

Pavia, 31 marzo 2014

**LETTERA DEL GOVERNATORE DI APRILE
APRILE È IL MESE DELLA RIVISTA ROTARIANA**

Cari Presidenti e cari Rotariani tutti del Distretto 2050,

ad Aprile il Rotary ci invita ad promuovere nei nostri club la lettura e l'uso della rivista ufficiale del Rotary, *The Rotarian*, e di altre pubblicazioni regionali edite nelle diverse lingue. La rivista regionale in italiano è **ROTARY** e viene inviata con cadenza mensile in forma digitale e, a mesi alterni, anche su supporto cartaceo.

A mio parere il tema mensile deve essere interpretato nel senso più ampio di riflettere sulla comunicazione in generale, e cioè su **come comunicare nel Rotary**, fra Rotariani, e **come comunicare il Rotary** attraverso i media e i social media.

Comunicare nel Rotary è mantenere viva in tutti noi la consapevolezza della nostra identità, dei nostri valori, ma anche avere la possibilità di accedere all'informazione sul maggior numero di progetti ideati e di risultati ottenuti dai rotariani che, nei diversi club, operano in questo straordinario social network che è da oltre un secolo il Rotary.

Le riviste ufficiali del Rotary hanno sempre giocato in questo senso un ruolo determinante e continueranno ad essere insuperate per trovare stimoli intellettuali ed esempi di progetti.

Accanto ad esse però il Rotary, che ha il dovere di essere contemporaneo ai suoi tempi, sviluppa altri strumenti di comunicazione.

Dallo scorso agosto il sito **www.rotary.org** ha una nuova impostazione ed è veramente una fonte informativa considerevole e preziosa per trovare tanto, dagli articoli di attualità e di approfondimento, alla possibilità, navigando attraverso la vetrina dei progetti disponibili, di scoprire le opere che i Rotary Club stanno svolgendo a livello locale e internazionale.

Vi invito a consultare il nostro sito internazionale e, in particolare, ad abituarvi ad usare la sezione **Il mio Rotary**.

A livello internazionale si è lavorato e si sta lavorando molto anche sui social media che riscuotono un sempre maggior numero di adesioni.

Qualche citazione numerica per i frequentatori di social media

- più di 270.000 *Mi piace* sulla pagina di Facebook del Rotary
- 52.000 *Mi piace* sulla pagina End Polio Now di Facebook
- 228.000 *follower* sugli account ufficiali Twitter @Rotary
- oltre 20.000 *follower* per il profilo @EndPolioNow

I media sociali si caratterizzano per la sinteticità e l'immediatezza della comunicazione, hanno a che fare con l'emozione e per comunicare il Rotary è necessario suscitare una scintilla di interesse.

Ognuno di noi ha una sua personale storia e raccontare la propria storia è un modo di spiegare cosa sia il Rotary.

Se poi la storia è riassunta nei 140 caratteri permessi da Twitter, il messaggio, necessariamente sintetico, ha maggiori probabilità di colpire in modo efficace.

Anna Spalla

Governatore, 2013-14

+39 0382 985406

+39 0382 304187

+39 3387296411

anna.spalla@libero.it



www.rotary2050.net

via Gorra 53-55, 29122 Piacenza

0523 593210 0523 608826 334 9338101 - segreteria@rotary2050.org

Ma la comunicazione oltre che avvenire tra Rotariani, nell'ambito del nostro sodalizio, deve allargarsi verso l'esterno.

Comunicare il Rotary è far sapere a chi non ci conosce, o ci conosce solo superficialmente, che

- essere Rotariani significa impegnarsi, mettere a disposizione le proprie competenze professionali in progetti per gli altri,
- essere Rotariani non è fare beneficenza è di più: è individuare problemi, esigenze e pianificare e realizzare progetti per risolvere questi problemi
- essere Rotariani significa dare esempi e sostegno alle nuove generazioni perché i giovani possano esprimere i loro talenti e le loro capacità.

In Italia c'è molto bisogno di lavorare sulla percezione comune del Rotary.

