

MANUALE DELLA COMMISSIONE DI CLUB PER LE PUBBLICHE RELAZIONI



ROTARY INTERNATIONAL®

Questa è l'edizione 2006 del *Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni* ad uso delle commissioni nominate per gli anni 2007-08, 2008-09 e 2009-10. Le informazioni contenute in questa pubblicazione si basano sullo statuto tipo dei Rotary club, il regolamento tipo dei Rotary club, lo statuto del Rotary International, il regolamento del Rotary International e il Rotary Code of Policies (COP). Qualsiasi modifica di questi documenti, apportata dal Consiglio di legislazione del 2007 o dal Consiglio centrale del RI, modifica automaticamente il contenuto della presente pubblicazione.

Introduzione

Il *Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni* aiuta a definire gli obiettivi e a comprendere in che modo è possibile aumentare l'efficienza del club. Un Rotary club efficiente è in grado di:

- mantenere o incrementare il proprio effettivo;
- realizzare progetti rispondenti alle esigenze concrete della comunità locale o di comunità estere;
- sostenere la Fondazione Rotary sia tramite contributi finanziari, sia con la partecipazione attiva ai suoi programmi;
- formare dirigenti capaci di servire nel Rotary oltre il livello di club.

Secondo il Piano direttivo di club, la struttura amministrativa consigliata per i Rotary club prevede le cinque commissioni permanenti elencate qui di seguito:

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

Per ogni commissione esiste un manuale che ne descrive la composizione e le responsabilità, indicando anche le risorse disponibili, i compiti specifici e altro materiale di supporto utilizzabile da parte del presidente e dei membri. Può essere utile copiare i capitoli del *Manuale della commissione di club per le pubbliche relazioni* pertinenti alle varie attività e distribuirli ai membri della commissione. Il manuale si può scaricare gratuitamente dal sito www.rotary.org o acquistare come parte della *Cartella dei dirigenti di club* (225-IT) tramite il *Catalogo del RI*.

Presidente della commissione di club per le pubbliche relazioni

Il presidente di commissione dovrebbe leggere il manuale prima dell'assemblea distrettuale, per approfondire i dettagli del proprio ruolo e delle proprie responsabilità, e quindi portarlo con sé per poterlo consultare durante l'assemblea.

Nel corso dell'assemblea distrettuale, i dirigenti di club, compresi il presidente eletto e il segretario, il tesoriere e i presidenti di commissione entranti, parleranno dei rispettivi ruoli e responsabilità, e lavoreranno per definire gli obiettivi annuali e avviare il loro rapporto di collaborazione per l'anno successivo.

Ponetevi in anticipo le domande elencate qui sotto, per partecipare più attivamente ai dibattiti durante l'assemblea distrettuale.

Qual è il ruolo della commissione per le pubbliche relazioni?

Quali sono le responsabilità insite in questo ruolo?

In che modo i membri della commissione possono aiutare il club a promuovere un'immagine positiva tramite le pubbliche relazioni?

In che modo il vostro club ha stabilito rapporti con i media?

Come potete aiutare i membri della commissione a svolgere il loro ruolo in modo efficace?

Quali sono i vostri obiettivi annuali e di lungo periodo?

Commenti?

Se avete domande o commenti su questo manuale o qualsiasi altra risorsa formativa del RI, indirizzatele a:

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 0974

Ruolo e responsabilità

Le pubbliche relazioni consentono di trasmettere in tutto il mondo l'immagine di un'associazione credibile, che opera per rispondere a esigenze concrete. Inoltre, la percezione positiva del Rotary nella comunità rafforza la motivazione dei Rotariani esistenti e rende l'affiliazione più appetibile per i soci potenziali.

Ruolo

La commissione di club per le pubbliche relazioni ha il compito di elaborare e mettere in atto un piano per informare l'opinione pubblica in merito al Rotary e promuovere i progetti e le attività del club.

Responsabilità

Segue un elenco delle responsabilità della commissione per le pubbliche relazioni, che sono spiegate nel presente manuale.

