

Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni

Parte della *Cartella dei dirigenti di club*

ROTARY INTERNATIONAL®



Questa è l'edizione 2009 del *Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni*, ad uso delle commissioni di club per gli anni 2010-11, 2011-12 e 2012-13. Le informazioni contenute in questa pubblicazione si basano sullo statuto e sul regolamento tipo 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 precedenza sul contenuto di questa pubblicazione.

Indice

Introduzione	1
<hr/>	
1 Ruolo e responsabilità della commissione	3
Promuovere il club	4
Elementi di pubbliche relazioni	4
Effettivo e immagine pubblica	5
Messaggi chiave del Rotary	7
<hr/>	
2 Il presidente della commissione di club per le pubbliche relazioni	9
La commissione	10
Sottocommissioni	11
Definizione degli obiettivi	11
Bilancio	12
Comunicazione	13
<hr/>	
3 Risorse	15
Appendici	
<i>Guida alla pianificazione di club efficienti –</i>	
Pubbliche relazioni del club	18
Domande in preparazione all'assemblea distrettuale	19
Schede	
Riepilogo	20
Obiettivi	21
Piano d'azione	22
Commissione di club per le pubbliche relazioni – Caso studio	23

Introduzione

Questo manuale è stato elaborato per aiutarvi a definire gli obiettivi della commissione e a comprendere in che modo potrete contribuire al miglioramento dell'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. I riquadri intitolati “Nel mondo” riportano le consuetudini e le procedure adottate dai club di alcune zone, mentre i “Promemoria” presentano informazioni di carattere generale valide per tutti i club.

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 appendice troverete le pagine della *Guida alla pianificazione di club efficienti* rilevanti alla commissione e un elenco di domande utili per prepararsi all'assemblea distrettuale, seguito dalle schede da utilizzare all'assemblea.



Promemoria

I presidenti di commissione devono fotocopiare o ristampare il capitolo 1 di questo manuale e consegnarlo ai membri delle loro commissioni.

Questo manuale vi aiuterà a prepararvi al vostro incarico. Leggetelo prima di partecipare all'assemblea distrettuale, facendo particolare attenzione ai punti di discussione presentati nell'appendice 2, quindi portatelo con voi all'assemblea. Il manuale potrà esservi utile anche in seguito, come opera di consultazione durante il vostro mandato.

Secondo il Piano direttivo di club, la struttura amministrativa consigliata ai Rotary club prevede cinque commissioni permanenti:

- Amministrazione del club
- Effettivo
- Pubbliche relazioni
- Progetti
- Fondazione Rotary

Per ogni commissione esiste un manuale che ne descrive la composizione e le responsabilità, le risorse disponibili e altro materiale di supporto. Le sezioni del manuale che riguardano il lavoro della commissione devono

essere distribuite ai suoi membri. Il presente manuale fa parte della *Cartella dei dirigenti di club* (225-IT) ma è disponibile anche separatamente. Copie addizionali possono essere scaricate dal sito web del Rotary (www.rotary.org) o acquistate tramite il *Catalogo*.

Nell'assumere la presidenza della commissione dovrete tenere presente che il vostro club fa parte del Rotary International, ovvero di un'associazione di 33.000 club distribuiti in tutto il mondo che usufruiscono di servizi, risorse, pubblicazioni in nove lingue, informazioni online (tramite il sito www.rotary.org), sovvenzioni della Fondazione Rotary e assistenza da parte della sede centrale dell'organizzazione e dei suoi sette 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
E-mail: leadership.training@rotary.org
Tel.: +1 847 866 3000
Fax: +1 847 866 9446

Ruolo e responsabilità della commissione



Promemoria

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



Le pubbliche relazioni consentono di far conoscere al pubblico le attività del Rotary e 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 Rotary 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;
- Promuovere il Rotary e il club nella comunità;
- Collaborare con i soci per ottenere i massimi risultati con le risorse disponibili;
- Capire i fondamenti delle pubbliche relazioni che aiuteranno a promuovere il Rotary nella comunità;
- Conoscere i messaggi chiave del Rotary e saperli usare quando si parla in pubblico.



Promemoria

Può essere utile istituire delle sottocommissioni per facilitare il lavoro della commissione, 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.



Promemoria

Se dovessero diffondersi notizie sfavorevoli sul Rotary o sul club, la commissione deve riunirsi per decidere come affrontare la situazione. Per informazioni su come controbilanciare le immagini negative con interventi mirati consultare la pubblicazione *Media Crisis Handbook* (515).

