

CLUB PUBLIC RELATIONS COMMITTEE MANUAL
HANDBUCH FÜR DEN CLUBAUSSCHUSS FÜR
ÖFFENTLICHE KEITSARBEIT 클럽 홍보 위원회
매뉴얼 (クラブ広報委員会の手引き)
HANDBOKEN FÖR KLUBBKOMMITTÉN FÖR
PR MANUAL DE COMISSÃO DE RELAÇÕES
PÚBLICAS DEL CLUB MANUAL DA COMISSÃO
DE RELAÇÕES PÚBLICAS MANUALE DELLA
COMMISSIONE DI CLUB PER LE PUBBLICHE
RELATIONS CLUB PUBLIC RELATIONS
COMMISSION RELATIONS PUBLIQUES DU CLUB
クラブ広報委員会の手引き CLUB PUBLIC
RELATIONS COMMITTEE MANUAL 클럽
홍보 위원회 매뉴얼 HANDBOKEN FÖR
KLUBBKOMMITTÉN FÖR PR

Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni

PARTE DELLA CARTELLA DEI DIRIGENTI DI CLUB

ROTARY INTERNATIONAL®



Indice

Introduzione

1 Ruolo e responsabilità della commissione	3
Promuovere il club.....	4
Elementi di pubbliche relazioni.....	5
Effettivo e immagine pubblica.....	6
Messaggi chiave del Rotary.....	7
2 Il presidente della commissione	9
La commissione.....	10
Definizione degli obiettivi.....	10
Bilancio.....	11
Comunicazione.....	12
3 Risorse	13
Domande in preparazione all'assemblea distrettuale	15
Schede per l'assemblea distrettuale	16

Questa è l'edizione 2012 del Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni, ad uso delle commissioni di club per gli anni 2013-2014, 2014-2015 e 2015-2016. Le informazioni contenute in questa pubblicazione si basano sullo Statuto tipo e sul Regolamento dei Rotary club, sullo Statuto e sul Regolamento del Rotary International e sul *Rotary Code of Policies*. Per informazioni più specifiche si prega di consultare direttamente queste opere. Eventuali emendamenti approvati dal Consiglio di Legislazione o dal Consiglio centrale del RI avranno la prevalenza sul contenuto di questa pubblicazione.

Foto di Alyce Henson e Monika Lozinska-Lee (Rotary)

Introduzione

Questo manuale è stato elaborato per aiutarvi a definire gli obiettivi della commissione e a comprendere in che modo essa possa contribuire all'efficienza del club. Dato che il ruolo delle commissioni varia a seconda del club e della località di appartenenza, dovrete adattare alle esigenze del vostro club le procedure illustrate.

Il manuale è suddiviso in tre capitoli: nel primo sono descritti il ruolo e le responsabilità della commissione, nel secondo sono presentate le mansioni svolte dal presidente e nel terzo è riportato un elenco di risorse utili. In fondo al manuale (da portare con voi all'assemblea) troverete un elenco di domande in preparazione all'assemblea distrettuale e quindi le schede che dovrete compilare all'assemblea stessa.

Per ogni commissione (amministrazione, effettivo, pubbliche relazioni, progetti e Fondazione Rotary) è stato preparato un manuale che ne descrive i compiti in generale. I manuali fanno parte della *Cartella dei dirigenti di club* (225-IT) e possono essere scaricati gratuitamente dal sito www.rotary.org/it. Ogni manuale può anche essere ordinato separatamente dalla pagina shop.rotary.org.

Il capitolo 1 deve essere distribuito ai membri della commissione per informarli sulle loro responsabilità.

Nell'assumere la presidenza della commissione dovrete tenere presente che il vostro club fa parte del Rotary International, ovvero di un'associazione di oltre 34.000 club che usufruiscono di servizi, risorse, pubblicazioni in nove lingue, informazioni online (tramite il sito www.rotary.org/it), sovvenzioni della Fondazione Rotary e assistenza da parte della sede centrale dell'organizzazione e dei suoi uffici internazionali.

Commenti?

Per eventuali domande o commenti in merito al presente manuale e alle altre risorse del RI siete pregati di contattare:

Leadership Education and Training Division

Rotary International

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698

USA

Email: learn@rotary.org

Telefono: +1-847-866-3000

Fax: +1-847-866-9446

1

Ruolo e responsabilità della commissione



Il presidente del club è membro ex officio di tutte le commissioni.