- Raggiungere gli obiettivi fissati dal club in materia di pubbliche relazioni per l'anno entrante (cfr. il capitolo sulle pubbliche relazioni della *Guida alla pianificazione di club efficienti*);
- Imparare a conoscere le risorse del RI (cfr. Risorse per le pubbliche relazioni);
- Fare in modo che i soci del club, i media e l'opinione pubblica siano consapevoli delle attività portate avanti dal club (cfr. Messaggi rotariani principali);
- Migliorare le iniziative e i progetti in modo da renderli più degni di attenzione da parte dei media (cfr. Componenti delle pubbliche relazioni);
- Contribuire alla creazione di un'immagine pubblica che favorisca lo sviluppo dell'effettivo (cfr. Sviluppo dell'effettivo attraverso le pubbliche relazioni).

Pianificare attività e riunioni settimanali in osservanza del Mese della sensibilizzazione al Rotary (gennaio).

Collaborazione con le commissioni di club

Nell'intento di raggiungere gli obiettivi relativi alle pubbliche relazioni, la commissione di club preposta deve collaborare con:

- 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 avvisare in anticipo i media delle persone coinvolte nel programma settimanale di club e aggiornare il sito Web in modo da richiamare l'attenzione dei media e del pubblico in generale.

La nomina di un incaricato ai rapporti con ciascuna delle commissioni permanenti di club rafforza le capacità di entrare in contatto con il pubblico, in quanto vi consente di essere sempre aggiornati su tutte le attività del club.

Collaborazione con i Rotariani

Tutti i soci possono contribuire al vostro impegno per le pubbliche relazioni, ma solo se:

- Sono pienamente informati sullo Scopo del Rotary e sulle attività e i programmi promossi dall'associazione;
- Si impegnano a perseguire le finalità e consolidare i traguardi del Rotary attraverso i contatti personali e professionali.

Indice

Questi materiali vanno copiati e distribuiti ai membri della commissione in base al bisogno.

Risorse per le pubbliche relazioni 5

Presidente della commissione di club per le pubbliche relazioni 7

Capitolo della

Guida alla pianificazione di club efficienti dedicato alle pubbliche relazioni 11

Messaggi rotariani principali 12

Componenti delle pubbliche relazioni 13

Sviluppo dell'effettivo attraverso le pubbliche relazioni 15

Risorse per le pubbliche relazioni

Risorse informative

Le pubblicazioni si possono ordinare tramite il *Catalogo del RI* (019-IT) o scaricare dal sito www.rotary.org.



Effective Public Relations: A Guide for Rotary Clubs (257-EN) – strumenti e suggerimenti per promuovere le attività di club e l'immagine del Rotary nella comunità, anche a fini di reclutamento.

- *Guida alla pianificazione di club efficienti* – strumento utile per la valutazione dei club e la definizione degli obiettivi, anche in relazione alle pubbliche relazioni (cfr. pagina 11).
- *Public Relations: Make It Work for You (269-EN)* – video che descrive l'importanza della comunicazione nell'era dell'informazione.
- *The Rotarian* (o la rivista rotariana regionale) – la rivista mensile ufficiale del RI, 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 in 23 lingue, rivolte ai Rotariani di tutto il mondo.
- *Questo è il Rotary (001-IT)* – opuscolo a colori con una breve panoramica sul Rotary, rivolto ai potenziali Rotariani e al pubblico in generale.
- *Visual Identity Style Manual (547-EN)* – linee guida 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)* – una tessera da tenere nel portafoglio, che risponde alle domande più frequenti sull'organizzazione e il suo operato.

www.rotary.org

Il sito Web del RI fornisce risorse online e informazioni aggiornate su tutti gli aspetti del Rotary. All'interno del sito è possibile scaricare pubblicazioni gratuite, acquistare pubblicazioni attraverso il catalogo online e ricercare orari e sedi delle riunioni di tutti i Rotary club.

Ricerche con parole chiave (nel portale inglese del sito web):

- Documenti informativi – i documenti informativi del RI e della Fondazione, scaricabili gratuitamente.
- Pubblica relazioni – contiene informazioni sulle pubbliche relazioni, tra cui esempi di iniziative realizzate in varie parti del mondo, modelli di comunicati stampa e altri suggerimenti e consigli.
- *PR Tips* – bollettino bisettimanale inviato per e-mail a club e distretti, con suggerimenti utili su come promuovere l'associazione nella comunità.
- Rotary public service announcements (PSA, o annunci rotariani tramite servizio pubblico) – annunci a mezzo stampa, radio e televisione utilizzabili dai club per promuovere il Rotary nella propria comunità.
- Programmi di riconoscimento – prevedono l'assegnazione di riconoscimenti da parte del RI e della Fondazione Rotary; un esempio è il Premio del RI per le pubbliche relazioni.
- Messaggi principali – un complemento ai messaggi rotariani principali elencati a pagina 12 di questo manuale.