Promuovere il club

Il compito principale della commissione è di far conoscere le iniziative e i progetti di servizio del club nel territorio, nonché il senso etico e i valori dell'organizzazione. Dato che il pubblico impara a conoscere il Rotary tramite i media e quello che si dice dell'organizzazione, la commissione svolge principalmente un lavoro di informazione diretto sia ai soci che ai media.

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

- Sponsorizzare eventi speciali come maratone, iniziative a favore dell'ambiente o raccolte di fondi;
- Organizzare esposizioni da mostrare localmente;
- Reclamizzare i progetti del club e altri eventi su giornali o riviste, tabelioni, mezzi di trasporto pubblici, negli aeroporti e nelle stazioni;
- Incoraggiare i Rotariani a indossare il distintivo del Rotary;
- Pubblicare informazioni sul Rotary su forum online, calendari di eventi, siti di networking sociale e siti web del club o di altre organizzazioni.

Prima dell'inizio dell'anno rotariano la commissione deve incontrarsi per trovare altre idee e proposte e stendere il piano d'azione da implementare nel corso dell'anno. Perché il lavoro della commissione abbia successo è indispensabile collaborare con gli altri Rotariani, avere un'idea chiara degli elementi essenziali del lavoro di pubbliche relazioni, e saper usare adeguatamente i messaggi chiave del Rotary.

Elementi di pubbliche relazioni

Un'attività di pubbliche relazioni efficace richiede tempo, impegno e organizzazione. Durante l'elaborazione del piano d'azione, prima dell'inizio dell'anno rotariano, la commissione deve considerare le strategie e gli strumenti disponibili, i progetti e le iniziative da promuovere e il tipo di pubblico a cui dovrà rivolgersi.

Pubblico. Per promuovere un'immagine positiva del Rotary nella comunità bisogna diversificare i messaggi in base al pubblico a cui sono rivolti, che può essere costituito da:

- Beneficiari dei progetti di servizio del Rotary
- Studenti e docenti
- Autorità locali
- Organizzazioni non governative e non lucrative
- Imprenditori
- Personalità di rilievo nel mondo culturale o civile
- Organizzazioni civiche
- Media (giornali, radio, televisione, Internet)
- Media specializzati in argomenti particolari, come l'istruzione o la salute



Nel mondo

Annunci sui programmi del Rotary per la pace sono stati esposti per due mesi sul lunotto di 1.000 taxi giapponesi.



Nel mondo

Cartelloni pubblicitari con la campagna L'umanità in movimento sono stati esposti lungo grandi arterie in Nuova Zelanda e in alcune stazioni ferroviarie in Argentina. Gli spazi pubblicitari sono stati acquistati grazie a una sovvenzione del RI e a donazioni da parte di venditori autorizzati del RI.



Promemoria

Esempi di comunicati stampa e lettere al direttore sono disponibili nel sito www.rotary.org



Nel mondo

I club di Rochester (New York) e Toronto (Canada) hanno sponsorizzato diverse raccolte fondi per commemorare il viaggio inaugurale dello *Spirit of Ontario*. L'avvenimento, descritto ampiamente nel giornale locale, ha suscitato l'interesse di numerosi aspiranti soci che si sono messi in contatto con i due club.

Le attività di promozione devono essere mirate al pubblico a cui ci si vuole rivolgere, il cui contributo potrebbe essere fondamentale alle iniziative e ai progetti svolti dai club.

Media. La promozione del Rotary può avvenire attraverso diversi tipi di media, tra cui:

- Televisione
- Quotidiani
- Internet, compresi i blog e i siti di networking sociale
- Agenzie di stampa internazionali
- Pubblicazioni di organizzazioni e istituti
- Pubblicazioni online
- Pubblicazioni di settore
- Programmi di accesso pubblico
- Programmi e talk show radiofonici
- Bollettini aziendali
- Pubblicità per esterni

Dato che la concorrenza per ottenere spazi pubblicitari è agguerrita, è essenziale cercare le soluzioni più adatte alla promozione del Rotary e al tipo di pubblico a cui ci si vuole rivolgere.

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 di una pagina di lunghezza).

Schede informative. Contengono informazioni essenziali sul Rotary International, la sua storia, gli obiettivi e i progetti prioritari. Possono essere usate nel club per informare i soci e i candidati all'affiliazione, e all'esterno per dare ai media un quadro generale del Rotary, informare il pubblico delle attività svolte e rafforzare la percezione del Rotary nella comunità. Può essere utile distribuirne una copia ai media ogni volta che dovete fare un annuncio. Le schede sono disponibili sul sito www.rotary.org.