Per questo per la prima volta tutti i Governatori Italiani 2013-14 hanno deciso di unire gli sforzi per un progetto di comunicazione comune a tutti i Distretti, nella certezza che uno sforzo unitario renda più efficace la capacità di comunicazione. Il Rotary International ha approvato il progetto di comunicazione della cordata dei Governatori Italiani per la Pubblica Immagine con un contributo di 150.150 euro. È stato un risultato eccezionale, basti solo pensare che il nostro progetto ha ottenuto il 10% dell'ammontare messo a disposizione per i progetti di tutto il mondo.

Stiamo sfruttando questa straordinaria opportunità per dare visibilità al nostro Rotary italiano.

La campagna viene condotta secondo le impostazioni generali del Rotary International e ha suscitato all'interno dei distretti e dei club discussioni sull'opportunità per il Rotary di farsi una sorta di promozione pubblicitaria.

Cynthia Palmer-Kenzer, Public Image Grant Specialist, Public Relations & Marketing Group di Evanston, ha recentemente esaminato il rapporto sullo stato d'avanzamento del progetto e ha scritto a noi Governatori Italiani *“molteplici pubblicità sono comparse sui quotidiani e riviste nazionali e locali. E proprio grazie a tutte le pubblicità, sono stati pubblicati molti articoli positivi dalla stampa italiana. Quasi 200 articoli! Oltre agli articoli, ho avuto modo di vedere brochure, materiali per la formazione e altro ancora. Si tratta davvero di un risultato impressionante che ha permesso di realizzare un'enorme promozione del Rotary in Italia! Per l'anno rotariano 2013/2014, sono state approvate solo alcune sovvenzioni Immagine pubblica, solo quelle per i migliori progetti. La sovvenzione multi-distrettuale presentata dai 13 distretti italiani è una delle poche selezionate”*

Un apprezzamento significativo per il nostro lavoro a livello nazionale.

E anche a livello distrettuale stiamo conducendo iniziative con lo scopo di far percepire il Rotary come è davvero.

Ma bella più di tutte è la nostra iniziativa di comunicare il Rotary ai bambini regalando il libro *Chicco alla ricerca della nota perduta*, una fiaba per stimolare i bambini a riflettere e ad affrontare i problemi in maniera positiva e propositiva, come noi Rotariani ci sforziamo di fare dal 1905.

L'adesione dei Club è stata corale e la risposta dei bambini splendida.



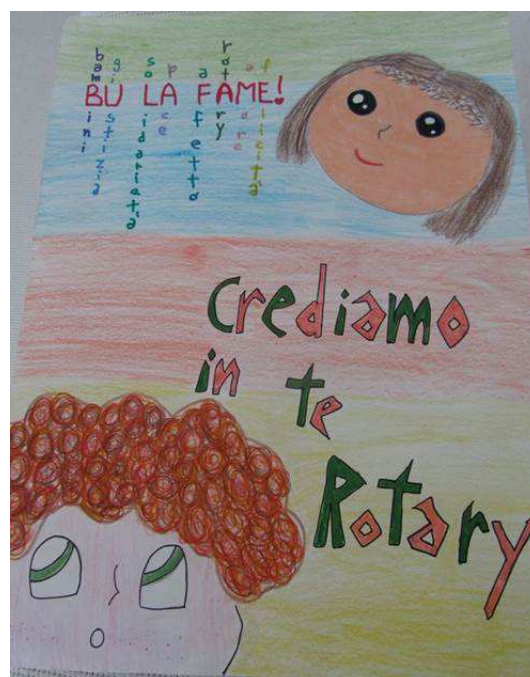
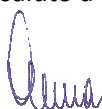
Ho avuto una forte emozione nel vedere (su Facebook, per restare in tema si comunicazione attraverso i social media) la scritta **Crediamo in te ROTARY** sul disegno dei bambini di Piadena: mi sono convinta ancora di più che questo nostro modo di comunicare il Rotary è giusto.

Il 25 febbraio ho avuto modo di consegnare a Ron Burton, nostro Presidente Internazionale che era a Roma, le prime copie della **versione in inglese della Fiaba di Chicco**.

Gli ho chiesto di diffondere la nostra iniziativa a livello internazionale e mi sono fatta promettere che lo farà.

Abbiamo fatto al meglio la nostra parte e ora, se il Presidente Internazionale ci sosterrà, come ha detto, potremo portare questa iniziativa di comunicazione inusuale e innovativa in tutto il mondo.

Un affettuoso saluto a tutti.



Il disegno dei bambini di Piadena