

ROTARY



Regole di scrittura per i materiali informativi e di presentazione



Distretto 2040

Rotary International



Indice

<i>Premessa: i materiali scritti</i>	1
<i>La brochure</i>	2
<i>Le presentazioni in power point</i>	3
<i>Le case history</i>	5
<i>Le lettere</i>	7
<i>Il comunicato stampa</i>	11
<i>L'invito</i>	12
<i>Il sito e le comunicazioni digitali</i>	15
<i>Il bollettino di Club</i>	15
<i>Il verbale</i>	17
<i>Glossario</i>	18



Premessa: i materiali scritti

Nella dispensa precedente abbiamo descritto come presentare il Rotary nelle occasioni di incontro personale. Questo Pocket Rotary è, invece, dedicato alla presentazione scritta del Rotary, come supporto agli incontri personali diretti, per esempio nei colloqui con le personalità delle istituzioni, o di gruppo, come le conviviali.

La presentazione scritta impiega materiali sia destinati alla circolazione interna alla nostra Associazione, sia quelli appositamente predisposti per l'uso esterno.

Il materiale scritto è uno strumento di presentazione:

- ➔ autoesplicativo: come, ad esempio, gli inviti spediti per posta, i comunicati stampa inviati tramite e-mail, le brochure distribuite durante le manifestazioni;
- ➔ un utile "integratore" di concetti esposti verbalmente (presentazioni realizzate in power point, lettere, ecc.).

Tutto il materiale cartaceo, tuttavia, è visto da chi lo riceve come un biglietto da visita, ovvero come una presentazione "ufficiale" del Rotary. Per questo motivo è bene rispettare alcune regole nella stesura dei testi che aiutino a trasmettere meglio i valori della nostra Associazione e a valorizzare la sua reputazione.



LA BROCHURE



La brochure, ovvero la pubblicazione istituzionale, è la forma scritta di presentazione più approfondita ed ufficiale. Può essere distribuita in tutte le occasioni di incontro con il pubblico esterno (eventi e conviviali) oppure spedita come strumento di promozione dell'Associazione. È uno strumento utile per aumentare la conoscenza (awareness) o suscitare l'interesse (attitude) delle persone verso il Rotary, siano essi opinion leader o potenziali nuovi soci.

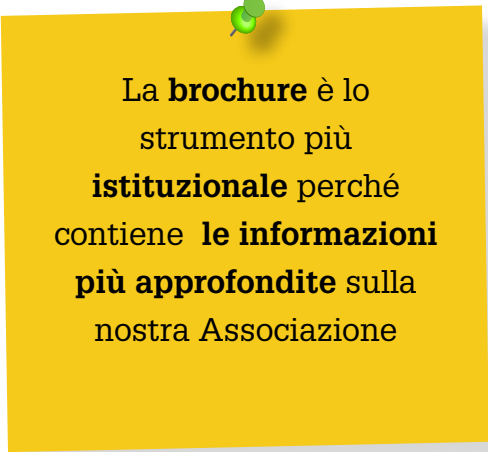
A differenza del pieghevole, più adatto per una comunicazione di taglio commerciale, la brochure è composta da un numero sufficiente di pagine (8-16) ricche di immagini e testi significativi, redatti in modo da fornire un quadro generale dell'Associazione. Queste le linee ispiratrici delle brochure che potete scaricare e stampare dal sito internazionale, sia in italiano (http://www.rotary.org/Rldocuments/it_pdf/00lit.pdf) che in inglese.

Poiché questi prodotti editoriali standard potrebbero non essere completamente adeguati, sufficienti ed esaustivi ai vostri fini, suggeriamo, di seguito, un indice-base per la redazione della brochure del vostro Club:

- ➔ la storia dell'Associazione (com'è nata, la sua struttura, ecc.);
- ➔ la mission (ovvero servire gli altri, promuovere elevati standard etici e propagare nel mondo la comprensione reciproca, la cooperazione e la pace attraverso il diffondersi di relazioni amichevoli fra persone esercitanti diverse attività economiche, professionali e di leadership nella loro comunità);
- ➔ i valori (spirito di servizio, eticità, ecc.);
- ➔ la storia e le caratteristiche del vostro Club;
- ➔ le principali attività svolte (service di successo, le attività continuative, ecc.);
- ➔ le caratteristiche dell'Associazione (le modalità per entrare a farne parte, lo "spirito rotariano", ecc.).