Risorse umane

- Commissione distrettuale per le pubbliche relazioni – è composta da Rotariani incaricati di sostenere le iniziative di pubbliche relazioni (le coordinate dei referenti sono disponibili tramite il distretto).
- Rappresentanti del Supporto club e distretti – personale della sede centrale e degli uffici internazionali del RI in grado di rispondere a quesiti di tipo amministrativo o di indirizzare eventuali altre domande alla persona più competente all'interno del RI e della Fondazione (le coordinate del vostro rappresentante sono disponibili all'interno del sito Web www.rotary.org).
- Personale della divisione Pubbliche relazioni del RI – membri dello staff presso la sede centrale mondiale incaricati di sostenere le attività di pubbliche relazioni a livello di club, dei distretti e del RI (le coordinate dei referenti sono reperibili sul sito www.rotary.org).

Presidente della commissione di club per le pubbliche relazioni

Il presidente della commissione ha il dovere di garantire il raggiungimento degli obiettivi del club e della commissione stessa.

Responsabilità

Prima di assumere l'incarico:

- Rileggere il manuale della commissione;
- Partecipare all'assemblea distrettuale;
- Rivedere il regolamento di club contenente indicazioni sullo scopo della commissione;
- Collaborare con il presidente eletto alla formazione della commissione, selezionando i membri in base alle capacità professionali e agli interessi personali;
- Utilizzare la *Guida alla pianificazione di club efficienti* per determinare, in collaborazione con il presidente eletto, gli obiettivi di club annuali e a lungo termine;
- Delineare un piano d'azione che consenta alla commissione di raggiungere i propri obiettivi annuali.

Durante il mandato:

- Programmare e condurre le riunioni e le attività della commissione;
- Assicurarsi che i membri della commissione tengano fede agli impegni assunti con l'accettazione dell'incarico;
- Mantenere costantemente informati il presidente, il consiglio direttivo e l'intero club sulle attività della commissione e i progressi realizzati;
- Cooperare con la commissione distrettuale competente nello svolgimento di attività e iniziative multiclub;
- Riconoscere gli sforzi e l'operato dei membri della commissione.

Membri della commissione

Collaborate con il presidente eletto alla selezione dei membri della commissione e alla conduzione di riunioni di programmazione prima dell'inizio dell'anno. Per garantire continuità, laddove possibile sono preferibili mandati triennali per i membri della commissione che, oltre a possedere una conoscenza approfondita del Rotary e del club, devono avere le seguenti caratteristiche:

- Esperienza o rapporti professionali con i media;
- Spiccate capacità di comunicazione verbale e scritta o talento per la fotografia;
- Esperienza di sviluppo di siti Web;
- Buona posizione sociale.

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

Per la preparazione dei componenti della commissione al loro incarico è necessario:

- Fornire ai nuovi membri informazioni sulla commissione e le sue attività;
- Affiancare ai nuovi membri dei soci più esperti;
- Incoraggiare la collaborazione con i loro omologhi degli altri club (utilizzando l'apposito elenco distrettuale);
- Illustrare tutte le risorse disponibili;
- Fornire ai membri un elenco delle riunioni e delle attività a livello distrettuale.

Definizione degli obiettivi

La *Guida alla pianificazione di club efficienti* è uno strumento che consente ai presidenti eletti e alle commissioni di club di valutare la situazione attuale del club e definire obiettivi annuali che sostengano quelli a lungo termine del club stesso. La guida, che dedica un capitolo a ogni commissione di club raccomandata dal RI, illustra anche una serie di strategie che tali commissioni possono adottare per raggiungere i loro obiettivi, e può essere utilizzata nel corso dell'anno per valutare i risultati raggiunti. Durante l'assemblea distrettuale, avrete l'opportunità di lavorare sulla guida insieme al vostro presidente eletto e ai dirigenti di club entranti. Tale strumento deve essere riesaminato periodicamente e, se necessario, aggiornato.

