



GUIDA PER RAFFORZARE L'EFFETTIVO

Creare un piano di sviluppo
per i club

PREMESSA ALL'USO DELLA GUIDA



Questa edizione 2015 della Guida (che sostituisce la precedente “Guida allo sviluppo dell’effettivo”) si rivolge ai presidenti di club, ai presidenti delle commissioni distrettuali per l’effettivo e alle commissioni di club per l’effettivo.

Nelle seguenti pagine viene spiegata la procedura consigliata per lo sviluppo di un piano di crescita insieme alle strategie per reclutare e attrarre nuovi soci. La guida vuole aiutarvi a valutare l’andamento dell’effettivo del club, ad adottare strategie volte a coinvolgere nuovi Rotariani e a creare programmi che possano interessare e impegnare tutti i soci. Verranno anche date informazioni su come patrocinare nuovi club e sulle risorse messe a disposizione dal Rotary a questo scopo.

Il foglio di lavoro, in appendice al testo, contiene una lista di controllo delle misure concrete che si possono intraprendere per rafforzare l’effettivo.

INDICE

INTRODUZIONE

CAPITOLO 1	Valutazione del club	5
CAPITOLO 2	Sviluppo di una visione	11
CAPITOLO 3	Come attrarre nuovi soci	12
CAPITOLO 4	Il coinvolgimento dei soci	17
CAPITOLO 5	Il patrocinio di nuovi club	21
CAPITOLO 6	Risorse e strumenti	23
APPENDICE	Foglio di lavoro – Piano di sviluppo dell'effettivo	26

INTRODUZIONE

Il piano di sviluppo dell'effettivo è un documento che riassume a grandi linee gli obiettivi del club in merito all'effettivo e le sue strategie di conservazione e reclutamento, con un duplice scopo: servire da guida e permettere ai soci di valutare i progressi raggiunti. Per garantire la dinamicità e la vitalità del club è importante che tutti i soci possano partecipare attivamente all'attuazione del piano.

I club nel mondo hanno modi molto diversi di intendere l'effettivo; per motivare i soci e attrarre nuove leve è dunque necessario rispettare le esigenze, le abitudini e i cambiamenti del territorio. Prima di definire gli obiettivi del club per l'effettivo, vi consigliamo di leggere i piani regionali relativi alla vostra zona; potrete trovarli sul sito www.rotary.org/it/membershipplans o richiederli al governatore o al presidente della commissione effettivo del vostro distretto.

Un effettivo numericamente forte e dinamico permette ai club di fare del bene nella comunità locale e nel mondo e di far conoscere il Rotary al pubblico, ottenendone il sostegno per la Fondazione Rotary e i suoi programmi. Se il rafforzamento dell'effettivo è una priorità del Rotary a tutti i livelli, dal Consiglio centrale ai coordinatori RI e ai dirigenti distrettuali (di cui si parlerà al Capitolo 6), la responsabilità maggiore spetta ai dirigenti dei club, in quanto sono proprio loro a poter agire nel modo più efficace.

CAPITOLO 1

VALUTAZIONE DEL CLUB



- Considerate la possibilità di un sondaggio condotto in modo anonimo
- Siate disposti ad accettare i suggerimenti
- Tenete conto di tutti i punti di vista
- Prima di distribuire il questionario, chiedete ad alcuni soci un riscontro sull'efficacia delle domande
- Siate creativi e trovate il modo di rendere piacevole il sondaggio



Il **68%** dei soci dei Rotary club nel mondo ha un'età compresa tra i 50 e i 70 anni. I vostri club offrono opportunità ai soci più giovani?