La commissione per le pubbliche relazioni ha il compito di preparare e mettere in atto un piano per far conoscere al pubblico il Rotary e le attività del club. Un programma valido di pubbliche relazioni contribuisce a trasmettere l'immagine di un'associazione affidabile, che opera per rispondere a esigenze concrete. Un'immagine positiva del club nella comunità, inoltre, rafforza tra i soci il senso di appartenenza e rende l'affiliazione più attraente per i soci potenziali.

La commissione per le pubbliche relazioni deve:

- Definire i propri obiettivi, finalizzati a conseguire gli obiettivi annuali stabiliti dal club;
- Conoscere le risorse per le pubbliche relazioni preparate dal RI;
- Far conoscere le attività e i progetti del club ai soci, ai media e alla comunità;
- Capire gli elementi di pubbliche relazioni più utili per promuovere il Rotary nella comunità;
- Conoscere i messaggi chiave del Rotary e saperli utilizzare nel rivolgersi al pubblico;
- Collaborare con la commissione per l'effettivo assistendola nelle attività di reclutamento.

Il lavoro della commissione per le pubbliche relazioni rientra nell'ambito dell'azione interna.

Per facilitare il lavoro della commissione può essere utile istituire delle sottocommissioni, soprattutto nei club più grandi.

Man mano che procedete con la lettura del manuale, riflettete sugli obiettivi della vostra commissione, sul piano d'azione che intendete proporre e sulle risorse di cui avrete bisogno.

Se dovessero diffondersi notizie sfavorevoli sul Rotary o sul club, la commissione deve riunirsi per decidere come affrontare la situazione. Alle immagini negative dovrete rispondere con interventi idonei e mirati di pubbliche relazioni. Per ulteriori informazioni potrete consultare la pubblicazione *Rapporti con i media nelle situazioni di crisi* (515-IT) o rivolgervi all'ufficio Media della sede centrale.

Promuovere il club

Il compito principale della commissione è di far conoscere le iniziative e i progetti d'azione del club nel territorio e al contempo promuovere l'opera e i valori del Rotary. Dato che il pubblico conosce il Rotary attraverso quello che si dice dell'organizzazione, la vostra commissione dovrà svolgere un lavoro fondamentale d'informazione sia presso i soci che i media.

Per promuovere il Rotary International e il club nella comunità può essere utile:

- Sponsorizzare eventi speciali come maratone, iniziative a favore dell'ambiente e raccolte di fondi;
- Organizzare esposizioni da mostrare localmente;
- Pubblicizzare i progetti del club e altri eventi su giornali e riviste, tabelloni, mezzi di trasporto pubblici, negli aeroporti e nelle stazioni;
- Incoraggiare i Rotariani a indossare il distintivo del Rotary;
- Diffondere informazioni sul Rotary tramite forum online, calendari degli eventi, pagine dei social media e i siti web del club e di altre organizzazioni.

La commissione deve riunirsi prima dell'inizio dell'anno rotariano per preparare un programma e stendere un piano per la sua implementazione. Per promuovere con efficacia il Rotary è indispensabile comprendere con chiarezza gli elementi essenziali del lavoro di pubbliche relazioni e saper usare i messaggi chiave del Rotary.

Elementi di pubbliche relazioni

Un'attività di pubbliche relazioni efficace richiede tempo, impegno e organizzazione. Prima dell'inizio dell'anno rotariano, la commissione deve preparare un piano d'azione in cui si identificano i progetti e le iniziative da promuovere.

Pubblico. Per presentare alla comunità un'immagine positiva del Rotary è necessario adattare i messaggi sia al pubblico a cui ci si rivolge, sia ai progetti che il club intende realizzare. Raggiungere il pubblico giusto è fondamentale per il successo di questi progetti. Il pubblico può essere costituito da:

- Beneficiari dei progetti d'azione del Rotary
- Studenti e docenti
- Autorità locali
- Media specializzati in aree quali istruzione, alfabetizzazione, acqua o salute
- Organizzazioni non governative senza scopo di lucro
- Imprenditori e autorità civili
- Altre organizzazioni locali
- Emittenti televisive, stazioni radio, stampa, giornali online, blogger e giornalisti.