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

- **Condivisi:** coloro che partecipano alla definizione degli obiettivi e delle strategie atte a raggiungerli si adoperano con determinazione per un fine comune;
- **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;
- **Limitati nel tempo:** ogni obiettivo deve avere una scadenza precisa.

Delineare un piano d'azione. Collaborate con i dirigenti di club e i membri della commissione alla stesura di un piano d'azione che stabilisca chiaramente gli interventi necessari per raggiungere gli obiettivi prefissati. In questa fase, può esservi utile seguire i passaggi elencati qui sotto.

- Stabilire un programma con scadenze precise per ogni fase.
- Definire i responsabili della realizzazione di ogni fase.
- Stabilire i criteri di valutazione dei risultati raggiunti al termine delle varie fasi.
- Valutare le risorse e gli strumenti messi a disposizione dal club, dal distretto e dal RI a sostegno degli obiettivi.
- Assicurarsi di disporre di tutte le informazioni e le risorse umane e finanziarie necessarie prima di procedere alla fase operativa.
- Valutare il raggiungimento degli obiettivi fissati in passato ed effettuare un confronto con il piano attuale, apportando le modifiche eventualmente necessarie.

Accertare che ci sia un avanzamento costante verso gli obiettivi stabiliti, come da programma.

Motivare i membri della commissione ad attenersi al piano d'azione. I Rotariani sono dei volontari, quindi le loro motivazioni professionali potrebbero non coincidere con quelle relative alla loro attività all'interno del Rotary. Per questo è indispensabile prendere in considerazione le esigenze motivazionali dei singoli membri della commissione. Segue un breve elenco di quelle più comuni:

- 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;
- La convinzione che l'obiettivo sia raggiungibile e che il progetto avrà successo;

- Incarichi stimolanti o che richiedano l'utilizzo di esperienze specifiche da parte dei membri della commissione;
- Il riconoscimento degli sforzi profusi e del tempo dedicato al raggiungimento degli obiettivi.

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

Bilancio

Lavorate con la commissione e il tesoriere di club entrante per determinare, prima del 1° luglio, quali fondi saranno necessari 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 occuparsi della gestione dei fondi, verificando transazioni e rapporti, e mantenendosi sempre informato sulla situazione finanziaria della commissione. Incontrandovi regolarmente con il tesoriere di club, 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 ai rapporti con i soggetti seguenti.

- **Membri di commissione:** le commissioni sono tenute a riunirsi con regolarità per determinare le risorse disponibili, discutere dei progetti in atto e di nuove iniziative, e definire strategie che consentano di raggiungere gli obiettivi della commissione e del club.
- **Il club:** ogni commissione deve riferire al presidente, al consiglio direttivo e a tutti i soci del club in merito a tutte le attività intraprese.
- **Altre commissioni:** spesso l'azione di una commissione incide sulle attività di un'altra. Ad esempio, l'azione della commissione pubbliche relazioni mirata a promuovere il Rotary all'interno della comunità può produrre un effetto positivo sugli sforzi di reclutamento della commissione per l'effettivo. Una comunicazione efficace faciliterà la cooperazione tra commissioni nel coordinamento di progetti e iniziative.
- **Il distretto:** se la commissione avesse bisogno di consulenze o informazioni, contattate il presidente della commissione distrettuale o l'assistente del governatore.

Ulteriori risorse

Le seguenti risorse potrebbero esservi utili nel corso del vostro mandato per rispondere a eventuali domande da parte dei membri della commissione.

Risorse informative

Utilizzate il *Catalogo del RI* (019-IT) per ordinare le pubblicazioni o scaricatele direttamente dal sito Web del RI (www.rotary.org).

- Elenco distrettuale – elenco di dirigenti e attività distrettuali (se prodotto dal distretto);
- *Manuale di procedura* (035-IT) – raccolta di norme e procedure stabilite, mediante atto legislativo, dal Consiglio centrale del RI e dal consiglio di amministrazione della Fondazione Rotary. Riveduto e aggiornato ogni tre anni, in seguito alla riunione del Consiglio di Legislazione. Contiene i documenti costitutivi del Rotary.
- Regolamento tipo dei Rotary club – documento legale con approfondimenti sulle linee guida per la struttura operativa dei club.