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 ben fatta per l'immagine pubblica del Rotary desterà l'interesse del pubblico 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 nelle seguenti attività:



Nel mondo

Un club in Uganda ha reclutato nove nuovi soci in un anno grazie a una campagna pubblicitaria di successo sponsorizzata con una sovvenzione del RI. Gli annunci, trasmessi alla radio e alla televisione, invitavano gli ascoltatori a mettersi in contatto con uno speciale sito web. Un'iniziativa analoga svolta negli Stati Uniti ha portato al Rotary 30 nuovi soci.



Nel mondo

Un club svedese ha condotto una campagna pubblicitaria di tre mesi in occasione del suo cinquantesimo anniversario presentando al pubblico la sua storia e il suo lavoro umanitario. Gli annunci sono stati esposti in biblioteca, sul quotidiano locale, in alcune banche, nell'ufficio del turismo e in edifici della pubblica amministrazione.



Nel mondo

A Mangalore (India) circa 20 milioni di persone hanno potuto vedere i cinque cartelloni pubblicitari sull'eradicazione della polio esposti per sei mesi all'ingresso della città. Sui cartelloni erano stampati gli indirizzi a cui rivolgersi per informazioni.

Promozione di un'immagine positiva del Rotary. In collaborazione con la commissione per l'effettivo riflettete sugli aspetti che possono attrarre nuovi soci, quindi stabilite i media più adatti a raggiungerli. Pianificate attività comuni di reclutamento tramite le pubbliche relazioni, ricordandovi che un'immagine pubblica positiva contribuisce non solo allo sviluppo ma anche alla conservazione dell'effettivo.

Strategie di reclutamento che rientrano tra le competenze della commissione per le pubbliche relazioni:

- Promuovere il lavoro del Rotary con e per i giovani;
- Sottolineare le opportunità di volontariato e networking professionale 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 le associazioni non lucrative presenti nella comunità a stabilire un collegamento con questa pagina nei loro siti web.

Strategie di conservazione:

- Fare in modo che i Rotariani possano intervenire come relatori a eventi organizzati nelle comunità o nelle scuole;
- Aggiornare i soci sulle occasioni di copertura mediale ricevute dal club e dai suoi progetti.

Attività ed eventi del club che fanno notizia. Riflettete sul tipo di attività e di eventi che potrebbero interessare alla vostra comunità, quindi collaborate con le commissioni amministrazione e progetti per programmare riunioni settimanali e progetti di servizio che potrebbero richiamare l'attenzione dei media. Ad esempio:

- Progetti di club che rispondono a un'esigenza della comunità o riflettono un filone di notizie più ampio;
- I progetti di azione internazionale sostenuti da un club o da un volontario di un club locale;
- I progetti che coinvolgono i giovani del posto o un membro noto della comunità;
- La presenza di un relatore importante a una riunione di club;
- Il resoconto dell'esperienza a contatto con una cultura diversa da parte di un partecipante ai programmi del RI o della Fondazione Rotary;
- Attività Interact e Rotaract;
- Anniversari di programmi o club locali;
- Storie con una forte componente visiva.

Collaborazione con i Rotariani. Tutti i soci possono contribuire al vostro impegno per le pubbliche relazioni facendo conoscere tra il pubblico non rotariano le attività e i progetti del Rotary e del club. Per poterlo fare, tuttavia, devono essere pienamente informati sullo Scopo del Rotary e sulle attività e i programmi promossi dall'associazione. Invitateli a diffondere l'opera e i valori del Rotary tra le proprie conoscenze personali e professionali.

Messaggi chiave del Rotary

Uno dei modi più efficaci per promuovere il Rotary è parlare del proprio club e dell'organizzazione. A questo scopo può essere utile preparare una serie di spiegazioni concise.

Preparatevi a rispondere alle seguenti domande in meno di un minuto:

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

Per essere efficaci le risposte devono essere costruttive, concrete, specifiche e brevi. Di seguito è riportato un elenco dei principali messaggi sul Rotary da utilizzare nel materiale elaborato per le pubbliche relazioni.

Il Rotary è una delle più grandi e prestigiose organizzazioni umanitarie internazionali.

- I Rotariani nel mondo sono 1,2 milioni, distribuiti in 33.000 club, in oltre 200 Paesi o aree geografiche.
- Dal 1905 i Rotariani prestano servizio di volontariato nelle comunità bisognose di tutto il mondo.

Il Rotary è una rete globale di professionisti, imprenditori e personaggi di spicco delle comunità.

