



4 Regole di scrittura per i materiali informativi e di presentazione

Rotary
Italia





Indice

Premessa	4
La brochure	5
Le presentazioni in Power Point	7
La case history	9
Lettere di presentazione	11
Il comunicato stampa	14
Gli inviti formali	15
La firma nelle e-mail	18
Il bollettino di Club	19
La newsletter	20
Verbali	21
Glossario	22

PREMESSA

Questo Pocket Rotary è dedicato alla **presentazione scritta** del Rotary, come supporto agli incontri personali diretti, per esempio nei colloqui con esponenti delle istituzioni, o in occasioni conviviali.

La presentazione scritta impiega materiali sia destinati alla **circolazione interna** alla nostra Associazione, sia quelli appositamente predisposti per l'**uso esterno**. Tutto il materiale scritto va considerato 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 è uno **strumento istituzionale** che contiene informazioni scritte approfondite sulla nostra Associazione. Può essere distribuita in tutte le occasioni di incontro con il pubblico esterno (eventi e conviviali) oppure spedita come strumento di promozione dell'Associazione.

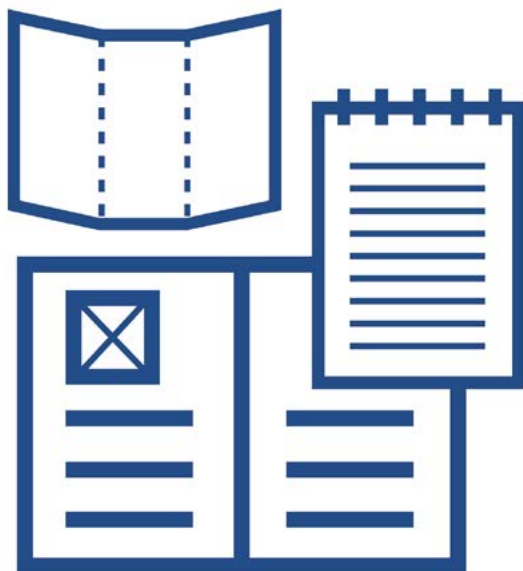
È utile per aumentare la conoscenza (awareness) o suscitare l'interesse (attitude) delle persone verso il Rotary, siano essi opinion leader o potenziali nuovi soci.



A differenza del pieghevole, più adatto per una comunicazione di taglio commerciale, la brochure deve essere composta da un numero sufficiente di pagine (6-8) ricche di **immagini** e **testi significativi**, redatti in modo da fornire un quadro generale dell'Associazione.

*LA BROCHURE è anche
uno strumento istituzionale.*

*Contiene informazioni
più approfondite
sulla nostra Associazione*



Un indice-base per la redazione della brochure del vostro Club potrebbe essere:

- » **la storia** dell'Associazione: come 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, anche la brochure di Club va **aggiornata** periodicamente (ogni 4-8 mesi), in modo da mantenere attuale la sua funzione informativa. Prevedete 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.

LE PRESENTAZIONI IN POWER POINT

Le presentazioni in power point sono molto diffuse perchè si tratta di uno strumento duttile, personalizzabile e adatto a presentare la nostra Associazione all'esterno, a istituzioni o imprese, in quanto consente di accompagnare l'esposizione orale con immagini, grafici, tabelle, e, volendo, video. Tenete presente che un intervento orale arricchito da proiezioni e immagini aumenta l'efficacia della comunicazione almeno di tre volte, perchè 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 pubblico allargato, perchè 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, a promemoria di quanto presentato.

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

- » presentazione dell'Associazione ad aziende potenziali partner nel servizio;
- » presentazione di un progetto al fine di sollecitare sovvenzioni o patrocini;
- » come supporto per l'intervento a un dibattito o a una conferenza.

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

- » ricordatevi che le presentazioni **sono un ausilio** per il relatore e devono riportare solo i concetti chiave che verranno spiegati e ampliati oralmente;
- » le informazioni contenute nelle diapositive che si succedono devono seguire un preciso **filo logico**;
- » perchè 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.

