiamo alle comunità è seriamente bassa. È importante raccontare la nostra storia in modi che aiutino le persone a capire cosa fa il Rotary, come siamo diversi e perché la nostra opera è importante. Senza questa comprensione, non possiamo raggiungere il nostro pieno potenziale e riunire più persone e migliorare un numero maggiore di comunità in tutto il mondo.

**NESSUN'ALTRA ORGANIZZAZIONE È COME IL ROTARY. SE USIAMO LA NOSTRA VOCE UNICA IN MODO COERENTE IN TUTTI I NOSTRI MESSAGGI, POSSIAMO GARANTIRE CHE LE NOSTRE COMUNICAZIONI RIFLETTANO IL NOSTRO CARATTERE DISTINTIVO.**

Se parliamo, scriviamo e progettiamo con una sola voce, le nostre comunicazioni appariranno, si leggeranno, e assomiglieranno inequivocabilmente al Rotary. Ciò contribuirà a fornire al nostro pubblico una migliore comprensione di chi siamo.

Questa guida vi mostrerà come usare la voce del Rotary e come trattare le comunicazioni del vostro club e del Rotary. Insieme, possiamo mostrare al mondo che siamo pronti ad agire.

## IL ROTARY COME BRAND

**UN BRAND È MOLTO PIÙ DI UN LOGO. IL BRAND DEL ROTARY È MOLTO PIÙ DELLA SUA RUOTA. È UNA PERCEZIONE: È COME CI VEDONO GLI ALTRI, NON SOLO COME VEDIAMO NOI STESSI.**

Quando parliamo del marchio del Rotary, parliamo delle qualità e degli obiettivi basilari che uniscono tutti i Rotary club e i distretti – è ciò che offriamo alle persone che collaborano con noi, che entrano a far parte di un club o che partecipano ai nostri programmi e progetti. Il nostro brand riflette la nostra identità, la nostra visione, la nostra essenza e i nostri valori. Rappresenta la nostra singolare cultura e il nostro approccio alla creazione di cambiamenti positivi e duraturi.

La percezione che la gente ha del Rotary deriva dalle loro esperienze con i nostri club e programmi, e dalle storie che raccontiamo e immagini che condividiamo. Una comunicazione del brand convincente e coerente – insieme a una buona esperienza – può rafforzare il nostro brand e aiutarci a coinvolgere e ad attrarre più soci, donatori e partner.

## NOI SIAMO IL ROTARY

“Rotary” è il filo conduttore che connette il Rotary International e la Fondazione Rotary. I Rotariani si riferiscono istintivamente alla nostra organizzazione come il “Rotary”. Considerare il “Rotary” come nome da usare per le comunicazioni è un passo semplice, ma cruciale, per unificare la nostra organizzazione e rafforzare il nostro messaggio.

 <p><b>Rotary</b></p>	 <p><b>Rotary</b></p>	 <p>The <b>Rotary</b> Foundation</p>
<p><b>ROTARY</b></p>	<p><b>ROTARY INTERNATIONAL</b></p>	<p><b>LA FONDAZIONE ROTARY</b></p>
<p><b>Come ci chiamiamo quando ci riferiamo all'organizzazione nel suo complesso in tutte le nostre comunicazioni</b></p>	<p><b>Come ci riferiamo alla nostra organizzazione globale di 35.000 club, alla governance e agli uffici che li sostengono</b></p>	<p><b>Cosa usiamo quando si fa riferimento alla raccolta fondi del Rotary e al ramo benefico che elargisce sovvenzioni, quando appropriato o richiesto dalla legge</b></p>

La nostra essenza deriva dalla dichiarazione della visione del Rotary e spiega chi siamo, cosa ci interessa e come comunichiamo e prendiamo le decisioni.

**LA NOSTRA VISIONE:** Crediamo in un mondo dove tutti i popoli, insieme, promuovono cambiamenti positivi e duraturi nelle comunità vicine, in quelle lontane, in ognuno di noi.

**CHI SIAMO:** Il Rotary unisce i leader di tutti i continenti, culture e professioni per scambiare idee e intraprendere azioni per le comunità di tutto il mondo.

La nostra essenza riassume ciò che è il Rotary – leader attuali ed emergenti che si riuniscono, instaurano relazioni e creano un impatto positivo nelle comunità a livello locale e mondiale. Riflette anche i valori che definiscono il Rotary: affiatamento, integrità, diversità, service e leadership.

Concentrando le nostre comunicazioni su chi siamo, rafforziamo ciò che il Rotary rappresenta, come ci differenziamo dalle altre organizzazioni e perché il Rotary è rilevante oggi. Questo approccio permette ad ognuno di noi di sviluppare una propria potente dichiarazione sui nostri club e di raccontare collettivamente una storia avvincente e coesa sul Rotary.

## SIAMO PRONTI AD AGIRE

Pronti ad agire ci aiuta a definire il Rotary per coloro che non ci conoscono. Siamo professionisti e leader della comunità e civici che si connettono e condividono una prospettiva unica e la passione per intraprendere azioni per migliorare il mondo.

**DESCRIVENDOCI E MOSTRANDOCI COME INDIVIDUI PRONTI AD AGIRE CREA UNA CONNESSIONE PERSONALE CON L'ORGANIZZAZIONE E SOTTOLINEA L'IMPATTO CHE IL ROTARY HA NELLE NOSTRE COMUNITÀ.**

Qui di seguito sono riportati alcuni esempi di come usare la messaggistica della campagna Pronti ad agire per descrivere il Rotary.

Il Rotary è impegnato a rendere il mondo un posto migliore.

- Mettiamo insieme gli individui pronti ad agire da tutti i continenti e culture che offrono soluzioni a lungo termine ai problemi più pressanti del mondo.

Il Rotary ci aiuta a diventare leader, individui e filantropi migliori.

- Siamo un'organizzazione fondata sulle persone, sulle relazioni e sull'azione.
- Utilizziamo il nostro background professionale, le nostre diverse prospettive e le nostre connessioni globali per cambiare il mondo in meglio.
- Attraverso il service, instauriamo amicizie che durano tutta la vita e che trascendono i confini politici, culturali e generazionali e promuovono la comprensione internazionale e il rispetto.

Presentando i Rotariani come individui pronti ad agire, diamo vita alla visione del Rotary in modo rilevante e tangibile. Quando parliamo con la stessa voce, miglioriamo la consapevolezza e la comprensione del Rotary.

I soci del Rotary sono i messaggeri di questa campagna. In qualità di ambasciatori del nostro brand, i club hanno il potere di trasmettere il semplice ma accattivante messaggio che i soci del Rotary agiscono per creare cambiamenti positivi.

Vogliamo che il Rotary si distingua da altre organizzazioni e si rivolga alla nostra audience con messaggi convincenti e coerenti. La nostra voce – il tono e lo stile unico in cui comunichiamo – si concentra su quattro attributi che descrivono il Rotary e i nostri soci: tenace, stimolante, compassionevole e intelligente. Questi attributi definiscono il tono della nostra voce quando parliamo del Rotary. Occorre considerarli come tratti della personalità del Rotary.

La voce del Rotary è chiara, persuasiva e relazionabile. È personale e sincera. Convincente ma mai esigente o rimproverante.

E, infine, è una conversazione non eccessivamente disinvolta o vivace.

### LA NOSTRA VOCE È...

## Tenace

Siamo determinati, audaci e coraggiosi, e parliamo con chiarezza e convinzione.

## Stimolante

Motiviamo gli altri attraverso la nostra positività, entusiasmo e passione.

## Compassionevole

Ci prendiamo cura delle persone che aiutiamo.

## Intelligente

Siamo perspicaci e usiamo la nostra esperienza per risolvere i problemi in modi creativi.

### ESEMPI

**Dal 1979 abbiamo contribuito all'eradicatione della polio in tutte le nazioni del mondo, tranne tre. Oggi siamo dedicati a porre fine alla polio durante la nostra vita.**

**Con il Rotary, creerai cambiamenti duraturi in tutto il mondo, nella tua comunità e in te stesso.**

**Affrontare le sfide più difficili del mondo richiede empatia. Difendiamo le persone reali e le storie che sono relazionabili e universali.**

**Abbiamo iniziato con l'acqua, perché tutto parte dall'acqua. Senza accesso all'acqua pulita, la pace non può esistere.**

Ecco un paio di esempi che dimostrano come l'uso della voce del Rotary rafforza il nostro messaggio:

### ESEMPI

Invito ai potenziali soci a visitare un club del posto

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

Il Rotary è composto da persone di tutto il mondo che lavorano insieme per migliorare l'ambiente, eradicare la polio, migliorare le nostre comunità e realizzare altre cose straordinarie.