- Tramite il volontariato i soci del Rotary, uomini e donne, instaurano rapporti di amicizia e cordialità a livello personale e professionale.
- La partecipazione a progetti di servizio internazionali consente ai soci di stringere amicizia con persone di tutto il mondo.

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

- Il Rotary sponsorizza e finanzia il più vasto programma di borse di studio internazionale. Dal 1947 a oggi il Rotary ha sponsorizzato gli studi di 38.000 studenti provenienti da 100 Paesi, con una spesa complessiva di 500 milioni di dollari. Attraverso lo studio all'estero questi giovani hanno acquisito le capacità necessarie per aiutare le loro comunità.
- I Rotary club promuovono la pace sostenendo ogni anno migliaia di progetti umanitari che cercano di affrontare le cause alla base dei conflitti: fame, povertà, malattie e analfabetismo.

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

- Dal 1985 i soci del Rotary hanno contribuito finanziariamente e con il volontariato a immunizzare più di due miliardi di bambini in 122 Paesi.
- A oggi il Rotary ha donato più di 800 milioni di dollari e migliaia di ore di volontariato alla lotta contro la polio.

Il Rotary e i suoi partner hanno contribuito a ridurre del 99% i casi di polio nel mondo.

- Nel 2008 si sono registrati 2.000 casi di polio, rispetto ai 350.000 casi del 1988.
- La polio rimane endemica in quattro Paesi soltanto: Afghanistan, India, Nigeria e Pakistan.

Altri messaggi chiave sono disponibili sul sito www.rotary.org.

Il presidente della commissione di club per le pubbliche relazioni



Prima dell'inizio del nuovo anno rotariano familiarizzatevi 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. A tal fine potrebbe essere utile affiancare per qualche tempo il presidente uscente della commissione. Cominciate a rispondere alle seguenti domande:

- Che responsabilità spettano al presidente di commissione?
- Come intendete aiutare la commissione nello svolgimento delle sue mansioni?
- Quali sono gli obiettivi annuali e a lungo termine della commissione?
- Quali attività dovrebbe intraprendere il club per migliorare la propria immagine pubblica e attrarre nuovi soci qualificati?
- Che cosa dovrete fare per informare la comunità sul Rotary International e sul vostro club?



Promemoria

Rispondete alle domande elencate nell'appendice 2 e parlatene con i colleghi di altri club all'assemblea distrettuale.

Prima di assumere l'incarico:

- Leggete con attenzione questo manuale;
- Rileggete il regolamento del club per familiarizzarvi con norme e procedure;
- Insieme al presidente eletto scegliete i membri della vostra commissione;
- Aiutate i membri della commissione a prepararsi al loro incarico;
- Create delle sottocommissioni, se necessario;

- Definite gli obiettivi della commissione, finalizzati a conseguire gli obiettivi di pubbliche relazioni del club;
- Mettete a punto un piano di comunicazione per il nuovo anno;
- Insieme al presidente eletto definite gli obiettivi a lungo termine e annuali del club;

Durante il vostro mandato:

- Gestite il bilancio della commissione;
- Collaborate con le altre commissioni del club e con la commissione distrettuale competente allo svolgimento di attività e iniziative multi-club;
- Pianificate e conducete le riunioni e le altre attività della commissione;
- Mantenete costantemente informati il presidente, il consiglio direttivo e l'intero club sulle attività della commissione e sui progressi conseguiti.

Informatevi dal vostro predecessore sulle altre attività svolte dalla commissione e aggiungetele all'elenco. Di seguito sono descritte le principali responsabilità di vostra competenza.



Promemoria

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

La commissione

Spetterà 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. I candidati ideali, oltre a possedere spiccate doti comunicative, dovrebbero avere le seguenti caratteristiche:

- Esperienza professionale nei media o nelle pubbliche relazioni;
- Buone capacità oratorie, facilità di scrittura e conoscenza della fotografia;
- Esperienza nella creazione di siti web;
- Familiarità con i siti di networking sociale;
- Considerevole esperienza maturata nel volontariato.

Per aiutare i componenti della commissione a prepararsi all'incarico, dovrete:

- Informarli sul ruolo della commissione in relazione al piano strategico del club;
- Affiancare ai membri entranti quelli più esperti;
- Incoraggiare la collaborazione con le commissioni di altri club (le coordinate si trovano nell'elenco distrettuale);
- Illustrare tutte le risorse disponibili;
- Fornire ai membri della commissione l'elenco delle riunioni e delle attività svolte a livello distrettuale.