Materiali promozionali già pronti possono essere visualizzati e scaricati dall'indirizzo www.rotary.org/media-center.

Media. Data la concorrenza agguerrita per ottenere visibilità nei media, è indispensabile trovare soluzioni creative con cui promuovere il club e prendere in considerazione tutti i tipi di media disponibili.

Per “media” s'intendono i mezzi di comunicazione tradizionali come la televisione, i giornali e le agenzie di stampa; le pubblicazioni online, come i blog; e i media sociali e le pubblicazioni di altre organizzazioni. Altri media da tenere presenti sono:

- Pubblicazioni e stazioni radio locali;
- Pubblicità per esterni (compresi gli annunci da affiggere sui mezzi di trasporto e nelle stazioni);
- Riviste di settore;
- Canali di accesso pubblico;
- Bollettini aziendali o di organizzazioni non governative.

Comunicati stampa. Il comunicato stampa è una dichiarazione rilasciata ai media per avvisare la comunità di un determinato evento; il testo del comunicato viene spesso usato dai giornalisti come base per la stesura di un articolo. Un comunicato stampa efficace risponde alle cinque domande fondamentali: chi, cosa, dove, come e perché. Il testo deve essere obiettivo e conciso (non più lungo di una pagina).

Nell'inviare un comunicato stampa è consigliabile:

- Inserirlo nel testo dell'email piuttosto che in allegato, per evitare che il messaggio finisca nella cartella Spam del mittente;

- Nella riga dell'oggetto, scrivere il tema del comunicato invece di un generico "comunicato stampa";
- Cercare il nome di un referente invece di scrivere a un indirizzo generico.

Schede informative. Si tratta di opuscoli preparati in modo schematico con i dati essenziali sul Rotary International, la sua storia, gli obiettivi e i progetti prioritari. Possono essere usate all'interno del club per informare i soci e i candidati all'affiliazione, e all'esterno per presentare ai media un quadro generale del Rotary e sensibilizzare il pubblico sulle attività svolte. Le schede sono disponibili sul sito www.rotary.org/it (v. Schede informative).

Effettivo e immagine pubblica

Lo sviluppo dell'effettivo e l'immagine pubblica del Rotary sono due elementi profondamente connessi l'uno all'altro. Una campagna promozionale ben fatta desterà interesse nell'associazione e spingerà molti ad accettare l'invito a diventare Rotariani.

Tra i vari canali a vostra disposizione, da non trascurare è l'aiuto dei soci del club nel far conoscere il Rotary.

Promozione di un'immagine positiva del Rotary. In collaborazione con la commissione per l'effettivo riflettete sugli aspetti che possono attrarre i nuovi soci, stabilite quali sono i media più adatti a raggiungerli e pianificate attività comuni di reclutamento.

La vostra commissione deve considerare le seguenti strategie:

- Promuovere il lavoro svolto dal Rotary per i giovani;
- Sottolineare le opportunità di volontariato, networking professionale e amicizia offerte dall'associazione;
- Pubblicizzare le attività del club su periodici aziendali e di settore;
- Dedicare una sezione del sito web del club ai non Rotariani e invitare altre organizzazioni locali a creare collegamenti con questa pagina nei loro siti web.

Tenete presente che un'immagine pubblica positiva contribuisce non solo allo sviluppo ma anche alla conservazione dell'effettivo.

Iniziative che fanno notizia. Riflettete sul tipo di attività che potrebbero suscitare interesse in ambito locale e collaborate in tal senso con le commissioni amministrazione e progetti. Rientrano in questa categoria:

- Progetti d'azione che fanno fronte ad un bisogno della comunità o che si inseriscono in un tema di attualità;
- Progetti d'azione internazionale sostenuti dal club o da alcuni soci;
- Progetti che coinvolgono i giovani del posto o un membro noto della comunità;
- La presenza di un relatore di spicco a una riunione di club;

- Relazioni tenute dai partecipanti ai programmi della Fondazione Rotary sulle loro esperienze a contatto con culture diverse;
- Attività Interact e Rotaract;
- Anniversari di programmi o club locali;
- Attività con una forte componente visiva;
- Iniziative e progetti innovativi.