Approfondisci su [Rotary.org](http://Rotary.org).



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

**È incredibile cosa riusciamo a realizzare quando i cuori e le menti lavorano insieme. Scopri come i leader di Paesi, culture e occupazioni diverse si stanno attivando per migliorare la salute, dare voce ai giovani, promuovere la pace e migliorare le loro comunità.**

**Partecipa alla creazione di cambiamenti positivi. Visita un Rotary club nelle tue vicinanze.**

#### 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
- Chiarisce il nostro impatto
- Include un chiaro appello all'azione

Estratto da [Rotary.org](http://Rotary.org)

Anniversario del Rotary

L'anniversario del Rotary segna un anno di successi sia per quanto riguarda lo sforzo per l'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 la storia.**

**Siamo più vicini che mai ad eliminare la polio. Ma mentre festeggiamo un altro anno d'impatto sulla comunità ricordiamo anche che c'è ancora tanto da fare. Diventa un sostenitore attivo dello stanziamento dei contributi governativi per poter completare l'opera insieme.**

- Il titolo è accattivante e non semplicemente descrittivo
- Mette in risalto lo spirito tenace del Rotary
- Esprime più compassione e umanità
- Contiene un chiaro appello all'azione

## Che cosa sono i “valori”?

I valori sono alle basi delle nostre azioni. Rappresentano le nostre convinzioni e il nostro operato.

## Come abbiamo definito i nostri valori?

I principi guida che definiscono il Rotary sono radicati nei nostri valori. Adesso ridiamo vita a questi valori evidenziando come vengono usati per migliorare le vite nelle comunità di tutto il mondo.

### I NOSTRI VALORI

**Amicizia**

**Integrità**

**Diversità**

**Service e Leadership**

### COME VIVIAMO I NOSTRI VALORI

**Costruiamo rapporti duraturi**

**Onoriamo i nostri impegni**

**Ricongiungiamo diversi punti di vista**

**Usiamo competenze e leadership per risolvere problematiche sociali**

I loghi del Rotary fanno parte del nostro brand e rappresentano tutti i nostri club che operano per realizzare cambiamenti positivi e duraturi nel mondo. Quando le persone vedono i nostri loghi, dovrebbero riconoscerli immediatamente come appartenenti al Rotary e come simboli di un'organizzazione impegnata a rendere il mondo un posto migliore.

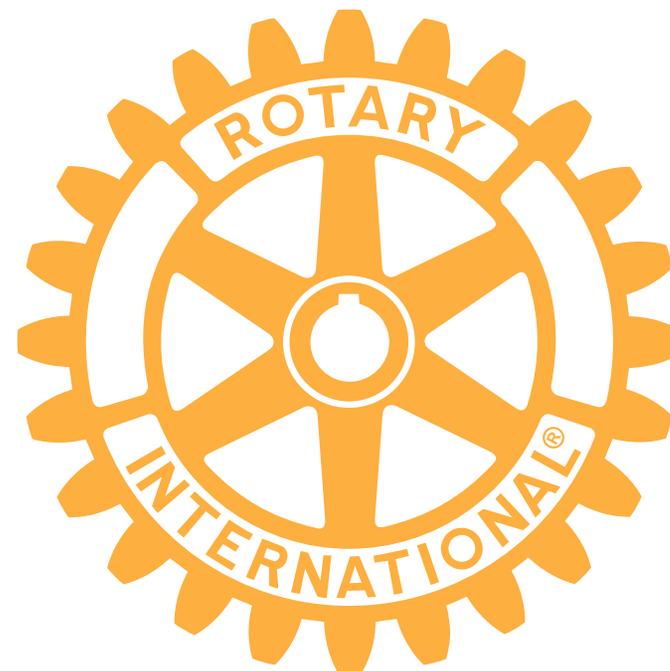
I loghi si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](https://rotary.org/it/brandcenter).

### Firma Masterbrand

Rotary

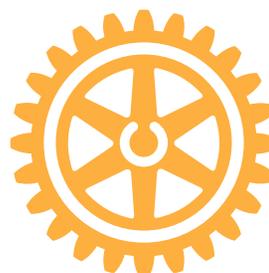


### Marchio di Eccellenza



### Firma Masterbrand semplificata

Rotary



# Loghi Firma Masterbrand

La Firma Masterbrand è il nostro logo ufficiale e mette insieme la ruota con il nome "Rotary" (il marchio del Rotary) a sinistra per visibilità e riconoscimento.

Il nostro logo non deve essere alterato in nessun modo. La ruota e il marchio devono sempre comparire insieme. Poiché la parola "Rotary" è un marchio e non un carattere tipografico, non può essere sostituita con un carattere diverso. Nel logo possono essere usati solo i colori mostrati in questa pagina.

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata (a pag. 13) possono essere usate in tutte le applicazioni di formato cartaceo e digitale. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I loghi si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

Per maggiori dettagli sulla nostra tavolozza colori, vedi le pagine 28-29.



L'area in bianco è lo spazio attorno alla Firma Masterbrand che deve restare vuoto. Corrisponde all'altezza della "R" maiuscola nel marchio del Rotary.

## Firma Masterbrand

Rotary Royal Blue e Rotary Gold (colore solido)



100% white e Rotary Gold (per sfondi scuri)



## Monocolore

100% black



100% Rotary Azure



100% white (per sfondi scuri)



# Loghi Firma Masterbrand semplificata

La Firma Masterbrand è il nostro logo ufficiale e mette insieme la ruota con il nome "Rotary" (il marchio del Rotary) a sinistra per visibilità e riconoscimento.

Il nostro logo non deve essere alterato in nessun modo. La ruota e il marchio devono sempre comparire insieme. Poiché la parola "Rotary" è un marchio e non un carattere tipografico, non può essere sostituita con un carattere diverso. Nel logo possono essere usati solo i colori mostrati in questa pagina.

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata (a pag. 12) possono essere usate in tutte le applicazioni di formato cartaceo e digitale. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I loghi si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

Per maggiori dettagli sulla nostra tavolozza colori, vedi le pagine 28-29.



L'area in bianco è lo spazio attorno alla Firma Masterbrand semplificata che deve restare vuoto. Corrisponde all'altezza della "R" maiuscola nel marchio del Rotary.

## Firma Masterbrand semplificata

Rotary Royal Blue e Rotary Gold (colore solido)



100% white e Rotary Gold (per sfondi scuri)



## Monocolore

100% black



100% Rotary Azure



100% white (per sfondi scuri)



La ruota del Rotary è il Marchio di Eccellenza. Quando si usa il Marchio di Eccellenza, si consiglia vivamente di usarlo vicino alla Firma Masterbrand per chiarezza e riconoscimento.

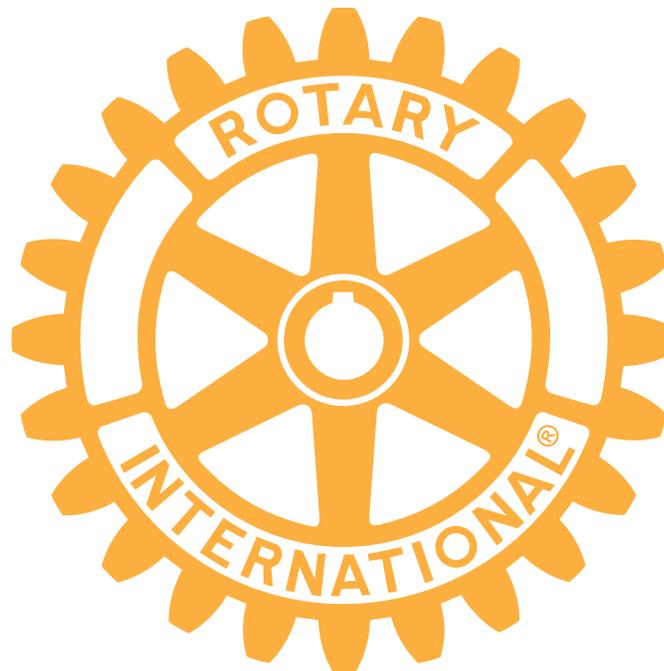
Non c'è un'altezza massima per il Marchio di Eccellenza, la dimensione minima dovrebbe essere di circa 3x l'altezza della ruota vicino alla Firma Masterbrand (vedi esempi di layout e dimensioni qui sotto).