Nel mondo

La struttura delle commissioni può essere stabilita dal club secondo le proprie dimensioni e i propri obiettivi.



Promemoria

Tra gli strumenti per la pianificazione a disposizione del club vi sono *Il piano direttivo di club*, la *Guida alla pianificazione strategica* e la *Guida alla pianificazione di club efficienti*.

Sottocommissioni

A seconda degli obiettivi della commissione potrebbe essere utile creare le seguenti sottocommissioni (o altre sottocommissioni stabilite dal club):

- Relazioni con i media
- Pubblicità e marketing
- Eventi speciali

Nell'assegnare gli incarichi ai membri della commissione tenete presenti i loro interessi e le loro aree di competenza, responsabilizzateli in relazione all'incarico assunto e ringraziateli pubblicamente per il lavoro svolto.

Definizione degli obiettivi

Durante il vostro mandato dovrete far sì che gli obiettivi della commissione, fissati in base agli obiettivi annuali e a lungo termine del club, vengano realizzati. Cominciate a riflettere sul piano strategico del club e su che cosa possa fare la commissione per aiutare il club a concretizzare la propria visione. Tra gli strumenti per la pianificazione a disposizione del club vi sono *Il piano direttivo di club*, la *Guida alla pianificazione strategica* e la *Guida alla pianificazione di club efficienti*.

La *Guida alla pianificazione di club efficienti* consente ai presidenti eletti e alle commissioni di valutare la situazione del club e a definire obiettivi annuali che sostengano quelli a lungo termine. La guida dedica un capitolo a ogni commissione di club raccomandata dal RI, illustrando le strategie più utili nei settori di loro competenza. Comincerete a usare la guida durante l'assemblea distrettuale, insieme al vostro presidente eletto e agli altri dirigenti entranti del club; quindi nel corso dell'anno dovrete riesaminarne i fogli di lavoro per valutare i risultati raggiunti e, se è il caso, aggiornarli.

Obiettivi efficaci. Gli obiettivi scelti devono riflettere le capacità della commissione e gli interessi del club. Per questo motivo devono essere:

- **Condivisi:** i responsabili dell'attuazione di un obiettivo devono poter partecipare anche alla fase di pianificazione. Gli obiettivi devono essere definiti in concertazione con i dirigenti e i soci del club e con i dirigenti distrettuali.
- **Misurabili:** l'obiettivo deve essere un traguardo chiaro e concreto da perseguire.
- **Ambiziosi:** ogni obiettivo deve essere sufficientemente 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; mettete a confronto gli obiettivi che volete definire con quelli realizzati in passato dalla vostra commissione e dal club.
- **Limitati nel tempo:** ogni obiettivo deve avere una scadenza specifica.

Delineare un piano d'azione. Collaborate con i dirigenti del club e i membri della commissione alla stesura di un piano d'azione che stabilisca gli interventi necessari al raggiungimento degli obiettivi. In questa fase può essere utile:

- Stabilire scadenze precise per la realizzazione di ogni fase.
- Definire i responsabili della realizzazione di ogni fase.
- Stabilire i criteri con cui si dovranno valutare i risultati raggiunti.
- Valutare le risorse messe a disposizione dal club, dal distretto e dal RI a sostegno degli obiettivi.
- Assicurarvi di disporre di tutte le informazioni e le risorse umane e finanziarie necessarie prima di procedere alla fase operativa.
- Mettere a confronto il piano attuale con i risultati conseguiti in passato e apportare le modifiche necessarie.

Valutate periodicamente gli obiettivi prefissati, apportando i necessari cambiamenti, per accertarvi che ci sia un progresso costante verso il loro raggiungimento.

Motivazione. È importante tenere a mente che i Rotariani sono volontari e che agiscono in base a forti motivazioni ideali tra cui:

- La convinzione che il raggiungimento dell'obiettivo comporterà benefici per la comunità, il club, il distretto e il Rotary;
- Opportunità di socializzazione;
- Opportunità di creare contatti anche professionali;
- La convinzione che l'obiettivo sia raggiungibile e che il progetto avrà successo;
- Incarichi stimolanti o che richiedano competenze specifiche;
- Il riconoscimento degli sforzi profusi e del tempo dedicato al raggiungimento degli obiettivi.

Il ricorso a queste motivazioni può mantenere elevato l'impegno dei soci verso il Rotary e incoraggiarne la partecipazione alle attività del club.