Partecipazione dei soci. Tutti i soci possono contribuire alle vostre iniziative per l'immagine pubblica. Assicuratevi che conoscano a fondo l'organizzazione e i suoi programmi e invitateli a parlare dell'opera e dei valori rotariani tra le proprie conoscenze personali e professionali.

Messaggi chiave del Rotary

Uno dei modi più efficaci per promuovere il Rotary è parlare del club e dell'organizzazione, ad esempio durante iniziative collegate ai progetti d'azione e in altre occasioni alle quali potranno essere presenti anche non Rotariani. Preparatevi una serie di spiegazioni concise sul Rotary e sul vostro club rivolte ai media.

Siate pronti a rispondere alle seguenti domande in meno di un minuto:

- Che cos'è il Rotary?
- Chi sono i Rotariani?
- Che cosa fa il Rotary?

Date risposte positive, concrete, specifiche e brevi, evitando di usare la terminologia rotariana che potrebbe non essere capita dal pubblico. Per i discorsi più formali o di maggiore rilevanza può essere utile osservare le seguenti indicazioni:

- Adattare il messaggio al pubblico a cui ci si rivolge;
- Preparare una scaletta degli argomenti da trattare;
- Esercitarsi cronometrando la durata del discorso.

Il seguente è un elenco dei più importanti concetti rotariani da utilizzare nel materiale elaborato per le pubbliche relazioni.

Il Rotary è una delle maggiori associazioni internazionali di servizio umanitario.

- I Rotariani sono imprenditori e professionisti dediti con compassione e competenza a migliorare le comunità a livello locale e nel mondo.
- Il Rotary è costituito da una rete globale di oltre 34.000 club i cui soci si impegnano con entusiasmo nelle cause sociali al fine di migliorare la qualità della vita degli individui e delle comunità.
- Il nostro successo si vede nei milioni di persone che hanno beneficiato dell'opera umanitaria svolta grazie al Rotary.

Alla pagina "Rotary Minute" del sito www.rotary.org/it si possono vedere i video di alcuni soci che si esprimono sul Rotary nel giro di un minuto.

La missione prioritaria del Rotary è l'eradicazione della polio.

- Grazie al Rotary e alla sua collaborazione con l'OMS, l'UNICEF, la Fondazione Bill & Melinda Gates e i governi di numerosi Paesi, la poliomielite sta per essere sconfitta. Sarebbe la seconda volta nella storia dell'umanità – dopo il vaiolo – che si riesce a debellare una malattia. I casi di polio hanno registrato una riduzione del 99% dal 1985.
- I soci del Rotary hanno donato più di 1 miliardo di dollari e un numero incalcolabile di ore di volontariato per immunizzare oltre 2 miliardi di bambini in 122 Paesi.
- Oltre 200 milioni di dollari sono stati raccolti dal Rotary in risposta ai 355 milioni di dollari donati dalla Fondazione Bill & Melinda Gates.

Il Rotary è tra le organizzazioni più impegnate nell'affrontare i maggiori problemi umanitari.

- Tra le principali aree d'intervento dell'organizzazione vi sono la salute materna e infantile, l'acqua e le strutture igienico-sanitarie, l'alfabetizzazione e l'educazione di base e la prevenzione e cura delle malattie.
- Grazie al suo approccio, basato sul modello imprenditoriale e orientato agli obiettivi, il Rotary ha attirato l'attenzione di altre organizzazioni che ora collaborano con noi per risolvere queste priorità umanitarie.

Il Rotary investe nelle persone per generare una crescita economica sostenibile.

- Il Rotary sostiene la microimprenditoria e aiuta i giovani e le donne ad affacciarsi al mondo del lavoro.
- I Rotariani aiutano le comunità incoraggiando iniziative finalizzate ad uno sviluppo economico sostenibile.

Il Rotary promuove la pace e la comprensione tra i popoli attraverso i propri programmi educativi.

- I Centri rotariani di studi internazionali sulla pace e sulla risoluzione dei conflitti offrono ogni anno programmi di specializzazione e certificati professionali a oltre 110 candidati presso sette Università internazionali.
- Oltre 600 ex borsisti del Rotary occupano oggi posizioni con potere decisionale presso governi e organizzazioni di tutto il mondo.
- Il programma rotariano Scambio giovani, diffuso in oltre 100 Paesi, promuove la comprensione internazionale dando a 8.500 studenti liceali all'anno la possibilità di studiare e vivere all'estero.