Non esiste una versione semplificata del Marchio di Eccellenza – le parole "Rotary International" devono sempre comparire nella ruota. Il logo non può avere colori diversi da quelli mostrati in questa pagina.

I loghi si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

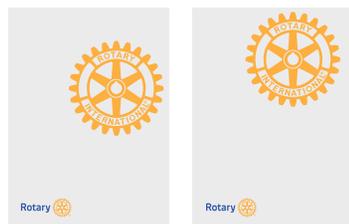
Per maggiori dettagli sulla nostra tavolozza colori, vedi le pagine 28-29.

### Marchio di Eccellenza (la ruota del Rotary)



### Esempi di layout

Comunicazioni pagina singola

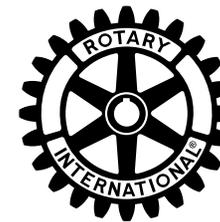


Più pagine o piega tripla (fronte/retro)



### Monocolore

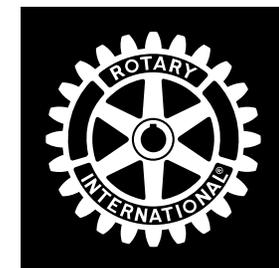
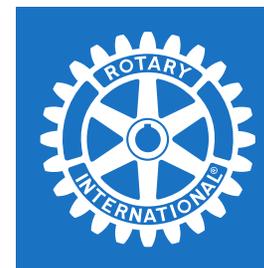
100% black



100% Rotary Azure

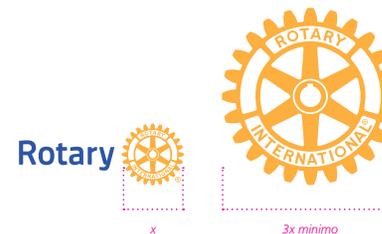


100% white (per sfondi scuri)



### Dimensioni

Rapporto dimensionale tra Firma Masterbrand e Marchio di Eccellenza



# Loghi

## Sistema delle firme per Zone e Distretti

Abbiamo creato un sistema speciale per le firme che consente di identificare il proprio distretto o zona in tutti i materiali divulgativi.

Le firme di distretto e di zona consistono nella Firma Masterbrand più il numero di distretto o di zona. Questo sistema di firme deve essere usato al posto della Firma Masterbrand per le comunicazioni di distretto o di zona.

Il numero di distretto o di zona deve comparire sotto il marchio del Rotary e deve essere allineato a destra con la "y" della parola "Rotary" (vedi gli esempi). Il posizionamento e il rapporto dimensionale tra il marchio e la ruota non possono essere alterati.

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata possono essere usate per creare il logo di distretto o di zona. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare il logo del distretto o zona si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

### Sistema delle firme – Zone e Distretti

Firma Masterbrand



Firma Masterbrand semplificata



# Loghi

## Sistema delle firme per club

Abbiamo creato un sistema speciale per le firme che consente di identificare il proprio club in tutti i materiali divulgativi.

La firma del Rotary club consiste nella Firma Masterbrand più il nome del club. Questo sistema di firme deve essere usato al posto della Firma Masterbrand per le comunicazioni di club.

Usare il nome sulla Carta costitutiva o il nome con cui il club è conosciuto nella propria comunità nel logo del club. Poiché la parola "Rotary" è già nel logo, non c'è bisogno di ripeterla. Ad esempio, il Rotary Club di Evanston, Illinois, USA, aggiungerebbe solo "Club di Evanston" sotto la Firma Masterbrand.

Il nome del club compare sempre sullo stesso lato della parola chiave, e deve essere allineato a destra con la "y" di Rotary. Il posizionamento e il rapporto dimensionale tra il marchio e la ruota non possono essere alterati.

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata possono essere usate per creare il logo di distretto o di zona. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare il logo del club si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

### Sistema delle firme – Club

Logo per club – SOTTO



Logo per club – SOPRA



Logo per club – SOPRA e SOTTO



Logo per club – ESEMPIO



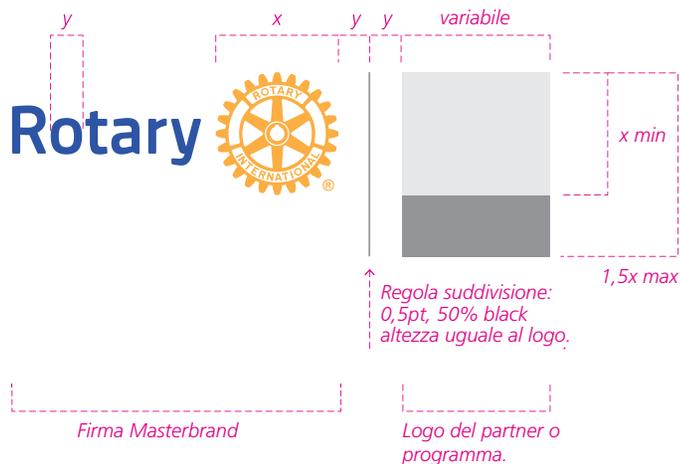
I partner sono organizzazioni esterne che collaborano con il Rotary per sviluppare, sostenere e implementare programmi e progetti di service.

Per creare lockup per le partnership (Firma Masterbrand del Rotary più logo del partner), segui le linee guida illustrate in questa pagina. È possibile inserire solo un partner nello stesso lockup.

I loghi dei partner devono avere un'altezza minima uguale all'altezza della Firma Masterbrand ma non superiore a 1,5 volte l'altezza della Firma Masterbrand. La larghezza dei loghi dei partner può variare, ma non deve essere visivamente più imponente della Firma Masterbrand.

## PARTNER

Costruzione



Esempi: Partner strategici, di progetti o service



# Loghi

## Lockup per Gruppi d'azione Rotary e Circoli Rotary

Per creare lockup per Gruppi d'azione Rotary e Circoli Rotary (Firma Masterbrand del Rotary più logo del partner), segui le linee guida illustrate in questa pagina.

Si consiglia di usare le parole nel lockup per mostrare la propria affiliazione al Rotary (vedi il Gruppo d'azione Rotary Network of Assistance). Tuttavia, è possibile usare il logo del Gruppo d'azione o Circolo Rotary nel lockup (vedi il logo del Circolo Rotarian Executive Managers).

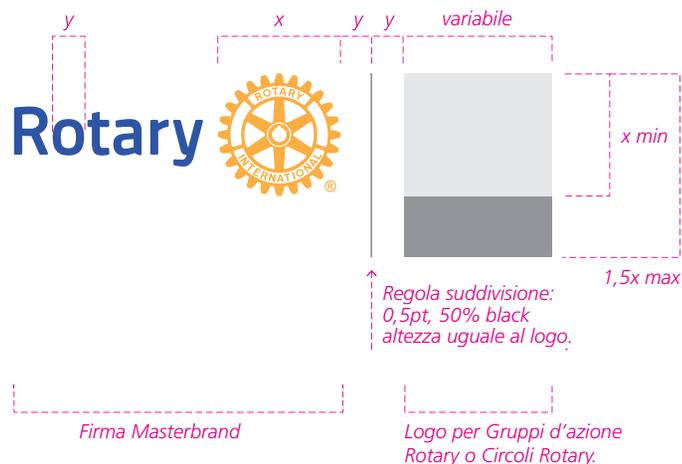
Il logo del Gruppo d'azione o Circolo Rotary deve comparire sempre a destra della Firma Masterbrand del Rotary. Deve avere un'altezza minima uguale all'altezza della Firma Masterbrand ma non superiore a 1,5 volte l'altezza della Firma Masterbrand. La larghezza dei loghi può variare, ma non deve essere visivamente più imponente della Firma Masterbrand.

Occorre ricordare che non è possibile creare un logo per un Gruppo d'azione Rotary o Circolo Rotary personalizzato che contiene o assomiglia alla Firma Masterbrand del Rotary o Marchio di Eccellenza (ruota).