Come ogni materiale di documentazione, la brochure di Club va aggiornata periodicamente, in modo da mantenere attuale la sua

funzione informativa; ogni 18-24 mesi può essere considerato un tempo ragionevole per l'aggiornamento, purché abbiate avuto l'accortezza di prevedere una parte mobile (per esempio una scheda in una tasca laterale) per l'organigramma del Club e ogni altra notizia che abbia una validità annuale.



La **brochure** è lo strumento più **istituzionale** perché contiene **le informazioni più approfondite** sulla nostra Associazione

LE PRESENTAZIONI IN POWER POINT

Le presentazioni in power point sono uno strumento che si va rapidamente diffondendo perché è più duttile, personalizzabile e adatto a presentare la nostra Associazione all'esterno, a istituzioni o imprese, in quanto ci consente di accompagnare l'esposizione orale con immagini, grafici, tabelle, e, volendo, video.

Si tenga sempre presente che un intervento orale arricchito da proiezioni e immagini aumenta l'efficacia della comunicazione almeno di tre volte, perché aiuta i nostri interlocutori a visualizzare il discorso, a mantenere alto il livello di attenzione e a facilitare la memorizzazione.

Lo strumento si presta a raggiungere un uditorio allargato, perché consente allo speaker di raccogliere con maggiore facilità le reazioni di chi ascolta.

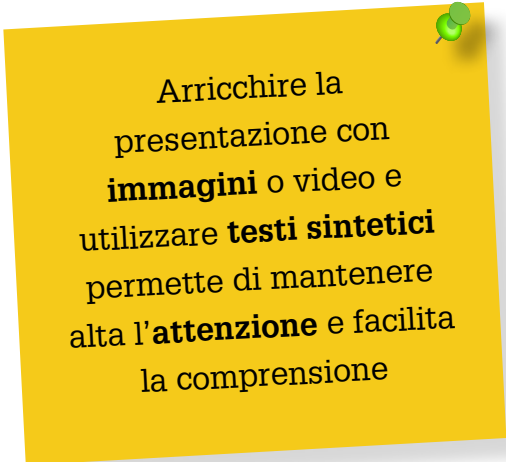
Questo tipo di presentazione consente, inoltre, una volta concluso l'incontro, di lasciare una traccia scritta, pro-memoria di quanto presentato.

Il power-point è, perciò, un valido aiuto per svariate occasioni:

- presentazione dell'Associazione ad aziende potenziali partner nel servizio;
- presentazione di un progetto al fine di sollecitare sovvenzioni o patrocinii (queste due tipologie di incontro sono state descritte nel Pocket Rotary 3, pag. 5);
- come supporto per l'intervento a un dibattito o ad una conferenza.

Ecco alcuni suggerimenti per predisporre una presentazione in power-point:

- ricordatevi che la presentazione è solo un ausilio per il relatore, poiché essa riporta solo i concetti chiave che vengono spiegati e ampliati oralmente;
- le informazioni contenute nelle diapositive che si succedono devono seguire un preciso filo logico, un andamento sequenziale interamente guidato da chi le presenta;
- le eventuali digressioni e approfondimenti devono essere pianificati accuratamente dall'oratore.



Arricchire la
presentazione con
immagini o video e
utilizzare **testi sintetici**
permette di mantenere
alta l'**attenzione** e facilita
la comprensione

Perché la presentazione risulti omogenea e il filo logico sia sempre evidente, è opportuno dividerla in capitoli. Ogni diapositiva deve contenere soltanto un concetto, (l'informazione fondamentale) con

esemplificazioni o dati specifici evidenziati nelle diapositive successive. I testi devono essere molto schematici, non discorsivi: immagini, tabelle o elenchi puntati sono molto utili e d'effetto.