- *Rotary Code of Policies* e *Rotary Foundation Code of Policies* – norme e procedure stabilite dal Consiglio centrale e dal consiglio di amministrazione della Fondazione Rotary, a supporto del regolamento e dello statuto tipo del RI, rivisti alla conclusione di tutte le riunioni dei due organi.
- Statuto tipo dei Rotary club – documento costituzionale che delinea le principali operazioni dei club.

www.rotary.org

Il sito Web del RI fornisce risorse online e informazioni aggiornate su tutti gli aspetti del Rotary. All'interno del sito è possibile scaricare pubblicazioni gratuite, acquistare pubblicazioni attraverso il catalogo online e ricercare orari e sedi delle riunioni di tutti i Rotary club.

Cliccare su:

- Club e distretti (www.rotary.org/languages/italian/support) – risorse per dirigenti di club e distretti, incluse le versioni aggiornate del regolamento e dello statuto tipo dei Rotary club.

Risorse finanziarie

- Fondi di donatori individuali o aziende locali.
- Sovvenzioni da altre fondazioni.
- Sovvenzioni della Fondazione Rotary per progetti umanitari distrettuali e di club.

Risorse umane

Le coordinate delle seguenti figure sono disponibili attraverso il distretto (salvo diversamente specificato).

- Assistente del governatore – Rotariano nominato per assistere il governatore nell'amministrazione dei club designati. L'assistente del governatore visita normalmente i club ogni tre mesi (o più spesso) ed è a disposizione per fornire risposte e suggerimenti.
- Altri presidenti di commissioni all'interno del distretto – dirigenti di club che possono costituire una risorsa a sostegno delle iniziative e dei progetti di club.
- Governatore distrettuale – dirigente del RI incaricato di fornire consulenza ai club sulle strategie utili a incrementare l'efficacia dell'azione di club (le coordinate sono disponibili all'interno dell'*Official Directory*).
- Past presidenti di commissione di club e past dirigenti di club – Rotariani con esperienza che possono fornirvi suggerimenti su come programmare il vostro anno e a cui potrete assegnare il compito di coordinare le attività della commissione.
- Gruppi d'appoggio e task force del RI e della Fondazione Rotary – gruppi di Rotariani nominati dal presidente del RI per assistere club e distretti nelle aree di intervento prioritarie (per le coordinate dei referenti consultate l'*Official Directory*).

GUIDA ALLA PIANIFICAZIONE DI CLUB EFFICIENTI



Rotary International

La *Guida alla pianificazione di club efficienti* è uno strumento 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 in questa sezione riflettono vari approcci al conseguimento degli obiettivi fissati. Ciò non significa che i club non possano adottare strategie alternative, se adatte alle circostanze.

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 dai media e specificate quale tipo di media (radio, stampa, televisione, 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 barrando le apposite caselle.

- ☐ 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:

Messaggi rotariani principali

Può capitare di rivolgersi a un pubblico di non Rotariani o ai media, in occasione di eventi legati ai progetti o di altro tipo. Per questo è utile preparare dichiarazioni concise per descrivere il Rotary e il vostro club.

Dovete essere preparati a rispondere a ognuna delle domande seguenti usando al massimo 25 parole.

- Cos'è il Rotary?
- Chi sono i Rotariani?
- Cosa fa il Rotary?

Per risultare efficace, una risposta a queste domande deve essere costruttiva, concreta, specifica e breve. Gli aspetti importanti da trasmettere attraverso le risposte alle domande sul Rotary sono elencati di seguito.

Il Rotary è una delle associazioni di servizio umanitario internazionale più grandi del mondo.

- Nel mondo ci sono 1,2 milioni di Rotariani, imprenditori e professionisti impegnati in un lavoro volontario comune, nell'interesse della comunità.

Il Rotary e la pace

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

- Il Rotary sponsorizza il più ampio programma di borse di studio internazionali a finanziamento privato esistente al mondo. Dal momento del lancio, sono circa 34.000 gli studenti di 100 Paesi diventati ambasciatori culturali del Rotary.
- Il Rotary collabora con sei università del mondo per offrire un programma di specializzazione post-laurea in studi di pace e risoluzione dei conflitti.
- I Rotary club sparsi nel mondo avviano ogni anno migliaia di progetti umanitari internazionali.