La valutazione del club, se svolta periodicamente e con obiettività, consente di individuarne i punti di forza e di debolezza ed è necessaria per garantire sia il coinvolgimento dei soci, sia la capacità del club di attrarre nuove leve. A quest'analisi dovrebbero partecipare tutti i soci perché da loro dipende la capacità del club di mantenersi dinamico e innovativo. In alcuni casi può essere utile rivolgersi anche a una persona di fiducia, esterna al club stesso, ad esempio un assistente del governatore o il presidente della commissione distrettuale per l'effettivo, che potrebbe fungere da facilitatore. Il punto di vista dei soci si può sondare attraverso:

- Colloqui personali;
- Sondaggi cartacei o elettronici;
- Dibattiti informali sia con piccoli gruppi che con un gruppo più grande, condotti in un ambiente diverso dalla solita sede delle riunioni del club;
- Gruppi di studio costituiti da soci attuali, soci potenziali o non Rotariani residenti nel territorio del club.

Siate disponibili a introdurre dei cambiamenti in base ai commenti ricevuti e alla partecipazione dei soci. La valutazione del club è molto più efficace se viene seguita subito da cambiamenti, anche per dimostrare ai soci che il club tiene conto delle loro opinioni; in caso contrario si rischia di scoraggiare la partecipazione ad altre iniziative analoghe in futuro.

Seguono alcuni punti fondamentali da prendere in esame nel valutare l'assetto del club:

LA DIVERSITÀ DEMOGRAFICA

I club più efficaci rispecchiano il profilo demografico del loro territorio. L'aumento del numero di donne, giovani professionisti e individui appartenenti a diversi gruppi etnici dovrebbe essere un obiettivo condiviso da tutti i Rotary club. I club che vantano punti di vista diversi, infatti, riescono non solo a trovare soluzioni creative ai problemi del territorio, ma hanno maggiore credibilità nelle loro comunità e possono contare su più risorse, volontari, potenziali soci e raccolte fondi di maggior successo. Di seguito sono riportati alcuni esempi di domande che potranno aiutarvi a valutare la diversità demografica del club (per la valutazione si veda la pubblicazione [Membership Assessment Tools](#) – in passato intitolata Club Assessment Tools – scaricabile in formato pdf dal sito www.rotary.org/it o acquistabile da shop.rotary.org)

- Com'è l'equilibrio di genere nel club?
- Quanti sono i soci di età inferiore ai 40 anni?
- La composizione etnica del territorio trova un'adeguata rappresentanza nel club?



L'80% circa dei Rotariani è ancora attivo nella vita professionale, mentre il restante 20% è in pensione. La composizione demografica del vostro club influisce sulle sue strategie di reclutamento? In che modo?

- La composizione della dirigenza del club rispecchia la composizione demografica dei suoi soci?
- La diversità dei punti di vista è accolta favorevolmente?

EQUILIBRIO NELLE CLASSIFICHE

Capire la composizione professionale dell'effettivo può aiutarvi a definire delle strategie per raggiungere una compagine sociale più equilibrata, che rispecchi le figure professionali presenti sul territorio. Il *Rotary Code of Policies* stabilisce che i club siano costituiti da professionisti provenienti da settori diversi, classificati in categorie secondo l'attività svolta, la professione o il ruolo svolto nella comunità. Il sondaggio sulle classifiche professionali contenuto nella pubblicazione [Membership Assessment Tools](#) permette di individuare le eventuali lacune del club in questo ambito.

Tra i soci del vostro club ci sono ingegneri informatici, progettisti di siti web, esperti di pubbliche relazioni o di raccolta fondi? Ci sono imprenditori, liberi professionisti, responsabili di organizzazioni non profit? Le competenze professionali dei soci rappresentano una vera ricchezza per i club, che dovrebbero valorizzarle nelle commissioni e per i propri progetti. Coinvolgere attivamente i soci nella vita del club contribuisce a mantenerne vivo l'impegno e l'interesse nel Rotary.

VALUTAZIONE DELLA FUNZIONALITÀ E DELLA CRESCITA EFFETTIVA DEL CLUB

Anche i club che mantengono un numero costante di soci da un anno all'altro possono avere problemi di conservazione. Il problema si verifica quando il club continua ad ammettere e a perdere soci; questa cosiddetta "sindrome della porta girevole" impedisce al club di funzionare con efficacia, di svolgere progetti di successo e di attrarre nuovi soci.