Vanno invece evitati:

- » 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 il lavoro già fatto e favorire il passaggio di testimone da un Presidente al suo successore.

Per non risultare noiosi...

scrivere solo il testo strettamente necessario.

Arricchire la presentazione con foto o video, utilizzare testi sintetici per mantenere alta l'attenzione e facilitare la comprensione.



La Case history. Quando presentiamo un progetto alle istituzioni, o quando 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 infatti risulta 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).

D. 2071

I Rotary Club fanno "rete" per aiutare la scuola alluvionata nel 2012

Neppure un anno fa Albinia, importante paese della piana maremmana nel comune di Orbetello, venne travolto da una disastrosa alluvione che provocò danni gravissimi. E le stesse scuole del



D. 2071

Global Grant al RC Livorno Mascagni

Il sovvenzionamento rientra nell'area d'intervento 3 (acqua e strutture igienico-sanitarie) con lo scopo di aumentare l'equo accesso delle comunità all'acqua potabile sicura e alle strutture igieniche basilari. Destinatario del service

SPECIALE PROFESSIONALITÀ

La questione:

PROFESSIONALITÀ e MERITOCRAZIA
viaggiano di pari passo nell'impresa italiana?

ROGER ABRAVANEL



Luottica Group S.p.A., Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., Teva Pharmaceutical Industries Ltd e dell'Istituto Italiano di Tecnologia. È presidente dell'Insead Council italiano e nel 2010 è stato selezionato tra i "50 Alumni who changed the world", in occasione del cinquantenario della fondazione dell'INSEAD.
 La sua fama è aumentata molto dopo la pubblicazione, nel 2008, del libro best-seller "Meritocrazia".
 Dal 2008 Roger Abravanel svolge l'attività di editorialista per il Corriere della Sera. Ha contribuito al dibattito pubblico sul tema della meritocrazia, in particolare grazie al libro Meritocrazia: Quattro proposte concrete per valorizzare il talento e rendere il nostro paese più ricco e più giusto, edito da Garzanti nel 2008. Il 15 luglio insieme al Ministro della Pubblica Istruzione Mariastella Gelmini varò il progetto denominato "Piano nazionale per la qualità e il merito" che prevede per l'anno scolastico 2010/2011 la valutazione degli studenti delle scuole medie italiane e la qualità dell'insegnamento. Nel 2010 ha pubblicato il suo secondo saggio "Regole", con cinque proposte per il miglioramento della capacità competitiva dell'Italia.

Note biografiche: nato a Tripoli, Libia nel 1946 in una famiglia ebraica, emigra in Italia nel 1963.
 Una laurea in ingegneria chimica al Politecnico di Milano e un Master in Business Administration presso la business school INSEAD, di Parigi.
 Roger Abravanel ha lavorato per trentacinque anni per la società di consulenza McKinsey & Company, raggiungendo le cariche di Principal nel 1979 e Director nel 1984, terminando la sua esperienza nel 2006. Attualmente opera nel settore del private equity, svolgendo l'attività di advisor per i fondi di buyout Clessidra e per il fondo di venture capital Wanaka in Israele. Partecipa inoltre ai consigli di amministrazione di

Il case study richiede **chiarezza espositiva**, ma con 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) 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.).

Le case history costituiscono **i mattoni della storia del vostro Club**. Oltre che a testimoniare le vostre attività, possono costituire il tema di una conviviale interna per ripercorrere criticamente quanto è stato fatto e per coinvolgere orgogliosamente i nuovi soci. Ricordatevi di raccoglierle in un archivio cartaceo, su cd o su supporti multimediali.

ESEMPIO

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 forma gratuita, 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.

