

L'IMMAGINE DEL ROTARY



Nel 2013 il Rotary International ha investito notevoli risorse per migliorare l'immagine ed avere un brand e un marchio facilmente riconoscibili e uniformi in ogni parte del mondo. Ha introdotto nuovi sistemi di firma, tavolozza colori e altri cambiamenti alla identità visuale.

Il brand, la scritta Rotary accanto alla ruota che al suo interno riporta la dicitura Rotary International, rappresenta la struttura che racchiude l'insieme di valori e quello che l'associazione è e fa. Il marchio, la sola ruota, è l'elemento grafico al quale è affidato il compito di comunicare.

La registrazione della proprietà intellettuale del Rotary International consente all'associazione l'uso esclusivo del marchio e impedisce che altri ne facciano un uso non autorizzato o improprio. (RCP 34.010.)

Il Consiglio Centrale tutela e protegge l'emble-

ma e gli altri segni distintivi del *Rotary International* a uso e beneficio esclusivo di tutti i rotariani. (RRI 19.010.)

Normalmente, la parola Rotary indica tutta l'organizzazione del Rotary International, ma intende anche gli ideali e i principi dell'associazione. Notizie più approfondite circa l'uso dei marchi Rotary si trovano nell'opuscolo IDENTITÀ VISUALE E VERBALE - LINEE GUIDA 547A-IT scaricabile in formato pdf dal sito www.rotary.org

Il brand Rotary

Oggi il brand Rotary è fra i più noti e più riconosciuti al mondo.

Negli ultimi anni il Rotary International ha posto fra i suoi obiettivi primari la diffusione di una buona immagine del Rotary; immagine che passa attraverso i principi e i valori fondanti che ne ispi-

rano gli scopi e le attività e passa, anche e soprattutto, attraverso le persone che, facendone parte, lo rappresentano nella comunità e nell'immaginario collettivo.

Afferma Robert R. Barth, Presidente Internazionale 1993 - 1994: *«l'emblema del Rotary sul risvolto della mia giacca indica che ci si può fidare di me, che sono una persona sulla quale si può contare, che sono disponibile, che dò agli altri più di quanto non riceva, che rappresento un "plusvalore"».*

Qualità dei soci In altre parole, l'immagine passa, principalmente e specialmente, attraverso i soci. La qualità dei soci assume, allora, una rilevanza imprescindibile e fondamentale perché è anche attraverso i soci rotariani che la comunità conoscerà e giudicherà il Rotary.

Il Rotary International, in più di 115 anni di vita, ha costruito il suo prestigio attraverso l'attività svolta in campo umanitario ed educativo e la sua credibilità attraverso la qualità dei suoi soci che, mediante i club, ne fanno parte. Grande importanza, allora, assume la compagine sociale di un club e l'ammissione di nuovi soci diventa il momento più importante e delicato della vita del club dal quale, poi, derivano il prestigio del club stesso, la sua dignità, la sua immagine e perfino la sua sopravvivenza.

Solo i migliori

Può sembrare esagerato, ma sbagliare una cooptazione può pregiudicare l'immagine e la vita stessa del club e, conseguentemente, anche l'immagine del Rotary International.

È pertanto necessario che vengano cooptati soci di qualità, appartenenti ad ambiti professionali e settori lavorativi di rilievo (da escludere settori chiacchierati o non assolutamente trasparenti per evitare di accostare il Rotary, anche solo lontanamente, a tali settori), perché attraverso essi si ritorni a diffondere, in seno alla comunità e nell'immaginario collettivo, il principio che solo i migliori entrano a far parte di un club Rotary.

Ogni anno nei club si parla di procedere alla cooptazione di nuovi soci, in ciò stimolati anche dalle direttive internazionali e dalla politica di sviluppo subordinata alle esigenze economiche e condizionata dal raggiungimento dell'obiettivo.

Sembra, però, che tale politica, almeno nel nostro Paese, abbia fatto più danno che bene perché si dice, da più parti, che avrebbe "abbassato" la qualità del Rotary e che le cooptazioni "ad ogni costo" abbiano diminuito il numero dei soci piuttosto che incrementarlo.

È essenziale, allora, che il momento delicato delle ammissioni sia vissuto da tutti con grande senso di responsabilità assumendo un atteggiamento di grande prudenza che invita a puntare sulla qualità piuttosto che sulla quantità perché l'immagine e il prestigio del club e l'immagine, il fascino e il prestigio del Rotary devono essere sempre e comunque salvaguardati.

Giombattista Sallemi

PDG 2018 - 2019 Distretto 2110

Rotary