I template per creare i lockup personalizzati per Gruppi d'azione Rotary o Circoli Rotary si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

### CIRCOLI ROTARY E GRUPPI D'AZIONE ROTARY

Costruzione



Esempi: Gruppi d'azione Rotary



Esempi: Circoli Rotary



# Loghi

## Lockup per Gruppi Community Rotary

I lockup si usano per mostrare una relazione tra il Rotary e i Gruppi Community Rotary (RCC). L'RCC è un'organizzazione sponsorizzata dal club. Il lockup include la firma del club e il testo dell'organizzazione sponsorizzata.

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata possono essere usate per creare il logo. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare i lockup personalizzati si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

### Gruppi Community Rotary – Lockup per sistema delle firme



### Esempi di versioni alternative accettabili



# Loghi

## Lockup per Scambio giovani del Rotary

I lockup si usano per mostrare una relazione tra il Rotary e lo Scambio giovani del Rotary, ossia un programma sponsorizzato da club e distretti. Il lockup include la firma del club o distretto e il nome del programma (vedi esempio).

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata possono essere usate per creare il logo. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare i lockup personalizzati si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

Scambio giovani del Rotary – Lockup per sistema delle firme



Esempi



# Loghi Lockup per (RYLA) Rotary Youth Leadership Awards

I lockup si usano per mostrare una relazione tra il Rotary e RYLA, ossia un programma sponsorizzato da club e distretti. Il lockup include la firma del club o distretto e il nome del programma (vedi esempio).

Sia la Firma Masterbrand che la Firma Masterbrand semplificata possono essere usate per creare il logo. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare i lockup personalizzati si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

RYLA – Lockup per sistema delle firme



Esempi

<p><b>Rotary</b> District 6860</p> <p><i>Firma del Distretto Rotary</i></p>	 <p><b>rotary youth leadership awards</b></p> <p><i>Frutiger font</i></p>	<p><b>Rotary</b> District 6860</p> <p><i>Firma del Distretto Rotary</i></p>	 <p><b>rotary youth leadership awards</b></p> <p><i>Sentinel font</i></p>
<p><b>Rotary</b> District 6860</p> <p><i>Firma del Distretto Rotary</i></p>	 <p><b>rotary youth leadership awards</b></p> <p><i>Arial Narrow font</i></p>	<p><b>Rotary</b> District 6860</p> <p><i>Firma del Distretto Rotary</i></p>	 <p><b>rotary youth leadership awards</b></p> <p><i>Georgia font</i></p>
<p><b>Rotary</b> District 6860</p> <p><i>Firma semplificata del Distretto Rotary</i></p>	 <p><b>RYLA</b></p> <p><i>Frutiger font</i></p>	<p><b>Rotary</b> District 6860</p> <p><i>Firma semplificata del Distretto Rotary</i></p>	 <p><b>RYLA</b></p> <p><i>Sentinel font</i></p>

# Loghi

## Firma Masterbrand Rotaract

La Firma Masterbrand Rotaract è il nostro logo ufficiale e mette insieme la ruota con il nome "Rotaract" (il marchio del Rotaract) a sinistra per visibilità e riconoscimento.

Il nostro logo non deve essere alterato in nessun modo. La ruota e il marchio devono sempre comparire insieme. Poiché la parola "Rotaract" è un marchio e non un carattere tipografico, non può essere sostituita con un carattere diverso. Nel logo possono essere usati solo i colori mostrati in questa pagina.

Sia la Firma Masterbrand Rotaract che la Firma Masterbrand semplificata Rotaract possono essere usate in tutte le applicazioni di formato cartaceo e digitale. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I loghi si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

Firma Masterbrand Rotaract



Firma Masterbrand semplificata Rotaract



### Monocolore

100% black



100% Cranberry



100% white (per sfondi scuri)



L'area in bianco è lo spazio attorno alla Firma Masterbrand che deve restare vuoto. Corrisponde all'altezza della "R" maiuscola nel marchio del Rotaract.

# Loghi

## Sistema delle firme per Rotaract club

Il sistema delle firme consente di identificare il club o l'ateneo universitario associato al club Rotaract in tutte le comunicazioni.

La firma del Rotaract deve includere il nome del club o dell'ateneo universitario.

Il posizionamento e il rapporto dimensionale tra il marchio del Rotaract e la ruota non possono essere alterati. Il nome del club o dell'ateneo universitario deve essere allineato a destra con la lettera "t" di "Rotaract".

Sia la Firma Masterbrand Rotaract che la Firma Masterbrand semplificata Rotaract possono essere usate per creare il logo del Rotaract club. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare il logo del Rotaract club si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

### Sistema delle firme – Rotaract club

Logo per club – SOTTO



Logo per club – SOPRA e SOTTO



Logo per club – SOPRA



Logo per club – ESEMPI



# Loghi

## Firma Masterbrand Interact

La Firma Masterbrand Interact è il nostro logo ufficiale e mette insieme la ruota con il nome "Interact" (il marchio Interact) a sinistra per visibilità e riconoscimento.

Il nostro logo non deve essere alterato in nessun modo. La ruota e il marchio devono sempre comparire insieme. Poiché la parola "Interact" è un marchio e non un carattere tipografico, non può essere sostituita con un carattere diverso. Nel logo possono essere usati solo i colori mostrati in questa pagina.

Sia la Firma Masterbrand Interact che la Firma Masterbrand semplificata Interact possono essere usate in tutte le applicazioni di formato cartaceo e digitale. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I loghi si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).



L'area in bianco è lo spazio attorno alla Firma Masterbrand che deve restare vuoto. Corrisponde all'altezza della "I" maiuscola nel marchio Interact.

Firma Masterbrand Interact



Firma Masterbrand semplificata Interact



### Monocolore

100% black



100% Sky Blue



100% white (per sfondi scuri)



# Loghi

## Sistema delle firme per Interact club

Il sistema delle firme consente di identificare il club o scuola associata al club Interact in tutte le comunicazioni.

La firma Interact deve includere il nome del club o della scuola.

Il posizionamento e il rapporto dimensionale tra il marchio Interact e la ruota non possono essere alterati. Il nome del club o della scuola deve essere allineato a destra con la lettera "t" di "Interact".

Sia la Firma Masterbrand Interact che la Firma Masterbrand semplificata Interact possono essere usate per creare il logo del club Interact. Si consiglia di usare la versione semplificata se il logo sarà più piccolo di 1,25 cm (0,5 pollici) o se ricamato su tessuto.

I template per creare il logo del club Interact si trovano nel Brand Center, [rotary.org/it/brandcenter](http://rotary.org/it/brandcenter).

### Sistema delle firme – Interact club

Logo per club – SOTTO



Logo per club – SOPRA e SOTTO



Logo per club – SOPRA



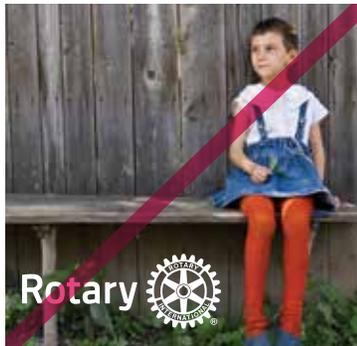
Logo per club – ESEMPI



USO INCORRETTO – Firma Masterbrand



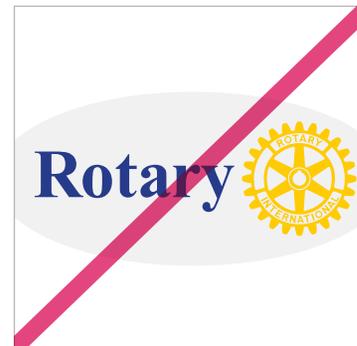
Non usare la Firma Masterbrand su uno sfondo senza sufficiente contrasto.



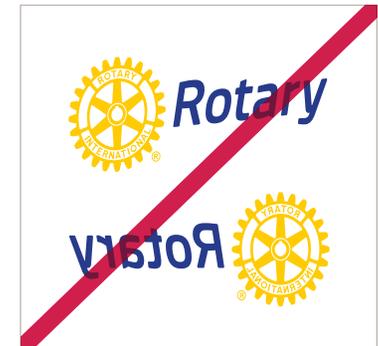
Non usare la versione a colori della Firma Masterbrand se la stampa non è interamente a colori.



Non usare la Firma del Masterbrand vicino a contorni, effetti speciali o altri elementi grafici.