Bilancio

Insieme alla vostra commissione e al tesoriere entrante dovrete determinare, prima del 1° luglio, i fondi di cui avrete bisogno per centrare gli obiettivi prefissati, includendo anche eventuali attività di raccolta fondi. Assicuratevi che le esigenze finanziarie della commissione siano incluse nel bilancio del club.

Il presidente della commissione deve gestirne il bilancio, verificando le voci di spesa e mantenendosi sempre informato sulla situazione finanziaria della commissione. Consultatevi regolarmente con il tesoriere di club; in questo modo sarete in grado di adottare eventuali misure correttive non appena dovessero emergere dei problemi.

Comunicazione

Prima dell'inizio del mandato, delineate un piano di comunicazione con gli altri dirigenti di club, prevedendo quando, come e con chi comunicherete, con particolare attenzione alla comunicazione con:

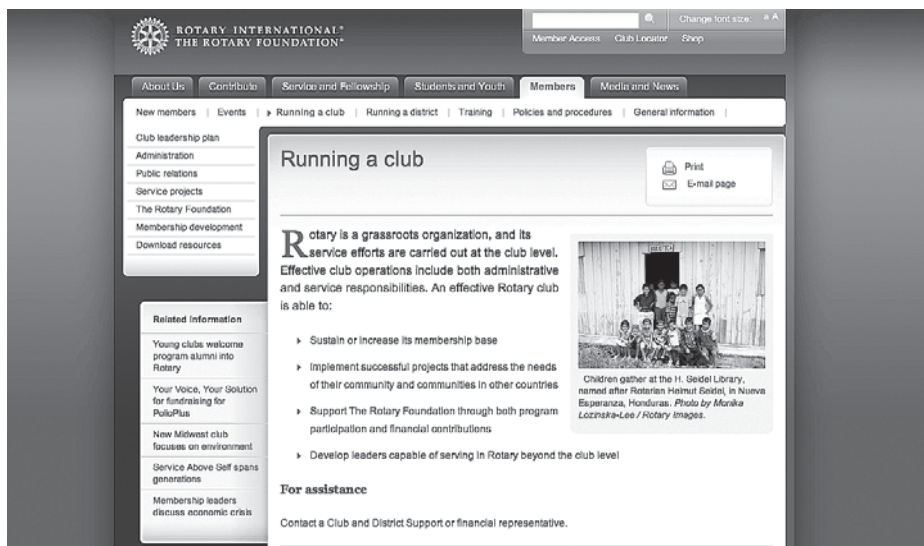
- **I membri della vostra commissione.** la commissione deve riunirsi con regolarità per determinare le risorse disponibili, discutere dei progetti in atto e di nuove iniziative, e definire strategie che consentano di raggiungere i propri obiettivi e quelli del club.
- **Il club:** dovrete riferire al 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; una comunicazione efficace faciliterà la cooperazione tra commissioni nel coordinamento di progetti e iniziative. In particolare la commissione di club per le pubbliche relazioni deve collaborare con le seguenti commissioni:
 - La commissione per i progetti di club, per tenersi al corrente sui progetti imminenti che potrebbero suscitare l'interesse dei media;
 - La commissione per l'effettivo, per predisporre azioni mirate rivolte ai soci potenziali nella comunità;
 - La commissione per la Fondazione Rotary, per essere al corrente dei progetti imminenti finanziati da sovvenzioni umanitarie e della visita di borsisti;
 - La commissione per l'amministrazione del club, per poter avvisare in anticipo i media dei relatori che parteciperanno alla riunione settimanale del club e per aggiornare il sito web in modo da richiamare l'attenzione dei media e del pubblico in generale.

Il distretto. se la commissione avesse bisogno di consulenze o informazioni, contattate il presidente della commissione distrettuale di pertinenza o l'assistente del governatore.



Promemoria

Le pubblicazioni del RI possono essere scaricate dal sito www.rotary.org/downloadlibrary, ordinate online (shop.rotary.org o shop.rotary@rotary.org) oppure richieste all'ufficio internazionale di competenza.



Risorse informative



Effective Public Relations: A Guide for Rotary Clubs (257-EN) –

Contiene suggerimenti e strumenti di base per aiutare i Rotariani a promuovere le attività del club.



Promemoria

Gli annunci possono essere scaricati direttamente dal sito www.rotary.org; una copia su disco può essere ordinata tramite il catalogo.