Da bandire nel modo più assoluto:

- lunghi testi che distolgono l'attenzione del pubblico dall'obiettivo specifico;
- caratteri e/o tabelle illeggibili che non coinvolgono o, peggio ancora, irritano la platea.

È consigliabile avere sempre a disposizione una presentazione base - sempre pronta all'uso - che possa essere facilmente adattata e utilizzata all'occorrenza. Perché sia facile da modificare e aggiornare di volta in volta, è consigliabile che sia strutturata in maniera modulare. È bene tenere un archivio di tutte le presentazioni, in modo da poter capitalizzare sul lavoro già fatto e ... favorire il passaggio di testimone da un Presidente al suo successore.

LE CASE HISTORY

Quando dobbiamo presentare un progetto alle istituzioni o presentiamo la nostra Associazione a strutture potenziali partner, può essere utile inserire un "case study" o una "case history", cioè il racconto di una precedente, analoga esperienza di successo, sintetizzata in un breve documento (solitamente da un minimo di tre a un massimo di sei pagine). Nulla è più convincente di un caso concreto ben raccontato e documentato.

Se lo riteniamo opportuno e quando disponibile, possiamo coinvolgere anche una persona esterna all'Associazione che abbia avuto un ruolo importante nel progetto: questo darà più forza e maggiore obiettività alle informazioni che stiamo fornendo.

La scaletta tipica di un case study può essere la seguente:

- Il titolo: deve sintetizzare il progetto e, possibilmente, creare emozione positiva;
- il problema: una breve esposizione della situazione prima dell'intervento del Club;
- la soluzione: come e in quanto tempo è stato risolto il problema;

→ i vantaggi concreti che il beneficiario del progetto di servizio ha ottenuto (con dati, fatti, tabelle che chiariscano le motivazioni che hanno sostenuto la scelta di quel progetto in quel momento).

Il "case study" richiede chiarezza espositiva, ma c'è una certa libertà nello stile (poiché viene raccontata una storia, è possibile ricorrere a qualche metafora e creare un po' di attesa, mantenendo uno stile scorrevole e narrativo) anche se è sempre bene fare riferimento al modello delle 5 W (who, what, when, where, why) consigliato per il comunicato stampa (vedi successivo capitolo 6 e Pocket Rotary 2, pagg. 9-11) per essere certi di non tralasciare informazioni importanti. È importante evitare divagazioni: dovete, infatti, raccontare un caso molto concreto, senza allontanarvi mai troppo dal nocciolo del discorso.

Nel caso si voglia pubblicare la "case history" sulla stampa rotariana o sul sito del Club, è opportuno documentare l'iniziativa con un servizio fotografico (una bella immagine vale mille parole!) ricordando di ottenere l'approvazione del materiale dalle eventuali terze parti coinvolte (sponsor, finanziatori, beneficiari, ecc.).

Esempio n. 1: se state presentando il vostro Club a una istituzione locale per chiedere supporto per un progetto che si vuol realizzare, preparate un documento in power point che descriva l'Associazione e dal quale emerga senza equivoci il motivo del vostro incontro: sia esso, ad esempio, una richiesta di appoggio per ottenere uno spazio in via gratuito, se si desidera una sponsorizzazione, un patronage, un aiuto economico, ecc.

Rendete più coinvolgente la presentazione con il resoconto (case study) di un progetto già realizzato, ad esempio le attività organizzate per la raccolta fondi a favore della ristrutturazione di un reparto dell'ospedale della vostra città. Non dimenticate di invitare alla presentazione il capo del reparto che ha beneficiato della somma raccolta, in modo da rendere ancora più concreto e oggettivo il vostro racconto.

Le "case history" costituiscono i mattoni della storia del vostro Club.

Ricordatevi di raccogliarli in un archivio cartaceo, su cd o su supporti multimediali; oltre che a testimoniare le vostre attività, possono costituire il tema di una conviviale interna per ripercorrere criticamente il "già fatto" e per coinvolgere orgogliosamente i nuovi soci.