Non restringere la Firma Masterbrand a una forma fissa e non sostituire la scritta con altro carattere.



Non mantenere tutti gli elementi come sono senza distorsioni e nell'ordine giusto.

USO CORRETTO – Firma Masterbrand



Usare la Firma Masterbrand su uno sfondo con sufficiente contrasto.



Usare la versione a colori della Firma Masterbrand se la stampa è interamente a colori.



Usare la Firma del Masterbrand lontano da contorni, effetti speciali o altri elementi grafici.



Non restringere la Firma Masterbrand a una forma fissa e non sostituire la scritta con altro carattere.

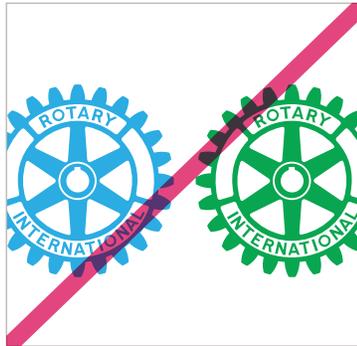


Mantenere tutti gli elementi come sono senza distorsioni e nell'ordine giusto.

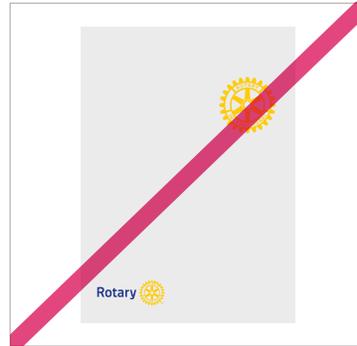
USO INCORRETTO – Marchio di Eccellenza



Ridimensionare il Marchio di Eccellenza – non apportare mai ritagli.



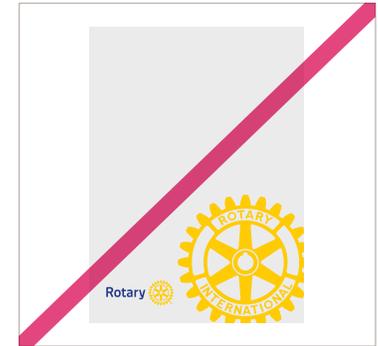
Non usare i colori Rotary specificati a pagina 14 per il Marchio di Eccellenza.



Non applicare le dimensioni del Marchio di Eccellenza in modo corretto se usato insieme al logo, come mostrato a pagina 14.



Non assicurarsi che il Marchio di Eccellenza sia completamente leggibile.



Non posizionare il Marchio di Eccellenza lontano dal logo, come mostrato a pagina 14.

USO CORRETTO – Marchio di Eccellenza



Non ridimensionare il Marchio di Eccellenza – non apportare mai ritagli.



Usare i colori Rotary specificati a pagina 14 per il Marchio di Eccellenza.



Applicare le dimensioni del Marchio di Eccellenza in modo corretto se usato insieme al logo, come mostrato a pagina 14.



Assicurarsi che il Marchio di Eccellenza sia completamente leggibile.



Posizionare il Marchio di Eccellenza lontano dal logo, come mostrato a pagina 14.

I colori ufficiali del Rotary servono per esprimere chi siamo: leader intelligenti, compassionevoli, tenaci e stimolanti. I nostri colori predominanti sono tre tonalità in blu e una in oro. Per rendere omogeneo il nostro look, questi colori vanno usati con più frequenza rispetto alle altre tonalità della nostra tavolozza.

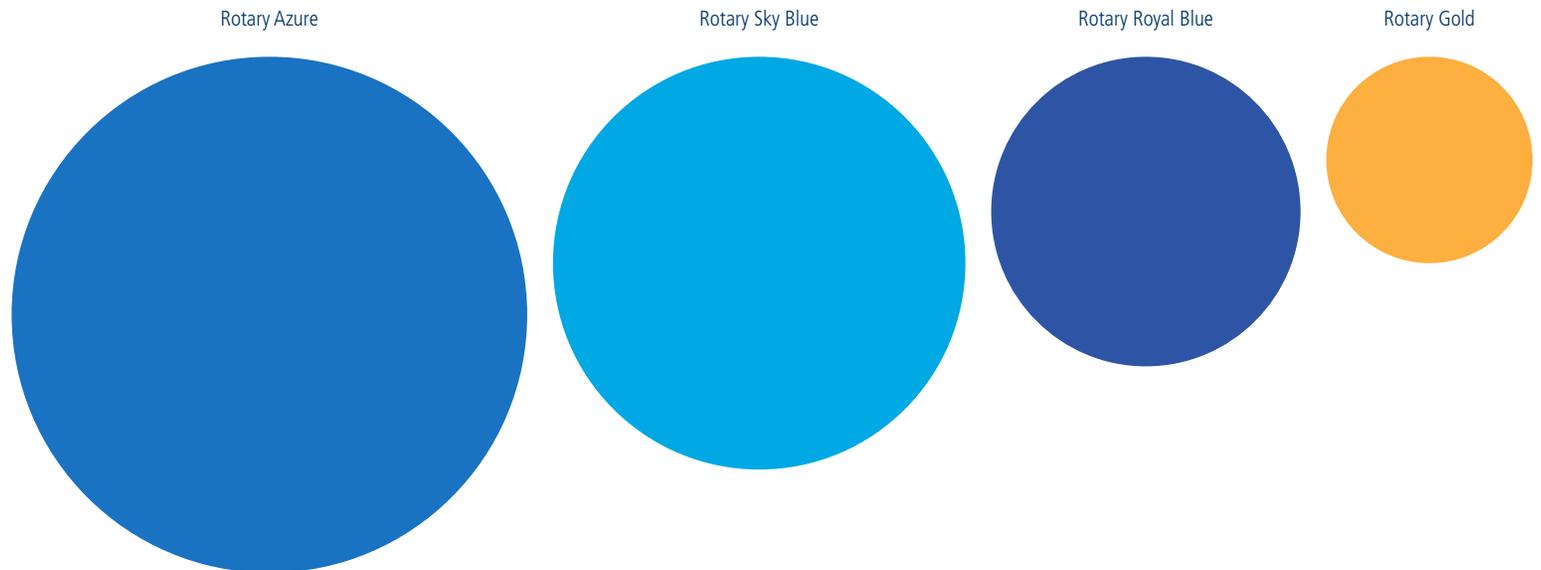
Usare Rotary Azure con più frequenza, e Rotary Sky Blue e Rotary Royal Blue per complimentare ed evidenziare. Rotary Gold deve essere usato come un "gioello" in una pagina.

Usare i colori secondari con parsimonia per creare un' enfasi occasionale o creare una distinzione all'interno di una serie.

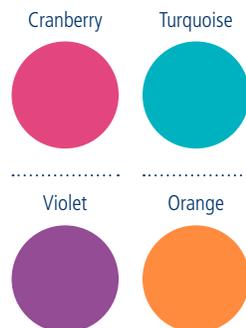
I colori pastello e neutri offrono la flessibilità che può essere necessaria per sfondi, layout e gerarchia delle informazioni, senza sopraffazioni.

Tutti i colori sono stati scelti con cura per completarsi a vicenda nella maggior parte delle situazioni. Devono essere usati nel formato puro e non alterati.

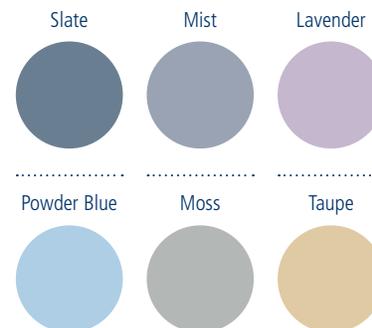
## Colori della Leadership del Rotary



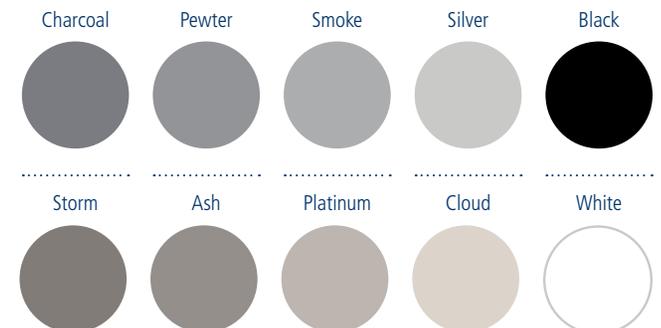
## Colori secondari



## Pastelli



## Neutri



Quando utilizzi la tavolozza 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:

**Pantone™** colori  
**CMYK** Quadricromia  
**RGB** per digitale  
**Hexadecimal** per web

Per ottenere i file ASE per i campioni più recenti, invia un'email a [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).