- Elenco distrettuale – elenco di dirigenti e attività distrettuali (se prodotto dal distretto);
- *Humanity in Motion V* (607-EN) – Set di quattro dischi con annunci radiotelevisivi, per la stampa e per la pubblicità per esterni ideati nel corso della campagna di sensibilizzazione sul Rotary. I filmati, di qualità professionale, possono essere usati a sostegno delle attività di reclutamento e della campagna End Polio Now.
- *Humanity in Motion IV* (612-IT) – Annunci di utilità sociale improntati sul tema dell'effettivo, preparati per diversi media tra cui radio, televisione, stampa e pubblicità per esterni. Insieme agli altri prodotti promozionali della campagna, come poster, cartoline, biglietti e supplementi per quotidiani, il kit rappresenta un modo efficiente e professionale per far conoscere il Rotary.

- *Humanity in Motion III: “Best of” Collection* (608-EN) – Raccolta di annunci di utilità sociale tratti dalle campagne *Humanity in Motion I e II*. Adatti a diversi media, tra cui televisione, radio, stampa, pubblicità per esterni e Internet, trattano temi quali l’eradicazione della polio, l’alfabetizzazione, le risorse idriche, le borse di studio per l’estero e la pace.
- *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.
- *Guida alla pianificazione di club efficienti* – Strumento per la valutazione del club e la definizione degli obiettivi (vedi appendice 1).
- *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 31 riviste rotariane regionali ufficiali, in 25 lingue, rivolte ai Rotariani di tutto il mondo.
- *Questo 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 per l’uso corretto dei Marchi Rotary.
- *Che cos’è il Rotary?* (419-IT) – Cartolina in formato tascabile con risposte alle domande più frequenti sull’organizzazione.

www.rotary.org

- *PolioPlus Headliner Kit* (in inglese) – Spunti per la promozione dell’iniziativa antipolio tra quotidiani locali, riviste e pubblicazioni di settore.
- *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 mandando un’email all’indirizzo: pr@rotary.org.
- *Fatti rotariani* – Elenco di schede informative sul Rotary che potranno aiutarvi a preparare comunicati stampa e materiale promozionale.
- La sezione “*Pubbliche relazioni*” (cliccare sulla dicitura Soci/Direzione di un club) – Contiene esempi di comunicati stampa, suggerimenti su come trattare con i media e annunci di utilità sociale.

Risorse umane

Le coordinate dei dirigenti e dello staff sono pubblicate nell’*Official Directory*, disponibile all’indirizzo www.rotary.org 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 le attività della commissione.
- Gruppo risorse per l'immagine pubblica del RI – Rotariani nominati dal presidente internazionale per assistere i club e i distretti a promuovere i loro progetti, far conoscere i loro successi e diffondere informazioni positive sul Rotary.
- Rappresentanti dell'Amministrazione club e distretti – personale del RI presso la sede centrale e gli uffici internazionali, in grado di rispondere a quesiti di tipo amministrativo o di indirizzare eventuali altre domande alla persona competente all'interno del RI e della Fondazione.
- Personale dell'ufficio Public Relations – personale del Rotary presso la sede centrale incaricato di sostenere i distretti e i club nell'opera di pubbliche relazioni.

Risorse finanziarie

- Raccolte fondi indette dal club;
- Donazioni provenienti da benefattori individuali o aziende locali;
- Sovvenzioni concesse da altre fondazioni;
- Sovvenzioni per le pubbliche relazioni (riservate ai distretti e concesse ogni anno dal Consiglio centrale ad alcuni distretti);
- Sovvenzioni della Fondazione Rotary per progetti umanitari distrettuali e di club.

Appendice 1: Guida alla pianificazione di club efficienti – Pubbliche relazioni

Agosto 2009

La *Guida alla pianificazione di club efficienti* è uno strumento ideato per aiutare i club a valutare la propria attuale situazione e determinare gli obiettivi per l'anno successivo. La guida si basa sul Piano direttivo di club.

Le strategie elencate nelle sezioni seguenti riflettono vari approcci al conseguimento degli obiettivi fissati. Ciò non significa che i club non possano adottare strategie alternative, se adatte alle circostanze.

I presidenti eletti devono compilare il presente questionario insieme ai soci dei rispettivi club, inviandone poi una copia all'assistente del governatore entro il 1° luglio.

Scaricate il modulo in formato Word dal sito web del RI (www.rotary.org)

PUBBLICHE RELAZIONI

Situazione attuale

Elencate le attività di club che hanno ottenuto una copertura mediatica e specificate quale tipo di media (televisione, radio, stampa, Internet, ecc.):

Obiettivi futuri

Il club ha fissato i seguenti obiettivi da raggiungere nel corso del prossimo anno rotariano per quanto riguarda le pubbliche relazioni:

Indicare come il club intende conseguire questi obiettivi (barrare le caselle pertinenti).