2

Il presidente della commissione



Prima dell'inizio del nuovo anno rotariano dovrete familiarizzarvi con le mansioni che spetteranno a voi e alla vostra commissione nei confronti dei soci e degli altri dirigenti del club, del distretto e del Rotary International. Oltre a partecipare alle sessioni di formazione dell'assemblea distrettuale dovrete:

- Incontrarvi con il presidente uscente della commissione;
- Leggere il regolamento del club per familiarizzarvi con norme e procedure;
- Esaminare il piano strategico del club e stabilire gli obiettivi annuali della commissione che aiutino a realizzarlo;
- Insieme al presidente eletto, scegliere eventuali nuovi membri della commissione e prepararla all'incarico;
- Istituire le necessarie sottocommissioni (relazioni con i media, pubblicità/marketing, eventi speciali);
- Riflettere sulle attività che potrebbero aiutare il club a migliorare la propria immagine pubblica e attrarre soci qualificati;
- Mettere a punto un piano di comunicazione per il nuovo anno;
- Chiarire quali siano le altre responsabilità affidate dal club alla vostra commissione.

Preparatevi all'assemblea distrettuale rispondendo alle domande alla fine del manuale.

La preparazione è essenziale perché il nuovo anno sia produttivo. Durante l'anno d'incarico dovrete:

- Gestire il bilancio della commissione;
- Collaborare con le altre commissioni del club e con la commissione distrettuale competente allo svolgimento di attività e iniziative multiclub;
- Pianificare e condurre le riunioni e le altre attività della commissione;
- Mantenere costantemente informati il presidente, il consiglio direttivo e l'intero club sulle attività della commissione e i progressi ottenuti.

La commissione

Spetta a voi, insieme al presidente eletto, scegliere i membri della commissione in caso vi siano posti vacanti e organizzare delle riunioni di pianificazione prima dell'inizio dell'anno. Per garantire la continuità amministrativa i componenti delle commissioni devono rimanere in carica per tre anni. Nella scelta dei membri della commissione, tenete presenti le seguenti caratteristiche:

- Esperienza professionale nel settore dei media;
- Buone capacità oratorie, facilità di scrittura, conoscenza della fotografia;
- Familiarità con i siti di networking sociale;
- Esperienza nella creazione di siti web;
- Considerevole esperienza maturata nel volontariato.

Assegnate incarichi e deleghe in base alle aree di competenza dei membri della commissione e aiutateli a prepararsi al nuovo anno rotariano:

- Informatele sulle attività della commissione in relazione al piano strategico del club;
- Affiancate ai membri entranti quelli più esperti;
- Incoraggiate la collaborazione con le commissioni di altri club (le informazioni di contatto si trovano nell'elenco distrettuale);
- Illustrate le risorse disponibili;
- Fornite l'elenco delle riunioni e degli eventi distrettuali.

I club hanno a disposizione diversi strumenti per la pianificazione tra cui il Piano direttivo di club. Sviluppo di un club dinamico e la Guida alla pianificazione strategica.

Definizione degli obiettivi

Come presidente della commissione dovrete fare in modo che i suoi obiettivi annuali siano di sostegno al piano strategico del club. Comincerete a delineare gli obiettivi durante l'Assemblea distrettuale, insieme al presidente eletto e ad altri dirigenti entranti del club. Il RI sta sviluppando un programma online che consentirà ai club di comunicare alla sede centrale i loro obiettivi tramite l'Area soci.

Obiettivi efficaci. Gli obiettivi annuali devono rispecchiare gli interessi del club, rientrare nelle competenze della commissione ed essere condivisi, misurabili, ambiziosi, raggiungibili e limitati nel tempo.