LE LETTERE

Le lettere di presentazione, in genere, vengono inviate a istituzioni e/ o altre strutture private o pubbliche per:

- ➔ sollecitare un incontro personale al fine di illustrare un progetto che si vuole intraprendere;
- ➔ chiedere sovvenzioni e/ o aiuti in genere;
- ➔ cercare partner per le iniziative di servizio del Club;
- ➔ chiedere il patrocinio a sostegno di una iniziativa;
- ➔ ringraziare, a progetto realizzato.

La lettera deve contenere sempre e comunque una breve presentazione sulla nostra Associazione (ricordiamo che non tutti i nostri interlocutori sanno cosa è *esattamente* il Rotary e *come opera*), una breve sintesi dell'iniziativa che presentiamo, le motivazioni per cui chiediamo una partnership o un patrocinio. Si ricordi di inserire sempre tutti i riferimenti utili per facilitare il contatto.



Prima di inviare la lettera è opportuno verificare a chi indirizzarla, individuando la persona più idonea all'interno dell'istituzione o ente al quale ci rivolgiamo.

Per le richieste di patrocinio, è importante:

- ottenere il permesso scritto per l'utilizzo del logo dell'istituzione patrocinante, in modo da poterlo utilizzare sui materiali che andremo a produrre (cartella stampa, manifesti, striscioni, dépliant, ecc.);
- specificare se la nostra Associazione ha già ottenuto in passato altri patrocini dalla stessa istituzione;
- allegare materiale di presentazione che illustri l'iniziativa e ne dimostri la particolare valenza culturale o sociale (copia della presentazione in power point opportunamente preparata potrebbe fare al caso).

Talvolta, alcuni enti e/o istituzioni chiedono di allegare alla richiesta l'atto costitutivo e lo statuto dell'Associazione (nel nostro caso: lo Statuto del Club e copia della "Carta" rilasciata dal Consiglio Centrale del Rotary International); in tal caso, verificare prima con una telefonata.

Esempio n. 2: voglio chiedere il patrocinio per un'iniziativa del mio Club: la realizzazione di corsi di informatica per i bambini delle scuole elementari della mia città.



La lettera dovrà essere così impostata:

Alla Cortese attenzione del Direttore Generale
Ufficio scolastico Regionale per la Lombardia
Dott. Mario Bianchi
Via ...
20100 Milano

Oggetto: Richiesta di patrocinio
Il sottoscritto Luigi Rossi, Presidente pro tempore del Rotary Club XY
con sede a ...in Via, cap..., Città ...

CHIEDE

la concessione del patrocinio gratuito per la seguente iniziativa:

titolo: **Impariamo l'informatica**

sede: Scuola elementare di via 1, cap...Città....

data: 1° marzo - 30 aprile 2008

CHIEDE

contestualmente di poter utilizzare, solo per l'iniziativa patrocinata, il Logo dell'Ufficio Scolastico Regionale, preceduto dalla dicitura "Con il patrocinio di"

DICHIARA

sotto la propria responsabilità

- che il Rotary non persegue scopi di lucro;
- che il Rotary ha già ottenuto in passato (ovvero, non ha mai richiesto) il patrocinio di quest'Ufficio;
- che per questa iniziativa ha/hanno già concesso il patrocinio i seguenti enti (nel caso ci siano altri patrocini è importante elencarli per dare maggiore rilevanza alla richiesta).

Si allegano:

- il programma dettagliato dell'iniziativa;
- lo Statuto e il documento di costituzione del Club;
- una sintetica relazione illustrativa dell'iniziativa dove viene evidenziata la peculiare valenza culturale (o sociale);
- altra documentazione utile per la valutazione dell'iniziativa (opzionale).

Milano li, 15 gennaio 2008

In fede

Rotary Club XY - (Città)
Il Presidente pro-tempore
Luigi Rossi

Seguendo lo stesso schema, la lettera potrà avere anche una forma più narrativa.