PolioPlus

L'obiettivo prioritario del Rotary è l'eradicazione della polio in tutto il mondo.

- Basta un vaccino antipolio orale del costo di 60 centesimi di dollaro per proteggere un bambino da questa malattia invalidante per tutta la vita.

Sono stati fatti progressi enormi verso la sconfitta della polio nel mondo.

- Negli anni '80, questa malattia invalidante dall'esito talvolta fatale, colpiva mille bambini al giorno. Nei due decenni successivi al lancio dell'iniziativa di eradicazione globale della polio, da parte del Rotary e dei suoi partner, i casi di poliomielite sono diminuiti del 99 per cento. Nel 2005, si sono registrati meno di 1.900 casi, ma in Africa e in Asia la polio è ancora una minaccia concreta per i bambini.

I Rotary club di tutto il mondo hanno contribuito alla lotta per l'eradicazione della polio.

- I Rotariani hanno donato tempo e denaro per contribuire all'immunizzazione di oltre due miliardi di bambini in 122 Paesi.
- Il Rotary è il principale sostenitore privato dell'iniziativa di eradicazione globale della polio, con un contributo di oltre 650 milioni di dollari e il lavoro di migliaia di volontari.

Componenti delle 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 di club per le pubbliche relazioni 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 cui sono rivolti, che può essere costituito da:

- Rappresentanti dei media (quotidiani, radio, televisione);
- Funzionari governativi locali;
- Imprenditori;
- Leader civici;
- Organizzazioni attive nella comunità;
- Persone direttamente coinvolte dai progetti di volontariato del Rotary;
- Educatori e studenti;
- Rappresentanti di media specializzati in argomenti particolari, come l'istruzione o la salute.

Dovrete tarare la vostra attività di promozione in base al tipo di pubblico, diverso a seconda delle iniziative e dei progetti che il club intende realizzare.

Media

“Media” è un termine ampio che può comprendere emittenti televisive, giornali, servizi di notizie internazionali, Internet e le pubblicazioni di altre associazioni e istituzioni. Altri tipi di media sono, ad esempio:

- Le pubblicazioni online;
- Le riviste di categoria;
- Le emittenti via cavo visibili in chiaro;
- Programmi e talk show radiofonici su affari pubblici;
- I bollettini aziendali;
- I media non tradizionali, come i tabelloni per affissioni pubblicitarie.

La concorrenza per conquistare spazio e tempo sui media è molto agguerrita, quindi è essenziale cercare soluzioni creative e prendere in considerazione tutti i mezzi di comunicazione disponibili.

Comunicati stampa

Lo strumento adoperato più di frequente per diffondere informazioni ai media è il comunicato stampa, che serve per avvisare la comunità di un determinato evento o come base di un articolo informativo generale. Un comunicato stampa efficace risponde innanzitutto alle cinque domande fondamentali: chi, cosa, dove, come e perché. Inoltre, deve essere obiettivo e conciso (massimo una pagina).

Documenti informativi

Contengono informazioni essenziali sul Rotary International, la sua storia, gli obiettivi e i progetti prioritari. Tra i Rotariani, vengono utilizzati per istruire i soci nuovi e potenziali; all'esterno dell'associazione, invece, servono per dare ai media un quadro generale del Rotary, informare il pubblico delle attività svolte e rafforzare la percezione del Rotary nella comunità. È possibile reperirli sul sito www.rotary.org.

Attività ed eventi di club che fanno notizia

Di seguito sono elencati gli eventi e le attività di club che potrebbero richiamare l'attenzione dei media.

- 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 o conosciuto a una riunione di club.
- Il racconto di un'esperienza in una cultura diversa da parte di un partecipante ai programmi del RI o della Fondazione Rotary.
- Le attività di Interact e Rotaract.
- Gli anniversari di programmi o club locali.
- Le storie con una forte componente visiva.

Per promuovere il Rotary nella comunità, può essere utile anche:

- Sponsorizzare eventi speciali come maratone, iniziative di riciclaggio o raccolte di fondi;
- Creare materiali e documentazioni da esporre nella comunità;
- Fare pubblicità su giornali o riviste, tramite affissioni su tabelloni appositi o sugli autobus, negli aeroporti e nelle stazioni ferroviarie;
- Instaurare un rapporto di collaborazione con gli addetti alle pubbliche relazioni di altre organizzazioni;
- Incoraggiare i Rotariani a indossare il distintivo del Rotary;
- Pubblicare informazioni sul Rotary su forum online, siti con il calendario di eventi nella comunità o sui siti di altre organizzazioni.