Per ottenere un quadro chiaro della situazione dell'effettivo nel club, controllatene l'andamento negli ultimi tre-cinque anni. I dati che vi serviranno per quest'analisi sono disponibili nei rapporti in Rotary Club Central.

Informazioni più dettagliate si possono anche raccogliere completando il modello di sostenibilità e crescita incluso in [Membership Assessment Tools](#). Il modello analizza l'andamento dell'effettivo del club entro un determinato periodo e consente di rilevare eventuali dati di avvicinamento significativi.

CREAZIONE DI UN PROFILO DI SOCI DIMISSIONARI

La durata media dei soci nel club è un dato utile per permettervi di individuare gli aspetti positivi e le criticità del piano di sviluppo dell'effettivo. Il profilo dei soci dimissionari (v. [Membership Assessment Tools](#)) raggruppa i soci in base agli anni di anzianità nel Rotary.



Visitate la pagina **Pubbliche relazioni** del Rotary per informazioni su come creare un comunicato stampa e diffonderlo localmente; i quotidiani sono spesso disposti a pubblicare gratuitamente le notizie che riguardano eventi locali.

Se ad esempio si scopre che la maggior parte dei soci lascia l'associazione nei primi due anni, il club può intervenire offrendo programmi di orientamento e formazione e coinvolgendo maggiormente i soci nelle sue attività.

Dopo la valutazione iniziale svolta da un dirigente del club, la commissione per l'effettivo dovrebbe valutarne i risultati, discuterli con i soci a una riunione o a un'assemblea del club e invitare i soci stessi a proporre strategie e attività volte a migliorare i tassi di conservazione.

INNOVAZIONE E FLESSIBILITÀ

In un mondo in costante cambiamento, il successo del club dipende dalla sua flessibilità e capacità di innovarsi. Da sondaggi e gruppi di studio è emerso che i soci potenziali e i soci più giovani sono più propensi a restare nel Rotary se notano da parte del club un'attenzione per le questioni che interessano loro ma anche per i loro impegni lavorativi, familiari e personali.

Chiedetevi se le attività e le consuetudini del club possano rispecchiare gli interessi attuali ed eventualmente che cosa si possa modificare per rendere il club più attraente: ad esempio, un cambiamento negli orari o nella sede delle riunioni, quote sociali più contenute, una diversificazione nei progetti svolti, più varietà nei programmi delle riunioni.

Idee pratiche a proposito si possono trovare in [Rendere il club dinamico. Il tuo piano direttivo di club – Europa Occidentale](#).

LA POSIZIONE DEL CLUB NELLA COMUNITÀ

Farsi conoscere è un elemento essenziale per garantire la crescita e il successo del club. Il vostro club è conosciuto sul territorio? I soci manifestano la loro appartenenza al Rotary ad amici, vicini e colleghi? Che immagine si sono fatti del club i residenti della vostra zona? Prendete in considerazione la possibilità di invitare a un progetto persone interessate al Rotary, in modo che possano conoscere meglio il club e il suo lavoro nella comunità.

Da alcuni sondaggi è emerso che la gente è più propensa a sostenere finanziariamente e con il volontariato le organizzazioni che vantano una lunga tradizione di risultati tangibili. Fate in modo che il vostro club informi regolarmente il pubblico dei suoi progetti di volontariato, per potenziare sia la raccolta fondi che il reclutamento.

La pagina Pubbliche relazioni del sito [Rotary.org](#) offre risorse e strumenti per aiutare i club a farsi conoscere.

LA COMUNICAZIONE DIGITALE PER PROMUOVERE IL CLUB

Per comunicazioni digitali s'intendono i messaggi trasmessi attraverso i media elettronici. Il vostro club ha un sito web o una pagina Facebook o Twitter? Se li ha, vengono aggiornati con regolarità? C'è qualcuno che si occupa di twittare informazioni sugli eventi e sui progetti più significativi del club? Comunicate spesso online con altri Rotariani nel mondo e con i rappresentanti di organizzazioni con



Informazioni più dettagliate sul Rotary nelle reti sociali sono disponibili sulla pagina **Social Media** di **Rotary.org**.

le quali vorreste collaborare? Il club è iscritto a LinkedIn? Questi social media possono aiutarvi a far conoscere il vostro club sul territorio, ad attrarre nuovi soci e nuove risorse e a tenere informati i soci.