Piano d'azione. Il piano, che dovrete preparare con i membri della vostra commissione in collaborazione con gli altri dirigenti del club, deve stabilire gli elementi necessari per raggiungere ogni obiettivo, tra cui:

- Le scadenze precise per la realizzazione di ogni fase;
- I responsabili dell'implementazione delle varie fasi;
- I criteri con cui misurare i progressi ottenuti;
- Le risorse necessarie tra quelle messe a disposizione dal club, dal distretto e dal RI;
- Le informazioni e le risorse umane e finanziarie necessarie prima di procedere alla fase operativa;
- I criteri (e gli eventuali dati di riferimento) con cui misurare i risultati ottenuti.

Valutate periodicamente gli obiettivi prefissati per verificarne i progressi e, se occorre, modificarli.

Motivazione. Tra i vostri compiti ci sarà quello di mantenere alto l'impegno della commissione. Sono forti motivatori ideali:

- La convinzione che il raggiungimento degli obiettivi comporterà dei benefici;
- La convinzione che l'obiettivo sia raggiungibile e che il progetto avrà successo;
- La possibilità di stringere nuove amicizie e relazioni professionali;
- L'assegnazione degli incarichi in base alle competenze dei soci;
- Il riconoscimento degli sforzi profusi e del tempo dedicato al raggiungimento degli obiettivi.

Questi elementi contribuiscono a mantenere elevato l'impegno dei soci verso il Rotary e a incoraggiarne la partecipazione alla vita del club.

Bilancio

Prima del 1° luglio, con l'aiuto della commissione e del tesoriere uscenti, dovrete accertarvi che i fondi necessari alla vostra commissione siano inclusi nel bilancio preventivo del club. Controllate anche che nel budget siano incluse le attività di raccolta fondi previste.

Spetta al presidente della commissione verificare, nel corso dell'anno, le voci di spesa e mantenersi sempre informato sulla situazione finanziaria della commissione. Consultatevi regolarmente con il tesoriere di club in modo da poter adottare eventuali misure correttive non appena dovessero emergere dei problemi.

Comunicazione

Prima dell'inizio del vostro incarico, delineate un piano di comunicazione con i seguenti dirigenti di club:

- **I membri della vostra commissione:** la commissione deve riunirsi con regolarità per determinare le risorse disponibili, discutere dei progetti in atto e di nuove iniziative, e definire strategie che consentano di raggiungere i propri obiettivi e quelli del club.
- **Il club:** dovrete riferire al presidente del club, al consiglio direttivo e ai soci in merito a tutte le attività intraprese dalla commissione.
- **Altre commissioni:** spesso l'azione di una commissione incide sulle attività di un'altra. In particolare la commissione per le pubbliche relazioni deve collaborare da vicino con:
 - La commissione progetti, per tenersi al corrente sui progetti che potrebbero destare interesse nei media;
 - La commissione per l'effettivo, per collaborare alle attività di reclutamento;
 - La commissione Fondazione Rotary, per mantenersi aggiornati sulle sovvenzioni ricevute dal club;
 - La commissione per l'amministrazione, per informarsi sui nomi dei relatori alle riunioni di club ed eventualmente avvisarne i media; e per collaborare alla progettazione del sito web.
- **Il distretto:** se la commissione avesse bisogno di consulenze o informazioni, contattate il presidente della commissione distrettuale di pertinenza o l'assistente del governatore.
- **La regione:** il Coordinatore Immagine pubblica del Rotary potrà assistervi per qualsiasi questione in merito alle pubbliche relazioni (gli indirizzi dei coordinatori sono disponibili sul sito www.rotary.org/it).

3

Risorse



Le risorse a disposizione della vostra commissione possono essere scaricate gratuitamente dal sito www.rotary.org/it, ordinate online (shop.rotary.org) o via e-mail (shop.rotary@rotary.org) oppure richieste all'ufficio internazionale di competenza.

- [*Effective Public Relations: A Guide for Rotary Clubs*](#) (257-EN) – Suggestioni e strumenti per aiutare i club a suscitare l'interesse del pubblico e di professionisti interessati all'affiliazione.
- www.rotary.org/it – Sul sito web del RI si trovano esempi di comunicati stampa, suggerimenti su come trattare con i media e annunci di pubblicità sociale.
- Rotary Media Center (www.rotary.org/mediacenter) – Contenuti multimediali scaricabili, tra cui video di qualità professionale, immagini ad alta risoluzione, annunci radio e collegamenti alle pagine del Rotary nei social media; da condividere con i Rotariani e i media locali.
- [*Rapporti con i media nelle situazioni di crisi*](#) (515-IT) – Opuscolo con informazioni per i club e i distretti su come trattare in maniera efficiente con i media in caso di eventi inaspettati.