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, perchè non tutti i nostri interlocutori sanno cosa sia esattamente il Rotary e come opera, una breve sintesi dell'iniziativa che presentiamo, **le motivazioni** per cui chiediamo una partnership o un patrocinio. 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. Ricordatevi di inserire sempre tutti i **riferimenti utili** per facilitare il contatto.



Per le richieste di patrocinio, è importante:

- » chiedere il permesso scritto per l'**utilizzo del logo** dell'istituzione patrocinate, in modo da poterlo utilizzare sui materiali che andremo a produrre (cartella stampa, manifesti, striscioni, depliant, 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 modificata potrebbe fare al caso nostro).

Verificate se l'ente e/o l'istituzione vuole che alla lettera di richiesta di patrocinio venga allegato anche **l'atto costitutivo** e **lo statuto** dell'Associazione. Nel caso allegare lo Statuto del Club e copia della Carta rilasciata dal Consiglio Centrale del Rotary International.

Quando invece la lettera avanza una richiesta di incontro personale, è importante **chiarire in apertura le motivazioni** per cui si richiede il colloquio. È sempre utile allegare una mini-presentazione del Rotary, come 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 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.



**È disponibile
Il nuovo manuale
visivo del Rotary,**
scarica la versione
completa in lingua
italiana.

ESEMPIO

Se dobbiamo ringraziare il Professore Luigi Verdi, importante critico d'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

IL COMUNICATO STAMPA

L'argomento del comunicato stampa è stato approfondito nel pocket numero 2. È lo strumento di comunicazione per eccellenza rivolto ai giornalisti. Per evitare di dimenticare informazioni importanti, è bene seguire il **modello delle 5 W**:

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

Rispondere a queste cinque domande aiuta a non dare informazioni superflue e non cadere nel rischio dell'autoreferenzialità che renderebbero il comunicato poco funzionale.



È importante completare il comunicato stampa con:

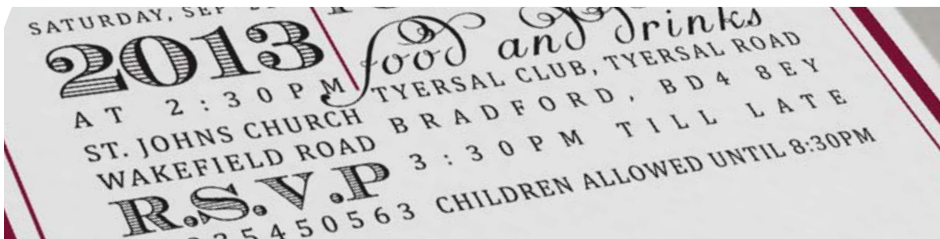
- » **alcune informazioni istituzionali**, una breve sintesi (circa cinque righe, dette tecnicamente "boiler plate") su cosa è il Rotary a livello mondiale, come opera attraverso i Club, come la seguente:
"Il Rotary è un'organizzazione internazionale non profit, costituita da uomini e donne provenienti 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 169 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 a cui può essere raggiunta.

GLI INVITI FORMALI

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).

Il tipo di invito dipende da svariati fattori:

- » le caratteristiche del pubblico invitato (per esempio, se per età e condizione professionale e accesso alle comunicazioni digitali);
- » se si vuole sottolineare la solennità dell'avvenimento;
- » se si vuole preavvertire per tempo circa un evento. Oggi è diffusa la modalità di anticipare l'invito ufficiale con un *Save the date* che ha il vantaggio potenziale di bloccare la data sull'agenda degli invitati.



L'invito può essere **nominativo** (con nome e cognome dell'invitato) o **impersonale** (indirizzato per esempio, alla Signoria Vostra), ma, in entrambi i casi, il testo deve contenere 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);
- » il tipo di evento (cerimonia, pranzo, conferenza, ecc.);
- » il luogo;
- » la data;
- » l'orario.

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

ESEMPIO di Invito nominativo:

Rotary



IL PRESIDENTE DEL ROTARY ROMA

MARIO ROSSI

HA IL PIACERE DI INVITARE

Paolo Verdi, Ministro della Salute

AL COCKTAIL DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO
POLIOPLUS, UN PROGETTO PER LA VITA.