È importante comunicare con regolarità e professionalità ma anche essere creativi e intraprendenti. Video, podcast e blog permettono di condividere importanti informazioni sul Rotary in generale e sul club. Visitate regolarmente il sito web Rotary.org e il blog [Rotary Voices](#), dove potete trovare contenuti da utilizzare per il sito web e i bollettini del club; nelle pagine del [Brand Center](#) troverete invece istruzioni e modelli per comunicare in modo chiaro e incisivo il messaggio rotariano.

Se nel vostro club non c'è nessuno che conosca a fondo questi media, potreste rivolgervi a un professionista del settore invitandolo a parlare ai soci durante una riunione. Qui di seguito sono elencate le piattaforme più comunemente usate dai Rotariani nel mondo per farsi conoscere:

Facebook

Nella pagina ufficiale di Facebook del Rotary International (www.facebook.com/rotary) troverete articoli, annunci di eventi rotariani e video. I club stessi possono utilizzare Facebook per raggiungere i potenziali soci, invitare il pubblico alle raccolte fondi, far conoscere i propri progetti, inserire collegamenti ad altri siti (ad esempio, alla pagina Donazioni), comunicare con altre organizzazioni e far conoscere i punti salienti dell'opera svolta dal Rotary nel mondo.

LinkedIn

Tramite questa importante rete sociale dedicata ai professionisti e al mondo delle imprese, i Rotariani possono connettersi con altri soci e amici del Rotary e partecipare a gruppi di discussione regionali e internazionali. La pagina ufficiale del [Rotary International su LinkedIn](#) conta oggi 50.000 iscritti.

Twitter

Sfruttando la sinteticità di Twitter (ogni messaggio di testo non deve superare i 140 caratteri) potrete tenervi in contatto con altri soci e sostenitori del Rotary su twitter.com/RotaryItalia. Tramite questa pagina è possibile non solo dialogare con altri Rotariani, ad esempio durante un congresso, ma anche mantenere i contatti con i media locali e postare link ad articoli e informazioni sui progetti svolti nella comunità.

YouTube

Il Rotary ha creato un canale su YouTube per trasmettere i propri video. L'indirizzo (www.youtube.com/rotaryinternational) può essere postato sui siti web dei club o dei soci, sulle pagine del club presso le reti sociali e sui bollettini elettronici. I video prodotti in modo professionale dai club e caricati su YouTube rappresentano un ottimo veicolo pubblicitario per far conoscere a potenziali soci e donatori le attività svolte.

IL CLUB VISTO CON GLI OCCHI DI UN OSPITE

Prima della riunione

È facile per un visitatore trovare informazioni sulla prossima riunione del club? Per scoprirlo, chiedete a un vostro parente o a un amico di cercare queste informazioni sul vostro club:

- Orario della prossima riunione;
- Sede;
- Se i visitatori sono tenuti a mettersi in contatto con un socio del club prima di partecipare alla riunione; e se sì, chi contattare;
- Se la partecipazione alla riunione comporta dei costi;
- Se la riunione si svolge durante un pasto;
- Tipo di riunione o i temi trattati;
- A che ora si concluderà la riunione.

Se queste informazioni non sono facilmente reperibili sulla pagina di Facebook del club, sul suo sito web o attraverso la funzionalità **Trova club** del sito Rotary.org, significa che il club rischia di perdere l'occasione di farsi conoscere da soci potenziali.

Durante la riunione

Passate in rassegna il programma della riunione per assicurarvi che sia un'esperienza positiva. In particolare, verificate se:

- I Rotariani in visita e gli altri ospiti sono accolti da un socio incaricato di salutarli al loro arrivo e al momento di congedarsi;
- Le riunioni cominciano e finiscono in orario;
- Per le riunioni si osserva sempre un programma ben definito;
- I relatori propongono temi interessanti e attuali;
- C'è varietà sia per quanto riguarda i relatori che per i temi trattati;

- Si viene a creare un'atmosfera di convivialità;
- C'è varietà nel tipo di riunioni.