Quando invece la lettera avanza una richiesta di incontro personale, è importante chiarire in apertura le motivazioni per cui si richiede il

colloquio: come il sostegno attraverso la concessione di uno spazio dove poter organizzare l'iniziativa, un aiuto economico, ecc. È sempre utile accludere una mini-presentazione del Rotary (vedi, ad esempio, il testo del cosiddetto "boiler plate" riportato in calce al comunicato stampa).

È importante far seguire a distanza di pochi giorni una telefonata di verifica di ricezione e di richiesta di appuntamento.

Se ad essa, come è molto probabile, segue l'incontro con l'istituzione o l'ente interpellati, si potrà ricorrere all'uso di una presentazione power point e alla consegna finale di una brochure.

Un'altra tipologia di lettera è quella di ringraziamento, opportuna ogni qualvolta un personaggio di spicco abbia partecipato a una nostra conviviale, una istituzione ci abbia concesso il patrocinio, un'impresa abbia sostenuto economicamente un nostro progetto.

Scrivere una lettera di ringraziamento ci permette di porre i presupposti per future collaborazioni e, quindi, stabilire relazioni durature che aiutino a consolidare l'immagine positiva della nostra Associazione. Per queste ragioni può essere utile allegare alla lettera la brochure istituzionale, per diffondere la conoscenza corretta del Rotary.

Esempio n. 3: se dobbiamo ringraziare il Professore Luigi Verdi, importante critico dell'arte che ha fatto un intervento sull'arte moderna durante una nostra conviviale, la lettera, firmata dal Presidente di Club, potrà essere così impostata:

Egregio Professor Verdi,

desidero ringraziarla a nome personale e del Rotary Club ... per aver contribuito con il Suo intervento appassionante a rendere particolarmente interessante il nostro incontro conviviale. Tutti i soci hanno dimostrato un vivo interesse per la Sua relazione.

Sarà un piacere poterLa avere ancora nostro gradito ospite in future occasioni.

*Con cordialità.
Mario Bianchi*

Presidente Rotary Club XY

IL COMUNICATO STAMPA



Lo strumento di comunicazione per eccellenza rivolto ai giornalisti è il comunicato stampa.

Nel secondo Pocket Rotary abbiamo già descritto tutti gli strumenti necessari per la corretta organizzazione e gestione delle relazioni con i media, compreso il comunicato stampa. Riportiamo, quindi, brevemente,

solo le principali linee guida per la stesura di un comunicato corretto, rinviando alla consultazione del documento precedente per ogni ulteriore spiegazione.

Poiché il comunicato stampa può essere utilizzato per la stampa sia rotariana che non, per agevolare il giornalista al quale il testo viene inviato è opportuno seguire le semplici regole adottate per la stesura degli articoli.

Il nostro comunicato, dato per scontato che contenga una notizia davvero interessante per chi lo riceve, dovrà rispondere a tre requisiti fondamentali:

- **Accuratezza;**
- **Brevità;**
- **Chiarezza.**

Il metodo che consente di non mancare nessuna di queste caratteristiche, utilizzato da addetti stampa e giornalisti nella stesura dei loro pezzi, è quello già ricordato delle 5 W:

- **Who** - "chi" è il soggetto (chi compie l'azione o organizza l'evento);
- **What** - "cosa" si desidera comunicare (di quale fatto si sta parlando; non una lunga descrizione, ma il "senso" dell'iniziativa o dell'evento);
- **Where** - "dove" (dove ha luogo l'iniziativa/l'azione);
- **When** - "quando" (quando si svolge l'iniziativa in questione);
- **Why** - "perché" (le finalità per le quali l'azione è stata organizzata).

Rispondere a queste cinque domande aiuta a non omettere informazioni importanti e nel contempo a non dare informazioni

superflue (men che meno a cadere nel rischio dell'autoreferenzialità) che renderebbero il comunicato poco funzionale e difficilmente accettabile.