### Colori della Leadership del Rotary



**Azure**  
 PMS 2175C  
 C99 M47 Y0 K0  
 PMS 2175U  
 C99 M53 Y0 K0  
 Hex #0050a2  
 R0 G93 B170



**Sky Blue**  
 PMS 2202C  
 C96 M0 Y6 K0  
 PMS 2202U  
 C94 M0 Y6 K0  
 Hex #019fcb  
 R1 G180 B231



**Royal Blue**  
 PMS 286C  
 C100 M80 Y9 K2  
 PMS 286U  
 C100 M92 Y9 K2  
 Hex #0c3c7c  
 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 #c10042  
 R217 G27 B92



**Turquoise**  
 PMS 7466C  
 C90 M0 Y38 K0  
 PMS 7466U  
 C88 M0 Y27 K0  
 Hex #018d8d  
 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



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



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



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



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



**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



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



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



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



**Smoke**  
 Cool Gray 5C  
 C0 M0 Y0 K33  
 Cool Gray 5U  
 C0 M0 Y0 K33  
 Hex #bcbbc0  
 R188 G189 B192



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



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



**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

# Caratteri tipografici

## Caratteri con licenza e gratuiti

L'uso della tipografia del Rotary, o caratteri, aiuta a mantenere la nostra comunicazione coesa e distintiva. Creare riconoscimento per il club e il Rotary usando i caratteri elencati qui.

### Opzione con licenza – caratteri disponibili per l'acquisto

**Caratteri principali\***, usare lo stile TUTTO MAIUSCOLO condensato per testate e navigazione principale. Usare lo stile regolare per corpo del testo, navigazione secondaria, infografica, lockup, identificatori o testo del corpo denso.

## FRUTIGER LT STD

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

47 Light Condensed

57 Condensed

67 Bold Condensed

77 Black Condensed

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

45 Light

46 Light Italic

55 Roman

56 Italic

65 Bold

66 Bold Italic

75 Black

76 Black Italic

95 Ultra Black

**Caratteri secondari\***, usare per corpo del testo, testate secondarie, didascalie, richiami o identificatori.

## Sentinel

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Book

Book Italic

Medium

Medium Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Black

Black Italic

### Opzione gratuite – se Frutiger e Sentinel non sono disponibili o troppo costosi

**Caratteri principali**, per applicazioni digitali

## OPEN SANS CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Condensed Light

Condensed Light Italic

Condensed Bold

## OPEN SANS

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Regular

Italic

Bold

**Caratteri principali**, per applicazioni Microsoft Office o se Open Sans Condensed non è disponibile. Il carattere deve essere usato come per Frutiger per testate, navigazione secondaria, ecc.

## ARIAL NARROW

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

## ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Italic

Bold

Bold Italic

**Caratteri secondari**, per applicazioni digitali e di Microsoft Office, o quando Sentinel non è disponibile. Il carattere dovrebbe essere usato in modo simile a Sentinel per il testo del corpo, i titoli secondari, ecc.

## Georgia

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

\*Per informazioni sull'acquisto dei caratteri con licenza, contattare [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).

# Immagini

## Panoramica sullo stile e tematiche

Immagini accattivanti sono vitali per la nostra organizzazione. Sono un mezzo universale per connettersi con gli altri. Le nostre foto si concentrano sulle relazioni e sull'impatto sulla comunità, e dovrebbero sempre raccontare una storia genuina. Quando possibile, usare immagini che mostrano più Rotariani e che riflettono la nostra diversità.

Ottenere sempre il permesso scritto e firmato da chiunque sia fotografato in foto o video che saranno usati per gli scopi del Rotary. Il consenso scritto deve includere il nome del soggetto e una dichiarazione in cui si dichiara d'accordo ad essere registrato e che la persona che lo registra può utilizzare la registrazione. Ottenere il permesso scritto dai genitori o dai tutori legali dei minorenni ritratti nelle foto. Se la fotografia o il video è stata scattata da qualcun altro, chiedere all'interessato la licenza d'uso per il club e assicurarsi che i soggetti concedano la loro autorizzazione a usare le loro immagini o voce.

### Partecipanti del Rotary riuniti per scambiare idee

Singoli Rotariani



Piccoli gruppi



Grandi gruppi



### Partecipanti del Rotary all'opera nella comunità

Singoli Rotariani



Piccoli gruppi



Grandi gruppi



Con beneficiari



Senza Rotariani



### Immagini metaforiche/concettuali



Le nostre fotografie si concentrano sui partecipanti del Rotary attivamente impegnati nelle nostre attività, nelle nostre relazioni e nella nostra comunità. Devono raccontare sempre una storia genuina di impatto. Le immagini devono essere potenti e ispiranti e motivare il pubblico mostrando ciò che rende speciale il Rotary. Per raggiungere questo obiettivo si consiglia di utilizzare foto in stile documentario (con soggetti non in posa).

Ottenere sempre il permesso scritto e firmato da chiunque sia fotografato in foto o video che saranno usati per gli scopi del Rotary. Per ulteriori informazioni o per altre domande, contattare [privacy@rotary.org](mailto:privacy@rotary.org).

### Pronti ad agire



Nel 2013, il Rotary International ha introdotto nuovi sistemi di firma, tavolozza colori e altri cambiamenti alla nostra identità visuale. Abbiamo anche sviluppato migliori prassi per mostrare come il nuovo marchio del Rotary potrebbe essere usato per articoli commerciali. In particolare, la versione della ruota precedente al 2013 non può comparire su nessun articolo, ad eccezione delle spille dei soci.

ROTARY, ROTARY CLUB, ROTARIANO, MARCHIO DI ECCELLENZA, FIRMA MASTERBRAND, INTERACT, ROTARACT e altri marchi del Rotary sono di proprietà del Rotary International. Il simbolo del marchio registrato ® viene utilizzato su prodotti su licenza e per molti marchi del Rotary.

Lavorando insieme, possiamo garantire che il Rotary abbia un'immagine più prominente e riconoscibile nelle comunità di tutto il mondo.

## Club e loro soci

Solo i Licenziatari del Rotary International sono autorizzati a produrre e vendere articoli con i marchi del Rotary. Un elenco degli attuali Venditori con licenza è disponibile su [my.rotary.org/it/member-center/licensed-vendors](http://my.rotary.org/it/member-center/licensed-vendors).

I venditori che producono o vendono prodotti con il marchio del Rotary senza licenza o autorizzazione del Rotary International violano i diritti sul marchio del Rotary e possono arrecare danno al marchio del Rotary. Con gli acquisti effettuati da un venditore con licenza, una percentuale delle vendite viene devoluta al Rotary e si aiuta a proteggere il marchio del Rotary in tutto il mondo.

Se i club, distretti, Circoli Rotary o Gruppi d'azione Rotary sono interessati a vendere articoli con il marchio del Rotary in concomitanza con un evento di raccolta fondi, contattare [rilicensingservices@rotary.org](mailto:rilicensingservices@rotary.org) per ottenere una licenza specifica per l'evento o visitare la pagina web sulle Licenze del Rotary su [myrotary.org/it/manage/products-services/licensing](http://myrotary.org/it/manage/products-services/licensing).

Se l'articolo col marchio del Rotary richiesto non è disponibile presso un Licenziatario del Rotary International, si prega di inviare una richiesta per l'utilizzo di un'azienda senza licenza a [rilicensingservices@rotary.org](mailto:rilicensingservices@rotary.org). Dopo l'approvazione del design del prodotto conforme al marchio, il Rotary International può concedere un'autorizzazione una tantum al venditore senza licenza per l'uso dei Marchi del Rotary sul suo prodotto.

## Licenziatari del Rotary International

Queste linee guida servono ad aiutare i Licenziatari del Rotary International ad usare al meglio il marchio del Rotary, e vengono forniti esempi di articoli con il marchio del Rotary. Nota Bene: Tutti i nuovi articoli con il marchio del Rotary devono essere approvati dall'ufficio Licenze del RI prima della produzione o della vendita. Ci si aspetta che i Licenziatari del Rotary International aderiscano a queste linee guida.