Reazione alla pubblicità negativa

Per replicare efficacemente alle percezioni infondate sul club e sul Rotary servono iniziative mirate di pubbliche relazioni, da affiancare alla realizzazione di progetti di club rivolti alla comunità locale e a comunità estere.

Potete rivolgervi al governatore distrettuale e al suo assistente, e al presidente distrettuale per le pubbliche relazioni per aiuti e consigli su come prevenire o risolvere eventuali problemi di pubbliche relazioni a livello locale.

Sviluppo dell'effettivo attraverso le pubbliche relazioni

Le pubbliche relazioni svolgono un ruolo cruciale sia per il reclutamento di nuovi soci, sia per la conservazione dei soci esistenti. Attraverso la collaborazione con la commissione per l'effettivo, potrete realizzare iniziative di promozione mirate e idonee a suscitare interesse nei soci potenziali.

Suggerimenti per la conservazione dei soci attuali

- Cercate occasioni per far intervenire i Rotariani ad eventi organizzati nella comunità o nelle scuole.
- Accertatevi che i soci sappiano quando le attività e i progetti di club ricevono l'attenzione dei media.

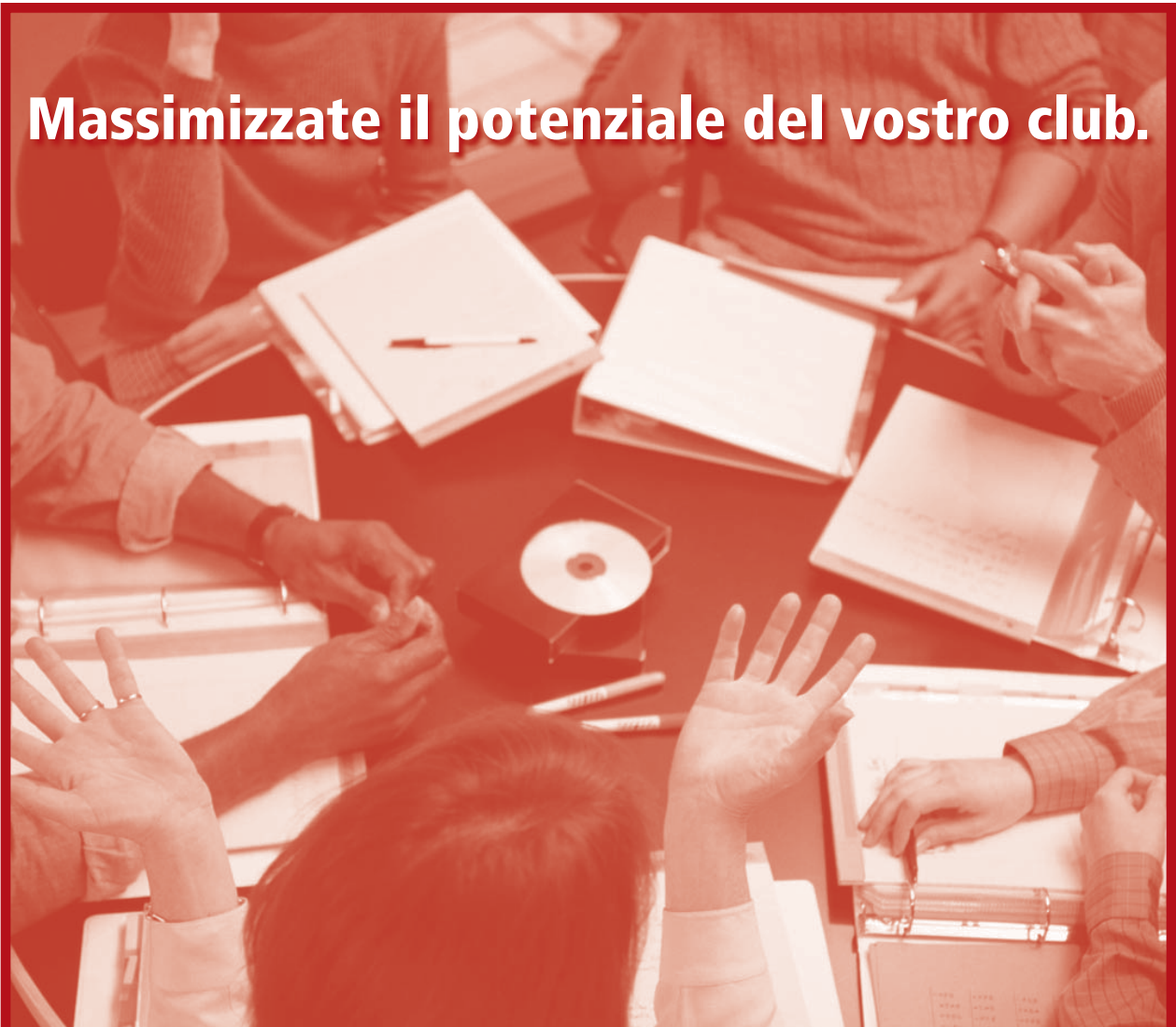
Suggerimenti per il reclutamento di nuovi soci