- Assicurandosi che la commissione pubbliche relazioni sia preparata a condurre una campagna promozionale attraverso i media
- Promuovendo campagne di pubbliche relazioni relative a tutti i progetti di servizio
- Conducendo un programma mirato ad incrementare la consapevolezza su cosa sia il Rotary e quali siano le sue attività all'interno della comunità
- Ottenendo la trasmissione di un annuncio promozionale su un canale televisivo locale
- Altro (specificare):

Forme d'intervento specifico:

Appendice 2: Domande in preparazione all'assemblea distrettuale

Prima di partecipare all'assemblea distrettuale rileggete attentamente questo manuale e 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 dovrete fare per promuovere il Rotary tra i potenziali soci? Con chi dovrete collaborare per promuovere il club?

Che cosa dovrà fare la vostra commissione per promuovere un'immagine pubblica positiva del Rotary?

Come intendete aiutare la commissione nello svolgimento delle sue mansioni?

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

Scheda 2: Obiettivi

Utilizzate la 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 attivamente 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.

Nella sessione 4 potrete mettere a punto questi obiettivi preliminari insieme agli altri dirigenti del vostro club, utilizzando la *Guida alla pianificazione di club efficienti*.

• **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. Quindi annotate gli interventi necessari per raggiungerlo, i responsabili dell'implementazione, la tabella di marcia, i progressi raggiunti e le risorse necessarie.

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 – Caso studio

Leggete il testo sottostante, quindi create un piano d'azione dettagliato che migliori le pubbliche relazioni del Rotary Club Royal Gardens. Nella stesura del piano tenete presenti le domande riportate di seguito.

Il Rotary Club Royal Gardens è situato in una prospera cittadina di 35.000 abitanti. I 40 soci costituiscono un campione rappresentativo delle diverse professioni presenti nel territorio.

Il club ha svolto diversi progetti di servizio a livello locale. Quello di maggior successo e durata è rivolto all'assistenza della crescente popolazione di anziani della città, per i quali i soci del club preparano e distribuiscono pasti caldi, eseguono lavoretti di manutenzione nelle abitazioni e visitano i pazienti ricoverati in ospedale.

Il club ha collaborato con un liceo locale, selezionando una candidata che in seguito ha ottenuto, grazie all'interessamento del distretto, una borsa di studio degli Ambasciatori. La studentessa, che si occupa degli effetti del surriscaldamento terrestre sul livello degli oceani, è rimasta in contatto con il club per tenerlo al corrente della sua esperienza.

Alle riunioni del club partecipano spesso importanti personalità locali. La partecipazione dei soci è elevata grazie anche al loro entusiasmo.

Da un sondaggio informale svolto dal club, tuttavia, è emerso che pochi non rotariani sono informati sulle sue iniziative. Anzi, alcuni ritengono che il Rotary sia un'organizzazione conviviale prevalentemente maschile e destinata a persone di una certa età. Diversi soci si sono lamentati della difficoltà di attrarre nuovi soci, e soprattutto della mancanza di riconoscimenti per l'opera svolta dal club nella comunità. Nessuna delle attività svolte dal club negli ultimi cinque anni ha avuto alcuna risonanza nei media locali.

La città ha due stazioni radio. Una trasmette musica leggera, l'altra notiziari e talk-show. Il quotidiano locale ha una tiratura di 15.000 copie, mentre il settimanale arriva a 9.000; entrambi pubblicano dei supplementi. Royal Gardens ha una stazione televisiva che spesso trasmette annunci di interesse sociale. Anche il nuovo cinema della cittadina spesso trasmette annunci pubblicitari prima dell'inizio della proiezione.

Che cosa può fare il club per informare i media e la comunità in generale sui suoi progetti e sul Rotary International?

Da completare durante l'assemblea distrettuale

Quali aspetti dell'opera svolta attualmente dal club potrebbero riscuotere interesse tra i media? Quali media potrebbero essere i più adatti a trattare ciascuno di questi aspetti? Perché?

In che modo i programmi del club potrebbero attirare l'interesse dei media?

Cosa deve fare il club per informare i media e la comunità sulle sue attività?

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 vostro club?



**Utilizza queste guide per
pianificare il futuro del tuo club**

**Piano direttivo di club
Guida alla pianificazione strategica
Guida alla pianificazione di Rotary club efficienti**

Le guide vanno usate insieme. Per il download, visitate www.rotary.org.



ROTARY INTERNATIONAL®

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 USA

www.rotary.org