

COMUNICAZIONE PROIETTATA NEL FUTURO



Estrapolando dalle presentazioni previste nel Seminario per la Comunicazione - forzatamente impossibilitato a tenersi - ecco alcune considerazioni - "a quattro mani" - indirizzate sia specificatamente ai presidenti di club sia rappresentative di quanto messo in atto durante il corrente anno rotariano 2019-2020 per la corretta comunicazione dell'Immagine Pubblica.

La Comunicazione nel Distretto segue forme diversificate di operatività ma fondamentalmente riferibili ad alcune aree principali: queste sono Reputazione, Identità, Progettualità, Comunicazione propriamente detta, Relazione, Attività e strumenti e Immagine percepita.

L'Area Reputazione interessa principalmente il comportamento sociale, le relazioni pubbliche e istituzionali, il profilo dei Soci, le finalità delle attività prodotte, i rapporti con la stampa, i rapporti con gli altri Club i quali costituiscono il valore endogeno del Club.

L'Area Identità è ciò che vuole rappresentare il Club, al di là delle Regole generali espresse dal Regolamento e dallo Statuto. Essa deriva dai comportamenti inter-relazionali dei singoli Soci, ma soprattutto dalla leadership del Presidente e dall'armonia relazionale del Consiglio Direttivo.

L'Area Progettualità invece è quella creativa, dove fantasia e concretezza delle idee dei Soci trovano realizzazione. La leadership del Presidente e le linee guida del CD sono il perimetro entro il quale si sviluppano tutte le attività dell'anno. Bisogna creare progetti condivisi, che possano essere messi in rete con altri club del Distretto o in partnership con club esteri (ad esempio Global Grants).

L'Area Comunicazione potrebbe anche definirsi tecnica del "Fare, ma far sapere bene". Essa ha due aree di pubblico: una *interna* al

Club (Soci, famiglie, amici) e una *esterna* (altri Club, Istituzioni, Massmedia, Sponsor, Club Competitor, potenziali Partner). È definibile come **Area fondamentale** che - unitamente alla seguente area "Relazioni", concorre a divulgare la reputazione e l'identità di un Club. **L'Area Relazione** riguarda poi ogni Rotariano il quale - per primo - dovrebbe sentirsi Ambasciatore dei valori degli ideali rotariani. Essa diventa negativa quando è autoreferenziale, strumentale, conflittuale con gli interessi *super partes* del Club.

L'Area Attività e Strumenti fa sì che ogni progetto diventi attività di comunicazione e relazione sia all'interno del Club che con il pubblico esterno. Oggi, il mondo WEB e quello digitale, rendono l'immagine virtuale altrettanto importante quanto l'immagine cartacea, anzi - spesso - ne condizionano l'esistenza. È fondamentale quindi costruire un team dedicato a tali attività e a tali strumenti che possono essere pianificati annualmente dal Presidente e coadiuvati dal C.D.

L'Area infine dell'**Immagine percepita** definisce nel significato della parola che conosciamo tutti ... "come siamo percepiti" ... sia dal pubblico esterno che dal pubblico interno. Cioè cosa pensa di noi l'opinione pubblica. Un service che tocchi le corde dell'opinione pubblica, porta valore alla reputazione non solo del Club protagonista ma a tutto il mondo Rotariano.

Comunicazione ufficiale

Il Distretto 2110 veicola la propria comunicazione "ufficiale" principalmente attraverso la carta stampata ed alcuni social media.

A livello nazionale, sulla rivista ufficiale **Rotary Italia** ovviamente siamo periodicamente presenti con interviste personali o articoli



specifici richiesti in occasione di mesi dedicati alle specifiche Aree Focus. Nei recenti numeri a gennaio oltre il resoconto da S. Diego del DGE Alfio Di Costa, abbiamo avuto un'ottima visibilità nell'Area "Pace" con Gabriel Bernardo Da Silva nostro prestigioso Borsista della Pace (uno tra 50 in tutto il mondo) alla Duke University e Gabriele Roccaro con una Borsa degli Ambasciatori come Global Grant c/o l'Università di Haifa e a dicembre Livan Fratini ha comunicato l'attenzione verso le startup giovanili del territorio.