- *The Rotarian* e le riviste regionali – *The Rotarian* è la rivista mensile ufficiale del RI, in lingua inglese, in cui vengono riportate informazioni sui progetti distrettuali e di club, le decisioni del Consiglio centrale e le riunioni del RI. Esistono inoltre 30 riviste rotariane regionali ufficiali, in 24 lingue, rivolte ai Rotariani di tutto il mondo.
- [Che cos'è il Rotary](#) (001-IT) – Opuscolo illustrato a colori che offre una breve panoramica del Rotary per i potenziali nuovi soci e il pubblico in generale.
- [RI Visual Identity Guide](#) (547-EN) – Manuale di riferimento per la progettazione grafica delle pubblicazioni rotariane a tutti i livelli e l'uso corretto dei marchi Rotary.
- [Che cos'è il Rotary?](#) (419-IT) – Biglietto in formato tascabile con risposte alle domande più frequenti sull'organizzazione.
- *Rotary PR Tips* (in inglese) – Bollettino elettronico bimensile con spunti per i club e i distretti su come promuovere localmente il Rotary. Ci si può abbonare online alla pagina rotary.org/newsletters.

Risorse umane

Le informazioni di contatto dei dirigenti e dello staff sono pubblicate nell'*Official Directory*, disponibile all'indirizzo www.rotary.org/it o tramite il governatore distrettuale.

- Assistente del governatore – Rotariano nominato dal governatore per assisterlo nell'amministrazione dei club; visiterà il vostro club ogni tre mesi ed è a vostra disposizione per assistenza o chiarimenti.
- Governatore distrettuale – dirigente del RI; può suggerirvi strategie volte a rendere più efficace l'operato del club.
- Commissione distrettuale per le pubbliche relazioni – offre assistenza ai club impegnati in iniziative di pubbliche relazioni.
- Altri presidenti di commissione nel vostro distretto – dirigenti rotariani a livello di club che potrebbero assistervi con i progetti e le iniziative del vostro club.
- Past presidenti di commissione e past dirigenti di club – Rotariani che potranno consigliarvi con la loro esperienza e a cui potrete assegnare il compito di coordinare alcune attività della commissione.
- Coordinatori Immagine pubblica del Rotary – Rotariani nominati dal presidente internazionale per assistere i club e i distretti a promuovere i loro progetti e a far conoscere al pubblico, tramite i media, il Rotary e il suo operato.
- Contact Center – ufficio informazioni, raggiungibile via e-mail (contact.center@rotary.org) o numero verde (dagli Stati Uniti e dal Canada: 866-9-ROTARY o 866-976-8279). I Rotariani residenti in tutti gli altri Paesi devono rivolgersi agli uffici internazionali di competenza.

Domande in preparazione all'assemblea distrettuale

Preparatevi a rispondere alle seguenti domande consultandovi con i dirigenti di club uscenti ed entranti.

Qual è il ruolo della commissione di club per le pubbliche relazioni? Quali sono le responsabilità del presidente di commissione?

Che cosa potrà fare la vostra commissione per sostenere il piano strategico del club?

Che cosa dovrete fare per promuovere il Rotary tra i potenziali soci? Con chi dovrete collaborare per promuovere il club?

Quali nuovi media potrebbero essere usati a questo scopo?

Come intendete guidare la commissione nello svolgimento delle sue mansioni?

Quali sono gli obiettivi annuali e a lungo termine della commissione?

Scheda 2. Obiettivi

Utilizzate questa scheda per definire un obiettivo a lungo termine per il club, nonché degli obiettivi annuali, da realizzarsi nei prossimi tre anni, che serviranno al raggiungimento dell'obiettivo a lungo termine. Gli obiettivi devono essere:

Condivisi. I responsabili dell'attuazione di un obiettivo devono poter partecipare anche alla fase di pianificazione.

Misurabili. Un obiettivo deve costituire un punto di riferimento chiaro e concreto.

Ambiziosi. L'obiettivo deve essere abbastanza ambizioso da superare nelle intenzioni i risultati conseguiti in passato dal club.