È importante completare il comunicato stampa con:

→ alcune informazioni istituzionali: una breve sintesi (circa cinque righe, dette tecnicamente "boiler plate") di cosa è il Rotary a livello mondiale e di come opera attraverso i Club, come la seguente:

Il Rotary è un'organizzazione internazionale non profit, costituita da uomini e donne provenienti da ogni settore della vita sociale, economica, professionale e culturale che lavorano fianco a fianco per realizzare progetti umanitari e di assistenza alle comunità.

L'organizzazione conta attualmente circa 1.200.000 soci, raggruppati in 32.554 Club presenti in 168 diversi Paesi del mondo. I 762 Club italiani sono raggruppati in 10 Distretti che complessivamente contano circa 43.000 soci effettivi.

→ alcune informazioni di servizio: quale è il Club che emette il comunicato stampa, la persona che si occupa delle R.P. di Club, con i numeri di telefono e l'indirizzo e-mail ai quali può essere raggiunta.

L'INVITO

Quando il programma del Club comprende un importante evento al quale si desidera invitare autorità, opinion leader, giornalisti e ospiti qualificati, il primo passo è quello di stendere un elenco preciso con i nominativi, le funzioni e gli indirizzi.

L'organizzazione degli eventi sarà oggetto di dettagliata illustrazione nella dispensa di prossima pubblicazione.

L'invito formale è un cartoncino in formato classico o un pieghevole; tuttavia, per maggiore rapidità, si può predisporre un invito in formato elettronico (una e-mail con l'invito in allegato o trasferito direttamente nel corpo della mail), metodo che va rapidamente diffondendosi, ancorché non propriamente elegante.

Il tipo di invito dipende da svariati fattori:

→ le caratteristiche del pubblico invitato (per esempio, se ha per età e condizione professionale accesso alle comunicazioni digitali);

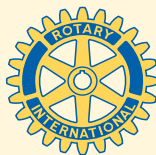
- se si vuole sottolineare l'istituzionalità dell'avvenimento;
- se si vuole preavvertire per tempo circa un evento, è oggi accettabile la modalità di anticipare l'invito ufficiale con un cartoncino "Save the date" che ha il vantaggio potenziale di "bloccare" la data sull'agenda degli invitati.

L'invito, inoltre, può essere nominativo (con nome e cognome dell'invitato) o impersonale (per esempio, "alla signoria vostra"), ma, in entrambi i casi, il testo deve contenere tutte o quasi le seguenti voci:

- la carica e il nome di chi formula l'invito (oppure dell'Associazione);
- il nome dell'invitato preceduto dall'eventuale titolo accademico o onorifico (oppure una terza persona generica);
- l'oggetto ("alla cerimonia", "al pranzo", "alla conferenza", ecc.);
- il luogo;
- la data;
- l'orario.

Questi contenuti restano invariati qualunque sia il formato dell'invito.

Esempio n. 3: invito nominativo:



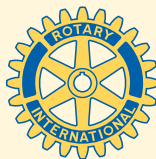
Il Presidente del Rotary ItaliaItalia Cantù
 Mario Rossi
 ha il piacere di invitare
il Dottore Mario Neri (*)
 al cocktail di presentazione del progetto
 "PolioPlus, un progetto per la vita"
 mercoledì 3 febbraio 2008, ore 18.00

Villa Italia - Via Italia 1, Cantù

R.S.V.P. 12345678

(*) il nome e il cognome dell'invitato e l'eventuale carica scritti a mano in bella calligrafia

Esempio n. 4: invito impersonale:



*Il Rotary Club Itალიტalia Cantù
è lieto di invitare la S. V.*

alla cerimonia di consegna del Premio Rotary alla Professionalità

*che avrà luogo al Palazzo dei Congressi
sabato 2 marzo 2008, alle ore 14.00*

Via Italia 1, Cantù

R.S.V.P. 12345678

Parcheggio riservato agli ospiti

Si prega di consegnare l'invito all'ingresso

Se si desidera valorizzare i contenuti dell'incontro, ovvero il programma del medesimo o piuttosto sottolineare la presenza di speaker particolarmente prestigiosi, si consiglia l'uso di un cartoncino doppio che possa contenere al suo interno, in uno spazio adeguato, tutte le informazioni utili per qualificare l'evento.