Per ottenere un giudizio imparziale e distaccato si può anche invitare un amico o un socio di un altro club a partecipare ad una riunione (anche in incognito, senza far conoscere le proprie motivazioni) e poi chiedergli di condividere le proprie impressioni.

Progetti di servizio

Riflettete sui progetti svolti dal club e chiedetevi se siano esperienze interessanti e piacevoli per tutti i partecipanti. In particolare:

- Il club è impegnato in un progetto di servizio particolarmente significativo che preveda il coinvolgimento di tutti i soci?
- Il club invita non rotariani (amici, familiari, colleghi, alumni del RI, Rotaractiani e altri) a partecipare ai suoi progetti e a conoscere meglio le sue attività?
- I progetti di servizio del club rispondono a un bisogno effettivo riscontrato nella comunità e al tempo stesso suscitano l'interesse dei soci?
- I soci del club incontrano direttamente i beneficiari dei loro progetti?

Gruppo di studio

Ogni club è diverso e altrettanto diversi sono i bisogni delle singole comunità. I gruppi di studio possono essere uno strumento valido per incontrarsi con non Rotariani che vivono nella zona del club, presentare loro il Rotary e ottenere commenti su come si potrebbe migliorare il club. I risultati sono più oggettivi se l'incarico di guidare il

gruppo di studio viene affidato a un professionista esterno. Se ciò non fosse possibile, è importante che il facilitatore sia obiettivo e di vedute aperte. Seguono alcune indicazioni su come procedere:

1. CHI INVITARE

Preparate un elenco di persone da invitare della vostra comunità, cercando di includere sia uomini che donne di età e professioni diverse. Potrebbero far parte del gruppo soci potenziali, Rotaractiani, alumni del RI ma anche individui che non sanno molto del Rotary. Spiegate che faranno parte di un gruppo di studio e che il loro parere aiuterà il club a definire i suoi futuri progetti.

2. L'ATMOSFERA GIUSTA

Una volta riuniti i partecipanti è importante creare un'atmosfera in cui tutti sentano di poter parlare con franchezza. Le sessioni con domande e risposte devono essere informali e condotte come una discussione amichevole. Il facilitatore spende qualche minuto a presentarsi, parlando brevemente del suo legame con il Rotary e dimostrando entusiasmo per la sessione che sta per cominciare.

Quindi si chiede ai partecipanti di presentarsi incoraggiandoli ad accennare alle informazioni che ritengono importanti, come ad esempio la loro professione, gli anni di residenza nella zona del club o il loro eventuale coinvolgimento in altre associazioni professionali o di servizio.

3. LA CONVERSAZIONE

A prescindere dal numero delle domande, è essenziale preparare in anticipo un programma. Evitare

domande a cui si può rispondere con un semplice sì o no:

- Che aspetti ritenete siano i più positivi della nostra zona?
- Se aveste un'ora in più di tempo libero al giorno, come la passereste?
- Quali sono secondo voi i problemi maggiori che affliggono questa zona?
- Che cosa possono fare i residenti per affrontarli?
- Potendo aiutare i residenti di qualsiasi regione al mondo, in qualsiasi modo, dove andreste e che cosa cerchereste di fare?
- Come viene visto il Rotary, nel bene e nel male, dal pubblico?

Date a tutti la possibilità di parlare, evitando che siano pochi a predominare la discussione. Spiegate che per il club è fondamentale ricevere il maggior numero di commenti da parte del gruppo. Il compito del facilitatore è di mantenere un atteggiamento neutrale ed evitare che le domande richiedano specifiche risposte; deve inoltre interpellare tutti ma senza mettere nessuno a disagio.

4. CONDIVISIONE DEI RISULTATI

Preparatevi a presentare al club i cinque punti più rilevanti emersi dal gruppo di studio durante una riunione seguita da uno scambio di idee; preparate anche una scheda riassuntiva da usare come riferimento.