A livello distrettuale invece, il **"Rotary 110 Magazine"** ha iniziato l'anno 2019-2020 con una nuova veste tipografica, ricco nei contenuti, grafica e con un diversificato rapporto tra immagini e testo al fine di rendere sempre più "appetibile" ed "interessante" il testo scritto ufficiale che fornisce ogni volta ampio resoconto delle attività significative dei club e la progettualità del distretto.

Ma una vera novità è il ricorso a **"MIMESI"** affermata ditta di servizi stampa che con cadenza settimanale fornisce un efficace resoconto della rassegna stampa a livello regionale e nazionale con riferimento al D. 2110, Sicuramente artefici della comunicazione sono stati tutti quei Club che hanno condiviso anche quest'anno l'ostensione della bandiera del Rotary - in occasione del Rotary Day il 23 febbraio - sui Municipi delle città isolate ove insiste un Rotary Club. La notizia è stata riportata con ampia risonanza da ANSA Sicilia e testimonia la validità della "manifestazione" di una presenza del territorio che dall'inizio del suo avvio nel 2014 vede ogni anno circa 60 Club su oltre 90 aderire con questo significativo gesto.

Progetti distrettuali

Ma sono anche i progetti distrettuali di quest'anno a fare la differenza: Basic-Life support defibrillation, Caseificazione, Diabete, No ictus-no infarto, Un soffio per la vita, Malattie sessualmente trasmesse, Prevenzione oncologica, Diffusione della dieta mediterranea, Smettere di fumare, Stalking e violenza sulle donne. Nel comparto formazione ha segnato un punto di grande comunicazione la firma del rinnovo di accordo tra la Regione Siciliana Assessorato Pubblica Istruzione e le Università Siciliane o la firma del protocollo d'intesa con il Dipartimento di Scienze Pedagogiche dell'Esercizio fisico e della Formazione dell'Università di Palermo.

Poi vi sono la nostra adesione ai progetti nazionali ETICA e Tecnologie dell'informazione, Galilei Giovani, Good News Agency e - importantissimo - l'adesione al concorso nazionale su "Legalità e cultura dell'etica".

mimesi
YOUR MEDIA INTELLIGENCE

Social media

Una comunicazione efficace deve essere trasmessa anche attraverso i social media. Il D.2110 comunica sul WEB attraverso il proprio sito ufficiale **Internet "rotary2110.it"**, sul profilo ufficiale **Facebook "Distretto Rotary 2110"** e sul nuovo profilo ufficiale **"Instagram Rotarydistretto2110.official"**. In tema di comunicazione si preme segnalare che altre denominazioni simili di comunicazione sul WEB a nome del D.2110 sia in ambito distrettuale sia nazionale sono da ritenersi non ufficiali e quindi solo iniziative private di singole persone e - tanto meno - non esiste alcun canale ufficiale di comunicazione Whats'up del Distretto!

Recenti avvenimenti sanitari di questi giorni e probabilmente in corso durante la pubblicazione di questo articolo per il Magazine Distrettuale, manifestano chiaramente come la corretta "comunicazione" sia la base del trasferimento delle notizie efficaci.

Smart-learning

La forzata abolizione dei momenti di formazione pubblica distrettuale e le connesse

sessioni formative ci stanno ponendo di fronte ad un'evidenza nella quale l'unica soluzione possibile possa avvenire attraverso forme di "smart-learning" o "smart formation", quali riunioni video, webinar, diffusione di materiale informatico.

Il Rotary International già da alcuni anni ha completamente abolito uno dei suoi grandi punti di comunicazione: il servizio manuali e dispense operati dai vari uffici regionali di Zona (per noi Zurigo n.d.r.).

Tutto è stato demandato a seminari da fare on-line (webinar), singolarmente e per specifico settore di competenza e ruolo (Presidente, Segretario, Tesoriere, Assistente, Responsabile RF, Componente di Commissione etc etc etc).