MERCOLEDÌ 8 FEBBRAIO 2015,
ALLE ORE 8.00

VILLA MASCAGNI - VIA ITALIA 2 ROMA

R.S.V.P. 06.123456

ESEMPIO di invito impersonale:

Rotary



IL ROTARY CLUB

È LIETO DI INVITARE LA S. V.

AL CONVEGNO "ENDPOLIONOW"

CHE AVRÀ LUOGO
AL PALAZZO DEI CONGRESSI

SABATO 2 MARZO 2015
ALLE ORE 14.00

VIA ITALIA 1, ROMA

R.S.V.P. 06.1245111

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 che sottolineare la presenza di speaker particolarmente prestigiosi, consigliamo l'uso di un **cartoncino doppio** che possa contenere al suo interno, in uno spazio adeguato, tutte le informazioni utili per qualificare l'evento.

È sempre importante inserire il **logo Rotary**, rispettandone in modo preciso proporzioni e colori (un marchio è come un nome: non va mai storpiato). In basso a sinistra è specificato il luogo in cui si terrà l'evento, e, a destra, compare la dicitura RSVP (acronimo che sta per "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 precisarlo sul biglietto, utilizzando un carattere diverso, che deve accomunare tutte le indicazioni di questo tipo.

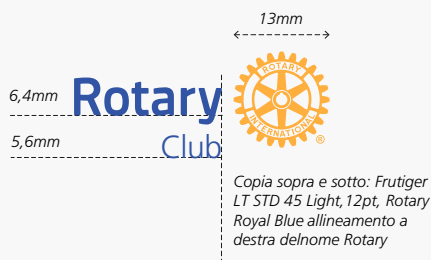
L'invito può essere accompagnato, inoltre, da un **foglio esplicativo** in grammatura più leggera con informazioni aggiuntive quali: indicazioni/mappa per raggiungere il luogo dove si svolge l'evento se fuori città, mezzi per raggiungerlo, l'eventuale navetta di collegamento, ecc.

LA FIRMA NELLE E-MAIL

Si tratta di uno **strumento visivo** molto importante, nelle nostre comunicazioni digitali, poiché permette un'immediata riconoscibilità del marchio Rotary, anche alla fine dei brevi messaggi testuali che inviamo con le e-mail.

Proprio perché deve garantire una corretta rappresentazione del marchio (lo stesso per tutto il mondo) è opportuno utilizzare tutti le stesse impostazioni.

Per comporre la firma si può utilizzare un piccolo logo Rotary, con la personalizzazione territoriale, così come prescritto dal **Manuale di identità visuale**.



» [Download](#)
loghi vettoriali
per il Grafico

Al logo Rotary, nella firma, **devono seguire**:

- » Indirizzo completo
- » Recapiti telefonici e fax
- » Indirizzo e-mail
- » Indirizzo sito web

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**. Non è possibile suggerire regole rigide per la stesura del bollettino di Club, però per sviluppare un'immagine univoca del Rotary consigliamo il rispetto di almeno poche regole basilari.

Il bollettino dovrebbe contenere le seguenti **informazioni**:

- » **soci presenti** alla conviviale ed eventuali ospiti;
- » **calendario** degli incontri successivi;
- » breve **sintesi** della relazione della 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, la foto del Presidente o di altri soci, purché rispetti il format suggerito e non si distacchi eccessivamente dallo standard delle pubblicazioni rotariane.

Suggeriamo di fare periodicamente un'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 dove pubblicare il bollettino. Ricordatevi che la **Commissione Relazioni Pubbliche** del Distretto è sempre disponibile per fornire consigli e supporto su come impostare e/o migliorare il Bollettino di Club.

LA NEWSLETTER

A livello distrettuale e, talvolta, anche a livello dei singoli Club, sta prendendo piede la distribuzione delle informazioni ai soci tramite newsletter.