I risultati possono aiutare il club a sviluppare programmi attraenti per il reclutamento. Nella discussione è comunque importante sottolineare che l'opinione dei soci conta e viene rispettata, e che anche una sola persona può fare la differenza.

CAPITOLO 2 SVILUPPO DI UNA VISIONE



Per la stesura della visione può essere utile riunire il club in un luogo diverso dal solito, in un ambiente che sia piacevole, spazioso e conveniente per i soci e che incoraggi l'innovazione. Può anche essere opportuno chiedere la consulenza di un professionista del settore o servirsi del processo di facilitazione ideato per i Rotary club (www.rivisionfacilitation.org).

Le valutazioni di cui si è parlato nel Capitolo 1 vi potranno servire da base per formulare una visione per il club, cioè la proiezione del club così come lo vorreste vedere fra tre-cinque anni. La creazione di una visione, sebbene richieda tempo, può contribuire a rafforzare il club rendendolo più attivo e attraente. Questo vale soprattutto se si coinvolgono in questa procedura tutti i soci, promuovendo il senso di appartenenza al club, la comprensione degli obiettivi condivisi e la voglia di lavorare insieme per realizzarli.

Le seguenti domande possono guidarvi nella stesura di una visione:

- Quali sono le eccellenze del club e come si potrebbero sfruttare al meglio?
- Quali sono i punti di debolezza?
- Per quali aspetti vorreste che il club fosse conosciuto?
- Che influenza possono avere i punti di forza e di debolezza del club sulle sue priorità strategiche?
- Quali sono gli obiettivi per il breve e il lungo termine?
- Sono già stati adottati dei piani per la realizzazione di questi obiettivi?
- È stato formato un comitato ad hoc incaricato di monitorare la realizzazione del piano strategico e di proporre eventuali raccomandazioni?

Dopo la stesura della visione si passa alla pianificazione strategica, cioè il processo in cui si indicano le modalità per realizzarla. La [Guida alla pianificazione strategica](#) è un utile riferimento per i club sia durante la stesura o revisione della loro visione sia nel processo di definizione degli obiettivi annuali e per il lungo termine.

CAPITOLO 3 COME ATTRARRE NUOVI SOCI



Il motivo principale per cui si diventa soci di un Rotary club è il desiderio di avere un impatto positivo nella comunità attraverso il servire.



Per il reclutamento il club può avvalersi dell'aiuto di associazioni professionali locali, come ad esempio reti di giovani professionisti o donne nell'imprenditoria.

Tutti i club, per essere dinamici e attivi, hanno bisogno di nuovi soci che introducano nuove idee e prospettive diverse e che contribuiscano a potenziare l'opera svolta dal club nella comunità.

Dopo aver valutato lo stato dell'effettivo (Capitolo 1) e sviluppato una visione per il futuro del club (Capitolo 2), si passa alla fase successiva, ovvero lo sviluppo di strategie valide con cui affrontare le criticità individuate durante la valutazione. Per molti club si tratta della necessità di attrarre nuovi soci; in questi casi, le strategie di reclutamento devono tener conto delle problematiche emerse durante l'analisi della diversità demografica e delle classifiche.

CHI SONO I SOCI POTENZIALI

Possono essere reclutati tra gli amici, i vicini e le conoscenze professionali dei Rotariani, ma vi sono anche altre persone che potrebbero rivelarsi in sintonia con i valori e l'assetto del club: ad esempio, volontari che hanno partecipato ai progetti del club, individui interessati all'associazione o anche ex soci che vorrebbero ritornare nel Rotary. Molti soci che hanno lasciato l'associazione per un breve periodo di tempo sarebbero interessati a rientrarvi se invitati a farlo. Altrettanto

importante è il coinvolgimento di giovani professionisti che in passato hanno preso parte ai programmi rotariani (Scambi di Gruppi di studio, squadre di formazione professionale, borse degli Ambasciatori, borse della pace del Rotary, Rotaract); di genitori o nonni di Interactiani e partecipanti ai RYLA e allo Scambio giovani; o anche delle famiglie che ospitano gli studenti dello Scambio giovani.