Anche se nell'ultimo Pocket tratteremo diffusamente il tema della "corporate identity", ricordiamo di inserire sempre il logo Rotary rispettandone grafica e colori (un marchio è come un nome, non va storpiato!), in basso a sinistra l'indirizzo del luogo in cui si terrà l'evento e, a destra, la dicitura "rsvp" (répondez s'il vous plait), con il numero di telefono e l'eventuale indirizzo e-mail ai quali poter confermare la propria presenza.

Qualora l'invito debba essere presentato all'ingresso, è bene venga indicato sul biglietto, utilizzando un carattere diverso, "di servizio" come tutte le indicazioni di questo tipo.

L'invito può essere accompagnato, inoltre, da un foglio esplicativo in grammatura più leggera con informazioni aggiuntive quali: la mappa per raggiungere il luogo dove si svolgerà l'evento se è fuori città, i mezzi per raggiungerlo, l'eventuale navetta di collegamento, ecc.

IL SITO E LE COMUNICAZIONI DIGITALI

Se pensiamo che Internet esiste da 30 anni e la telefonia cellulare da 20, non possiamo non prevedere quanta importanza andranno ad assumere nel prossimo futuro le comunicazioni digitali in una Associazione come il Rotary, la più estesa Associazione di "servizio" a livello globale. Proviamo a immaginare gli oltre un milione e duecentomila soci nel mondo collegati non solo da ideali e visioni comuni, ma, potenzialmente, da un sistema di comunicazione in tempo reale.

È talmente importante la portata di questo cambiamento (qualcuno lo ha definito lo "tsunami della comunicazione umana") che abbiamo pensato di dedicare uno dei prossimi Pocket a questo argomento.

In questa dispensa ci limitiamo solo a raccomandare:

- di cominciare a riflettere a come impostare e utilizzare in modo efficace la comunicazione digitale nel proprio Club (affiancandola comunque sempre ai sistemi tradizionali);
- abituarsi ad utilizzare un linguaggio più sintetico, più immediato, più diretto, più facilmente visualizzabile, più grafico, più adatto a tali mezzi, in sintonia con linguaggi e gli standard attuali.

IL BOLLETTINO DI CLUB

Il bollettino di Club è uno strumento importante di comunicazione interna che permette di condividere le informazioni della vita di Club tra tutti i soci, con gli altri Club, con il Distretto e, quando opportuno, con un pubblico più allargato.

Il bollettino è una sorta di "zona franca" dove ogni Club ha piacere di esprimere la propria creatività e la propria unicità.

Alcuni Club lo stampano a colori e fanno ampio uso di fotografie e immagini; per altri è invece un rendiconto formale, redatto talvolta in un linguaggio aulico o da verbale societario o notarile; altri ancora usano la brevità delle "news" giornalistiche.

Non è possibile suggerire regole rigide per la stesura del bollettino di

Club; tuttavia, l'importanza e la grande opportunità di sviluppare una immagine "univoca" del Rotary consigliano il rispetto di almeno poche regole basilari.

Il bollettino settimanale dovrebbe contenere le seguenti informazioni:

- soci presenti alla conviviale ed eventuali ospiti;
- calendario degli incontri successivi;
- breve sintesi della relazione svolta durante la conviviale;
- eventuali comunicazioni del Presidente;
- eventuali comunicazioni della Segreteria;
- eventuali comunicazioni del Distretto;
- aggiornamenti progetti di Club;
- aggiornamenti progetti distrettuali;
- riferimenti e contatti del Club.

Il bollettino può essere personalizzato a livello grafico, aggiungendo lo stemma del Club, un'immagine della città di appartenenza, foto del Presidente o di altri soci, purché rispetti il "format" suggerito e non si distacchi eccessivamente dallo standard delle pubblicazioni rotariane.