Raggiungibili. I Rotariani devono essere in grado di raggiungere l'obiettivo con le risorse a loro disposizione.

Limitati nel tempo. Un obiettivo deve avere una scadenza.

Obiettivo a lungo termine (da raggiungere fra tre anni):

Obiettivo annuale – primo anno:

Obiettivo annuale – secondo anno:

Obiettivo annuale – terzo anno:

Scheda 3. Piano d'azione

Nello spazio sottostante trascrivete uno degli obiettivi annuali che avete descritto nella scheda Obiettivi. Quindi stabilite i passi necessari per la sua realizzazione.

Obiettivo annuale:

Forma d'intervento	Responsabili dell'implementazione	Scadenze	Criteri di valutazione dei progressi ottenuti	Risorse disponibili
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Risorse necessarie:

Scheda 4. Commissione per le pubbliche relazioni – Casi studio

Leggete i casi studio riportati di seguito e per ognuno stendete un piano dettagliato, utilizzando la tabella nella pagina seguente:

Caso studio 1

Il tuo primo anno d'incarico come presidente è cominciato da poco. Hai invitato un'emittente locale a visitare la località in cui il tuo club sta allestendo una nuova scuola e ti sei accorto che il Rotariano intervistato dalla giornalista le ha dato delle notizie sbagliate.

Che cosa devi fare?

Caso studio 2

Il presidente del club e il presidente della commissione per l'effettivo ritengono entrambi che il club abbia bisogno di rafforzare la propria presenza online, con un maggior uso dei social media e con collegamenti ai siti web di altri club.

Che cosa devi fare per seguire il loro suggerimento?

Caso studio 3

Gli organizzatori di un evento benefico a favore di una scuola ti hanno invitato a parlare del tuo club e dei progetti d'azione che sta svolgendo nella comunità.

Come imposterai la tua relazione?

Caso studio 4

La percezione da parte della comunità è che il tuo club si riunisce solo una volta alla settimana per pranzo. Il tuo club è molto coinvolto nel sostegno della comunità.

Che cosa puoi fare per cambiare tale percezione?

Caso studio 5

I soci di un club Interact sponsorizzato da un altro Rotary club della tua zona stanno partecipando con entusiasmo a diverse iniziative di servizio, tra cui un progetto internazionale a sostegno di una nuova biblioteca. Ti hanno contattato per chiederti di aiutarli a promuovere questa iniziativa, per la quale stanno cercando di raccogliere donazioni in denaro ma anche libri.

Che cosa puoi fare per aiutarli?

Con chi dovrai collaborare?

Che tipi di media puoi contattare?

Oltre ai media, che cos'altro potrai fare per promuovere il loro progetto?

Caso studio – Piano d'azione

Forma d'intervento	Responsabili dell'implementazione	Scadenze	Criteri di valutazione dei progressi ottenuti	Risorse disponibili
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Quali aspetti esaminati durante questa esercitazione potrebbero riguardare il tuo club?

Risorse necessarie:

Scheda 5. Guida alla risoluzione dei problemi

Basandovi sulla *Guida alla pianificazione di club efficienti* e alla scheda compilata nella sessione 2 sviluppate una guida alla risoluzione dei problemi che sia adatta al vostro club. Analizzate gli obiettivi del club, cercate di prevedere i problemi che potrebbero ostacolarne la realizzazione e trovatevi delle possibili soluzioni.

	Obiettivo	Ostacolo	Soluzione
Amministrazione			
Effettivo			
Pubbliche relazioni			
Progetti d'azione			
Fondazione Rotary			
Altro			

Basta un semplice clic!



Accedi all'Area soci per

- **Seguire dei corsi per conoscere meglio il Rotary**
- **Aggiornare le informazioni del club e scaricare rapporti**
- **Visionare il rapporto semestrale del club (SAR) e pagare le quote di partecipazione**
- **Immettere gli obiettivi annuali di club e registrare i risultati conseguiti**

Accedere all'Area soci cliccando sul link in alto a destra della homepage del sito web del RI. Tutto ciò che riguarda le attività del Rotary è a portata di mano con un semplice clic del mouse.

www.rotary.org/it/memberaccess



ROTARY INTERNATIONAL®

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 USA

www.rotary.org