



‘자랑스러운 봉사, 로타리가 하면 다릅니다’

이순동 로타리 공공이미지 코디네이터(RPIC) 주도로 한국 로타리의 대외 이미지 홍보를 위한 6개 옥외 매체 광고 집행



한국 로타리의 대외 이미지 관리를 위해 활동하는 RPIC 협의회는 금년 7월부터 우리 지구 직전총재인 이순동 공공 이미지코디네이터(RPIC)의 주도 하에 그 첫 번째 사업으로 서울 시내 6개 옥외매체를 통해 로타리 광고를 집행하고 새로운 슬로건을 선보였다.

평소 ‘초아의 봉사’라는 슬로건이 일반 대중에게 쉽게 전달, 이해되기에는 어려움이 있음을 감안하여 대중에게 보다 친근하게 다가서는 로타리 이미지를 만들고자 새로운 각도에서 슬로건이 개발되었다.

‘자랑스러운 봉사, 로타리가 하면 다릅니다’라는 이번 슬로건은 특히 6만 7천여 명이라는 수많은 자원봉사자와 190 억원의 후원이 진행되는 국내 자원봉사 여건 속에서 로타리의 봉사가 타 봉사단체와는 다르다는 차별화를 시도했다는 점에서 주목할 만하다. 옥외 전광판 집행 광고물은 RI 캠페인 ‘실천에 나서는 사람들’을 기본으로 활용하고 여기에 새로운 슬로건을 반영한 자막광고가 화면 사이에 더해지는 형태로 구성되었다. 이번 광고 집행에는 한국전광방송협회 임병욱 회장의 도움이 있었다. 임 회장은 로타리가 봉사단체로서의 본연의 역할을 해나가고 있음을 절실히 이해하고 이를 지원하고자 약 2개월간 서울 시내 6개 전광판에 무료로 광고 집행을 할 수 있도록 적극 지원하였다.

교통량과 유동인구가 매우 많은 광화문, 서울시청, 청계천, 을지로, 강남 고속터미널, 강남대로 등 서울 시내 핵심 요지에 로타리 광고가 집행되어 보다 많은 시민들이 광고를 접하게 되었으며 새로운 로타리 슬로건을 이번 기회에 대중에게 소개할 수 있었다는 점에서 그 사업의 의미는 더욱 큰 것으로 평가된다. ☀



로타리재단 이사회 결의사항

윤상구
로타리재단 이사

지난 8월 13~15일, 미국 국제로타리 세계본부에서 개최된 로타리재단 이사회 결의사항 중에서 한국 로타리인과 밀접한 관계가 있는 사안 및 주요 결정 몇 가지를 알려드립니다.

- 지구지정기금(DDF) 중 20%를 소아마비 박멸 기금에 기부한 170개 지구에 감사를 표하기로 했다. 또한 2013~14년도부터 계속해서 지구지정기금의 20%를 소아마비 박멸 기금에 할애한 지구는 국제로타리 본부 벽에 이름을 새겨 영구히 기념하기로 했다.
- 2018 회계연도 말까지 사용되지 않은 지구지정기금의 최대 20%를 2021년도 말까지 1회에 한해 지구보조금으로 사용할 수 있도록 했다.
- 소아마비 박멸 사업의 일환으로 개도국 6개 지역에 사회적 자원 총동원, 기술 협력, 운영, 감시 등 운영·관리요원 총원 비용으로 사용하도록 세계보건기구(WHO)에 4,600만 달러의 예산을 할당했다.
- 2019~20년도 로타리재단 목표를 아래와 같이 결정했다.

첫째, 단결하자

- 1) 클럽과 지구 지도자들의 활력 강화
- 2) 새로운 회원과 회원 유치로 회원 수 제고
- 3) 신생클럽 창립 권장
- 4) 특히 여성과 40세 미만 젊은 회원, 그리고 로타랙터들의 회원 영입에 노력 경주
- 5) 로타리 가족, 인터랙트, 로타랙트, 그 외 로타리 프로그램에 참여하는 모든 이들의 로타리 참여와 협조 적극 권장

둘째, 실행하자

- 6) 소아마비 박멸 사업에 대한 로타리인들의 노력 홍보
- 7) 지구지정기금을 지구보조금, 글로벌보조금, 소아마비 박멸 기금, 로타리 평화센터 등에 유용하게 사용하여 영향력 극대화
- 8) 연차기부와 소아마비 기금 모금에 적극 호응 및 인다우먼트 기금 목표 '2025년까지 20억 2,500만 달러' 달성
- 9) 로타리 홍보 캠페인 '실천에 나서는 사람들' 장려

셋째, 조직 내부 운영 개선

- 10) 현재 로타리 자원봉사자들의 조직 구조(클럽-지구-존-국제로타리) 재검토
- 11) 로타리재단의 봉사 사업 종류에 대해 선택과 집중 고려