## Caratteri e licenze

Si consiglia l'uso di alcuni caratteri che richiedono una licenza. Se si utilizzano tali caratteri, assicurarsi di avere le licenze o i permessi appropriati. Esistono delle opzioni di caratteri gratuiti, fare riferimento a pagina 30 per ulteriori informazioni.

Assicurarsi di avere le licenze o i permessi appropriati prima di riprodurre fotografie, testi o altre opere d'arte o materiali protetti da copyright su qualsiasi articolo commerciale.

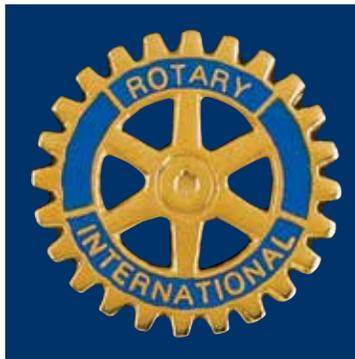
# Merchandising

## Spilla per soci del Rotary

Le spille del Rotary sono immediatamente riconoscibili dai Rotariani di tutto il mondo come orgoglioso simbolo di appartenenza all'effettivo. Non ci sono modifiche al design o al colore delle spille, quindi le spille dei soci attuali e tutte quelle disponibili dai fornitori autorizzati del Rotary sono accettabili.

---

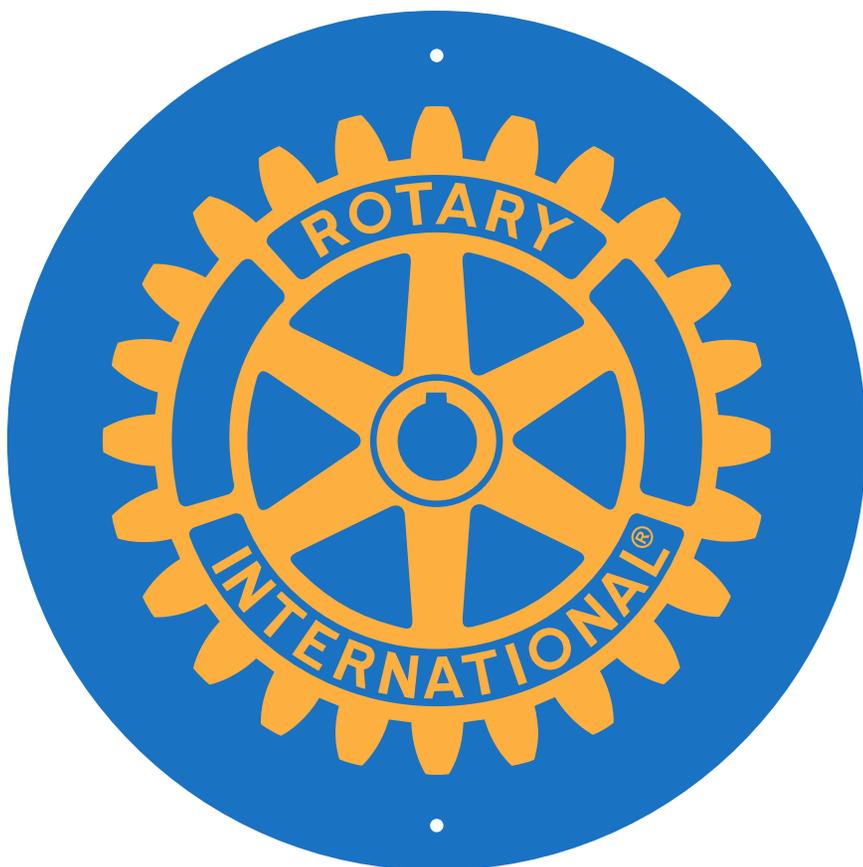
### Spilla per soci del Rotary



## Merchandising

Insegna stradale  
per esterno  
e segnaletica  
informativa

### Insegna stradale per esterno



18" x 18" (45 cm. x 45 cm.) Insegna – Marchio di Eccellenza 14" x 14" (35 cm. x 35 cm.)

30" x 30" (76 cm. x 76 cm.) Insegna – Marchio di Eccellenza 23" x 23" (58 cm. x 58 cm.)

### Segnaletica informativa

8" x 24" (20 cm. x 61 cm.) (3 linee) o 10" x 24" (25 cm. x 61 cm.) (4 linee)

**ROTARY CLUB  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
RIUNIONE ALLE 12:00**

**ROTARY CLUB  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
FONDATO NEL  
1985**

**ROTARY CLUB  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
RIUNIONE ALLE 12:00**

**ROTARY CLUB  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
FONDATO NEL 1985**

Se possibile, usare Frutiger Condensed Bold o Arial Narrow Bold per il testo dell'insegna.

## Merchandising

Aluminum o  
Insegna riunione  
in acrilico

### Insegna riunione Azure

12" x 15" (30 cm. x 38 cm.)



### Insegna riunione White

12" x 15" (30 cm. x 38 cm.)



# Merchandising

## Bandiera ufficiale del Rotary

---

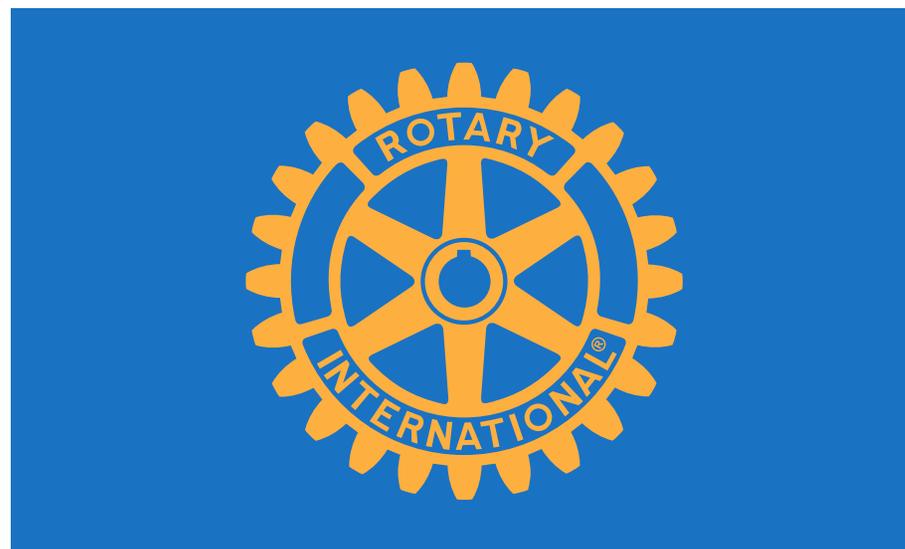
### Bandiera – dimensioni varie

---

Opzione 1



Opzione 2



Il tag deve includere la Firma Masterbrand semplificata del Rotary: **Rotary** 

# Merchandising

## Badge col nome

### Badge col nome Azure

3" x 5" x 2" (7 cm. x 5 cm.)



NUOVO  
SOCIO

SOCIO  
DA 10 ANNI

FREQUENZA  
PERFETTA

### Badge col nome White

3" x 5" x 2" (7 cm. x 5 cm.)



NUOVO  
SOCIO

SOCIO  
DA 10 ANNI

FREQUENZA  
PERFETTA

---

### T-shirt – Fronte

---

2-Colori



Vedi pagine 15-16 per specificazioni di club, distretto e zona.