Questa è verosimilmente l'unica strada da seguire in un futuro non più prossimo ma reale ed attuale. E così quasi sicuramente avverrà.

Per cui in un Distretto ove si dichiarano forniti di posta elettronica circa il 100% dei Presidenti e viene richiesto per presentare la qualificazione del MOU di Club per accedere alle sovvenzioni con fondi della RF, la frequenza di un webinar semplicissimo di 10 minuti, a volte potrebbe rappresentare un problema per quei Club che preferiscono ricorrere ad antiquati sistemi di "raccomandazione" per l'esenzione oppure per quei Presidenti che gravitano ancora su antiquate (costose e ecologicamente incompatibili) forme di comunicazione cartacea.

Oramai viviamo in un mondo ove anche i bambini dei primi gradi di istruzione frequentano forme di video-apprendimento a distanza sino a qualche tempo fa impensabili.

Ecco questa è forse la vera sfida della comunicazione. Una nuova classe dirigente a livello di Club che sappia essere al completo passo con i tempi ... senza però tralasciare la base primaria della comunicazione.

Ricordando che sarà soprattutto con la propria *immagine e credibilità personale*, ... che la gente riconoscerà il Rotary, ... *attraverso di noi e ciò che avremo fatto*.

*PDG Maurizio Triscari
Assistente istituzionale*

*DGD Orazio Agrò
Assistente operativo del Coordinatore di
Zona per l'Immagine Pubblica del Rotary*

GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DEL DISTRETTO

Rotary Distretto 2110 Magazine

La rivista distrettuale è stata registrata al Tribunale di Caltanissetta il 5 luglio 2019. La grafica è stata totalmente rinnovata privilegiando l'aspetto visivo attraverso l'inserimento di immagini ad alta risoluzione. Ampio spazio è stato dato alle attività dei Club Rotary, al Rotaract, all'Interact e al programma di Scambio giovani.

Sito Internet

Il sito è stato totalmente rinnovato nella grafica e nei contenuti. La grafica è stata uniformata a quella proposta dal Rotary International. Nel sito, oltre a trovare tutte le informazioni ufficiali dal Distretto, è possibile accedere a "Clubrunner" attraverso il quale i Club e i soci possono attingere numerose informazioni sui Club e sul Distretto. Una pagina è dedicata alle prenotazioni online al Congresso Distrettuale.

Pagina Facebook

La pagina "Distretto Rotary 2110" è quella ufficiale del Distretto. Ha circa 2.000 follower e un rating molto elevato. È il sistema più rapido di comunicazione da parte del Distretto ed uno strumento per seguire le attività dei Club e del Distretto stretto. Numerose sono le pagine dei Club, sia aperte che limitate ai soci.

Instagram

Il profilo Instagram ufficiale del Distretto - rotarydistretto2110.official - è stato aperto da poche settimane e stata riscuotendo un buon successo, soprattutto tra i soci più giovani e tra i rotaractiani.

WhatsApp

Si tratta di strumenti per la comunicazione interna. Le chat del Distretto sono dedicate ai Presidenti di Club, agli Assistenti del Governatore, allo Staff e alla Segreteria distrettuale sia dell'anno in corso che del prossimo. Numerose le chat delle Commissioni distrettuali e dei Club.

Rassegna Stampa

Il Distretto ha attivato un abbonamento con la ditta Mimesi per la rassegna stampa quotidiana. Comprende tutti gli articoli pubblicati sui quotidiani siciliani (Giornale di Sicilia, La Sicilia, Quotidiano di Sicilia, Gazzetta del Sud, MF, La Repubblica ed. Palermo) in cui sono riportate le parole chiave "Rotary" o "Rotary 2110" o "Distretto Rotary".

La rassegna stampa è inviata per mail ai soci che ne hanno fatto richiesta. La raccolta degli articoli è pubblicata mensilmente sul sito internet del Distretto.