Si tratta di un metodo efficace ed economico per inviare un report periodico sulle attività del Club/Distretto, aggiungendo immagini e link di approfondimento, commenti e interviste, che completano le notizie.

Sugeriamo di prendere in considerazione l'ipotesi della produzione di newsletter, per raggiungere anche i soci meno attivi e mantenere vivo l'interesse per le attività. Lo storico delle newsletter inviate può poi essere archiviato sul sito istituzionale, per successive consultazioni, e rappresenta un utile strumento per "raccontare" in pochi click i progetti sviluppati e i successi ottenuti nel corso degli anni.

Lettera del
Governatore
ottobre



RIFLESSIONI SULLA PROFESSIONALITÀ

La parola a
Roger Abravanel



La dimensione dell'economia italiana nel mercato globale, quale prospettiva tra impresa familiare e internazionalizzazione? La crisi della nostra economia purtroppo va avanti da un quarto di secolo e ha poco a che fare con la grande crisi che ci colpisce da 5 anni. Non una crisi macroeconomica, ma un problema strutturale delle imprese e della società: ...

[leggi >](#)

RYGHT

Seminario 2013-2014

I partecipanti al RYGHT (Rotary Young Generation High Level Training) sono iscritti dai Club dei due Distretti 2042 e 2041 ed i candidati, ragazzi e ragazze dai 16 ai 18 anni iscritti al triennio della scuola superiore, sono di norma proposti dai Soci dei Club Rotary, Rotaract e Interact. ... [leggi >](#)

[presentazione e programma >](#)

[l'iniziativa >](#)

[iscrizione >](#)

Professionalità, come impegno personale

Caro Presidente, Caro Segretario, Cari Soci tutti, il mese di Ottobre ci chiama a meditare sull'Azione Professionale, la quale ci riconduce alla realtà del lavoro nella sua più ampia accezione, che a sua volta richiama una serie nutrita di concetti. A partire dalla dignità, e esso connessa, come anche Papa Francesco ha di recente sottolineato ("senza lavoro ...

[continua >](#)



Per guarire un bambino in più...
... il Tuo aiuto è prezioso!

BONIFICO BANCARIO
intestato a Rotary International Distretto 2042
causale: Comitato Maria Letizia Verga Onlus
Identificazione del donatore IBAN: IT22056960161900003812X38
SWIF: POSI122MIL

SCARICA IL

VERBALI

I verbali sono un efficace strumento per la comunicazione all'interno dell'Associazione. Trascrivere gli argomenti discussi e le decisioni prese nell'ambito di un'assemblea di Club, una riunione di commissione, un consiglio direttivo, 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 sviluppatisi 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, anche se redatto in forma estremamente semplificata, deve comprendere tutte le informazioni utili a orientare la partecipazione attiva e operosa dei soci alla vita del Club. Il verbale deve, di norma, essere diffuso a tutti gli interessati.

Pocket Rotary n. 4 - GLOSSARIO

Brochure	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 e i riferimenti. Per il Rotary, la brochure contiene tutte le informazioni sopra elencate relative al Club, e pi sommariamente, quelle del Rotary International e del Distretto.
Case study o Case history	Narrazione di un caso di successo di cui si 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.
Diapositiva/Slide	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.
Save the date (STD)	Cartoncino o messaggio elettronico che invita a segnare in agenda una data importante, a cui seguire l'invito vero e proprio.

Power point	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.
Verbale/Meeting report	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.

I pocket della comunicazione Edizione a.r. 2016-2017

1 La comunicazione a sostegno dell'impegno di servizio

2 Come organizzare le relazioni media per il Rotary

3 Presentare il Rotary nelle occasioni di contatto diretto

4 Regole di scrittura per i materiali informativi e di presentazione

5 Organizzare un evento di successo

6 La corporate identity del Rotary

7 Comunicazione digitale, il sito web e i social media