- Promuovete il lavoro del Rotary con e per i giovani.
- Sottolineate le opportunità di servire, socializzare e instaurare contatti professionali offerte dall'affiliazione.
- Pubblicizzate le attività del club su periodici aziendali e di categoria.
- Dedicate una sezione del sito del vostro club ai non Rotariani, chiedendo alle associazioni presenti nella comunità di inserire un link a questa pagina nei rispettivi siti Web.

Strategie di pubbliche relazioni a sostegno dello sviluppo dell'effettivo

- **Collaborazione tra club vicini.** I Rotary club di Rochester, New York (USA), e Toronto, Ontario (Canada) hanno co-sponsorizzato una serie di raccolte di fondi per commemorare il viaggio inaugurale dello *Spirit of Ontario*, il traghetto che collega le due città attraversando il lago Ontario. L'iniziativa è stata citata più di 30 volte su un giornale locale e, nelle zone di Rochester e Toronto, il numero di domande di affiliazione al Rotary International è aumentato sensibilmente.
- **Promozione di eventi Rotary.** Per tutto l'anno 2004-05, i club e i distretti del mondo hanno lavorato insieme per promuovere le celebrazioni del centenario del Rotary e il congresso del RI, nelle rispettive comunità e presso i media. Durante il congresso 2005, il RI ha raccolto un numero di domande di aspiranti soci superiore del 78 per cento rispetto all'anno precedente.
- **Apparizioni in TV.** L'ex presidente del RI Luis Giay è stato intervistato dalla CNN En Español per il programma "Tu Carrera" ("La tua carriera"). Nel corso dell'intervista, trasmessa tre volte nel mese di gennaio, Giay ha descritto i programmi educativi del Rotary. Nello stesso anno rotariano, 28 delle 73 persone che hanno inviato una domanda di affiliazione da Bolivia, Colombia, Messico, Nicaragua e Venezuela hanno riferito di aver seguito l'intervista.
- **Promozione della diversità nel Rotary.** A luglio 2004, il *Times* (Londra) ha dedicato due articoli alle iniziative dei club per sconfiggere gli stereotipi attraverso la promozione della diversità nel proprio effettivo, rivolgendosi principalmente a giovani professionisti e donne, ma anche proponendo orari comodi per le riunioni e nuovi tipi di progetti di volontariato. In quel mese, il RI ha riscontrato un netto aumento delle domande di affiliazione provenienti dal Regno Unito.

- **Campagna di promozione dell'immagine pubblica.** Da San Paolo, in Brasile, è stata lanciata una campagna promozionale con 375 cartelloni pubblicitari affissi per le strade di tutto il Paese, con l'indirizzo del sito Web in lingua portoghese. Il risultato è stato un incremento delle domande di aspiranti soci di ben il 503 per cento rispetto all'anno precedente.



Massimizzate il potenziale del vostro club.

**Massimizzate il potenziale del
vostro club utilizzando la *Guida alla
pianificazione di club efficienti.***

La guida è disponibile all'interno del *Manuale della commissione per
le pubbliche relazioni* o nel sito www.rotary.org



ROTARY INTERNATIONAL®

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 USA

www.rotary.org