Un suggerimento che riteniamo molto opportuno è quello di fare periodicamente una indagine presso i soci del proprio Club per accertare il grado di lettura e di interesse, raccogliendo eventuali suggerimenti per rendere il bollettino uno strumento efficace di comunicazione interna.

Se il Club possiede un sito, è utile riservare una sezione del medesimo al bollettino.

La Commissione Relazioni Pubbliche del Distretto è sempre disponibile per fornire consigli e supporto su come impostare e/o migliorare il Bollettino di Club se intendete cambiarlo.

IL VERBALE

I verbali sono un efficace strumento organizzativo per la comunicazione all'interno dell'Associazione. Trascrivere gli argomenti discussi e le decisioni prese nell'ambito di una assemblea di Club, una riunione di commissione, di consiglio direttivo, ecc. è di grande aiuto per definire i passi successivi, l'evoluzione più opportuna dei progetti, gli accorgimenti organizzativi che facilitano le diverse attività nelle quali il Club è impegnato.

Perché un verbale risulti completo ed esaustivo, occorre designare all'inizio di ogni riunione chi dovrà provvedere a prendere nota degli interventi sviluppatasi e delle conclusioni raggiunte in ordine ai vari argomenti.

Il linguaggio da utilizzarsi deve essere chiaro, asciutto e senza commenti.

Nel dettaglio, ogni verbale deve sempre contenere:

- la data e il luogo della riunione;
- l'elenco dei partecipanti e degli assenti;
- il nome del Presidente e del Segretario;
- l'ordine del giorno;
- il resoconto degli argomenti trattati;
- i "next step", ovvero il riepilogo delle decisioni assunte, con l'indicazione della data entro la quale devono essere perfezionate e l'indicazione chiara del responsabile operativo;
- l'eventuale data stabilita per la riunione successiva.

Il verbale, ancorché redatto in forma estremamente semplificata, deve comprendere in ordine agli argomenti trattati tutte le informazioni utili ad orientare la partecipazione attiva ed operosa dei soci alla vita del Club. Il verbale deve di norma essere diffuso a tutti gli interessati.



Pocket Rotary n. 4 - GLOSSARIO

<p>Brochure</p>	<p>Pubblicazione istituzionale composta da un minimo di otto pagine e destinata alla presentazione esaustiva di un'impresa e delle sue attività. Contiene la storia dell'impresa, la sua mission, i suoi valori, i suoi obiettivi e la descrizione delle attività svolte, i contatti ed i riferimenti. Per il Rotary, la brochure contiene tutte le informazioni sopra elencate relative al Club, e più sommariamente, quelle del Rotary International e del Distretto.</p>
<p>Case study o Case history</p>	<p>Narrazione di un caso di successo di cui si è occupata un'impresa, svolto al fine di rendere più convincente una presentazione. Nel caso del Rotary, questa narrazione ha come soggetto service e progetti rotariani di successo oppure può avere come soggetto le attività dell'Associazione che si ripetono periodicamente, come l'assegnazione di borse di studio e gli scambi culturali.</p>
<p>Diapositiva / Slide</p>	<p>È una schermata facente parte di una presentazione in power point, ovvero un foglio della presentazione, sul quale possono essere inseriti vari oggetti (caselle di testo, immagini, video, suoni) da proiettare per procedere con la presentazione.</p>
<p>Power point</p>	<p>Programma che consente la creazione di presentazioni informatiche multimediali tramite la realizzazione di diapositive. Le presentazioni possono contenere immagini e fotografie, testi, animazioni, suoni, filmati e link ad altre diapositive o a documenti e siti web esterni.</p>
<p>Save the date (STD)</p>	<p>Cartoncino o messaggio elettronico che invita a segnare in agenda una data importante, a cui seguirà l'invito vero e proprio.</p>
<p>Verbale / Meeting report</p>	<p>Documento che sintetizza i punti più importanti e le decisioni prese in una riunione, da distribuire a tutti i partecipanti e agli assenti per informare sullo svolgimento dell'incontro e per stabilire i passi successivi.</p>





PERNICE editori