---

### T-shirt – Retro

---

2-Colori

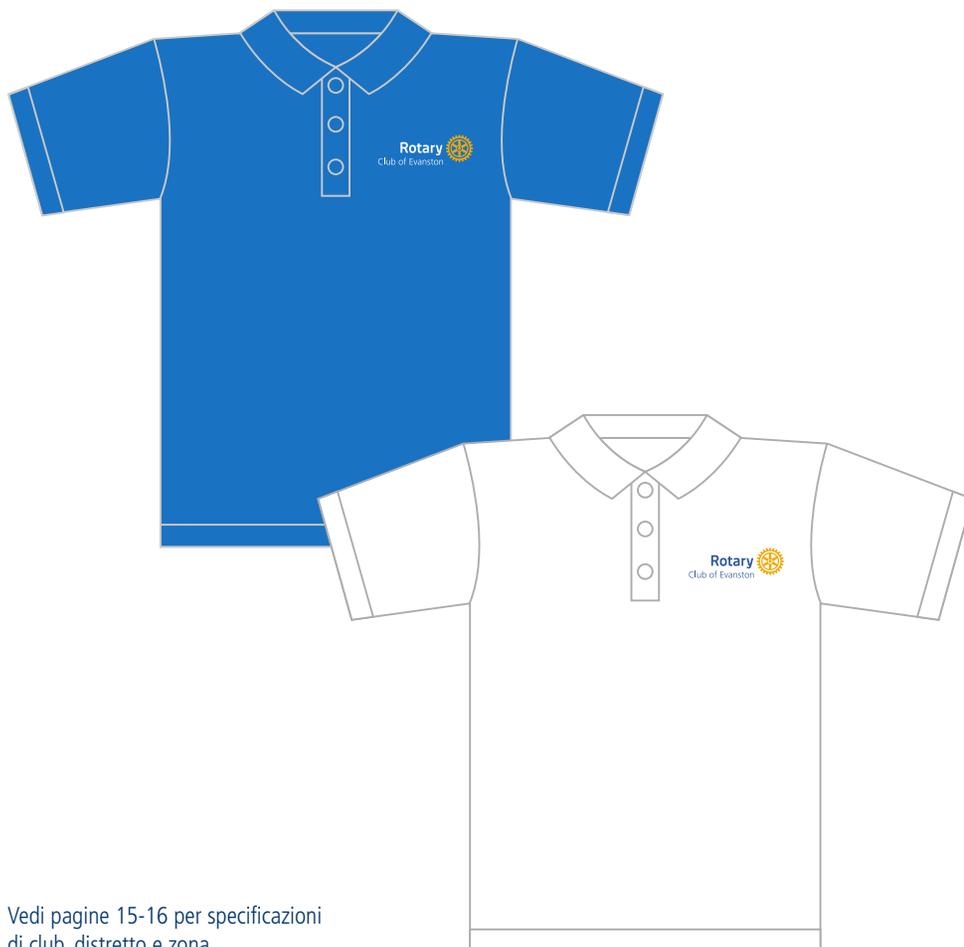


# Merchandising

## Maglietta polo di club

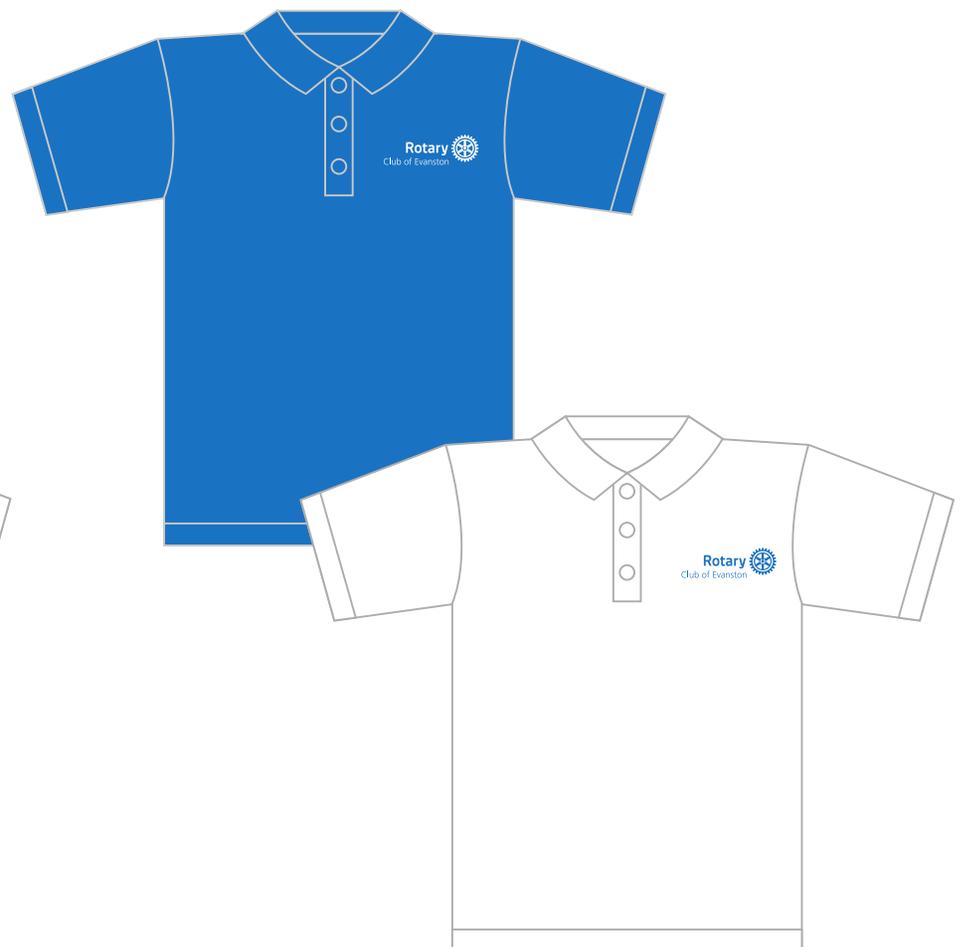
### Maglietta polo di club – Fronte

2-Colori



### Maglietta polo di club – Fronte

1-Colore



Vedi pagine 15-16 per specificazioni di club, distretto e zona.

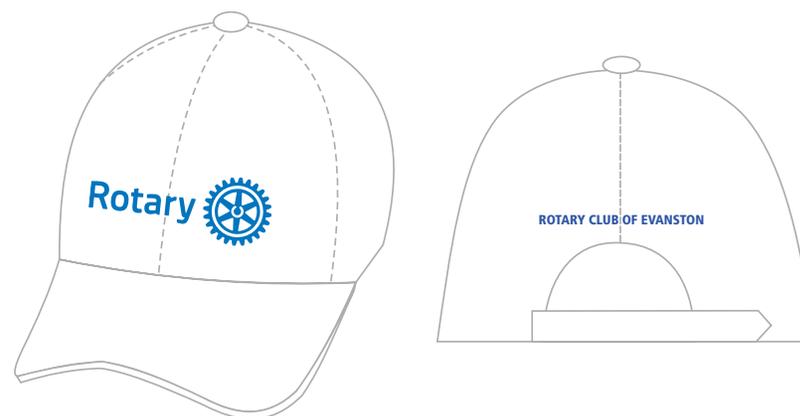
### Cappellino – 2-Colori

Design I – White

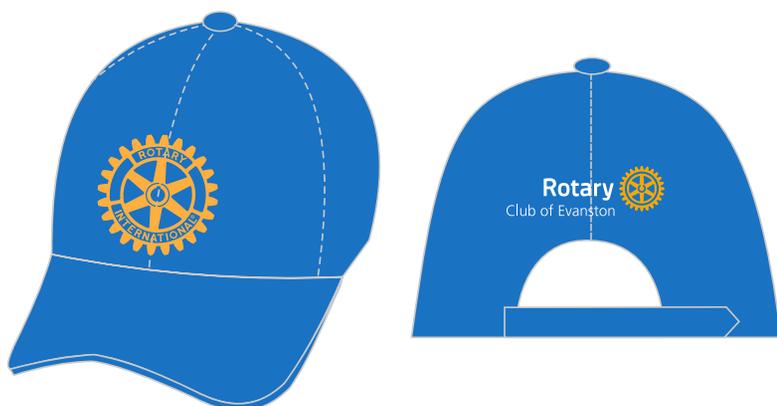


### Cappellino – 1-Colore

Design II – White



Design I – Azure



Design II – Azure



Vedi pagine 15-16 per specificazioni di club, distretto e zona.

---

### Tazza da caffè – 2-Colori

---

Design I – Fronte/Retro



---

### Tazza da caffè – 1-Colore

---

Design I – Fronte/Retro



# INFORMAZIONI DI CONTATTO

## Richiesta informazioni

Per domande generali o domande sull'acquisto/download delle tonalità di colore Pantone™  
o acquisto di caratteri tipografici consigliati:

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

## Richiesta informazioni sulle Licenze

Per produttori/distributori interessati a vendere o distribuire gli emblemi del Rotary  
e Rotary club che desiderano vendere gli emblemi del Rotary per raccolta fondi:

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