Una volta all'anno chiedete ai soci di rispondere al questionario contenuto in **Membership Assessment Tools**: una semplice attività che li aiuterà a riflettere su chi potrebbe diventare un buon Rotariano.

I risultati del questionario dovrebbero essere utilizzati per avviare una discussione con i soci sulla cultura del club e sull'idoneità degli individui identificati come potenziali soci. Si tratta di professionisti che svolgono il proprio lavoro nella zona del club? Gli orari delle riunioni sono compatibili con i loro impegni? I candidati hanno dimostrato di avere capacità di leadership? Hanno un profilo demografico diverso dagli attuali soci e possono contribuire ad arricchire la compagine sociale del club? Una procedura oculata di reclutamento può voler dire la differenza tra un socio temporaneo e poco attivo e un Rotariano interessato a restare nell'associazione per tutta la vita.



Da un sondaggio condotto nel 2011 è emerso che l'**86%** dei Rotariani è diventato socio di un club grazie a un parente, un amico o un collega. Questo dato può servirvi nello sviluppo di un piano di reclutamento per il club.



Invitate un non Rotariano a partecipare a un progetto di servizio in modo che possa vedere direttamente l'opera umanitaria svolta dal club. Incaricate quindi un socio di contattare il partecipante dopo l'evento. Il coinvolgimento dei potenziali soci nel servizio alla comunità è uno dei modi più efficaci per attrarre i più giovani.

Se trovate un individuo che sarebbe perfetto per il Rotary ma i cui impegni personali non sono compatibili con l'orario delle riunioni, potete raccomandarlo a un altro Rotary club.

Gli individui che, invitati ad associarsi al Rotary, decidano di non farlo possono sempre collaborare con l'associazione come volontari, donatori o sostenitori del club.

COME RIVOLGERSI A UN SOCIO POTENZIALE

I potenziali soci possono essere amici, conoscenze professionali, Rotaractiani o alumni del RI, compresi i partecipanti allo Scambio giovani. Possono anche essere familiari di soci o persone conosciute da poco.

Comunicare con loro in modo sintetico e lineare, evitando di inondarli con informazioni sul Rotary prima ancora che abbiano avuto la possibilità di partecipare a una riunione o a un progetto di servizio. Cominciate la conversazione spiegando l'impatto del Rotary sulla vostra vita personale e professionale e sulle vostre amicizie. Anche se fatti e cifre hanno un valore, è soprattutto con gli esempi concreti e le storie di vita vissuta che si riesce a instaurare un legame più profondo con i nostri interlocutori. Dopo aver presentato brevemente il Rotary, chiedete al potenziale socio quali siano gli aspetti della vita di club che gli interessano maggiormente. Le risposte possono essere svariate – dal desiderio di conoscere nuove persone o di instaurare rapporti di collaborazione con altri professionisti, alla speranza

di poter affrontare un particolare problema che affligge la comunità; in base alle risposte ricevute potrete quindi spiegare che cosa abbia da offrire il vostro club.

Riflettete anche sul tipo di evento che potrebbe interessare maggiormente al candidato: ad esempio una riunione ordinaria, un'iniziativa del club o la partecipazione a un progetto di servizio o a una raccolta fondi.

COME COMUNICARE I VANTAGGI DELL'ASSOCIAZIONE

Nel descrivere il Rotary ai soci potenziali, tenete conto dei loro interessi e delle loro esigenze?

Tra i vantaggi della vita associativa indicati dai Rotariani di tutto il mondo vi sono:

- La possibilità di avere un impatto positivo sulla comunità;
- L'opportunità di instaurare rapporti collaborativi con altri professionisti e amicizie durature;
- Lo sviluppo di capacità professionali (ad esempio, pianificazione di eventi, parlare in pubblico, raccolta fondi) o la possibilità di trovare un mentore;
- La possibilità di includere i propri familiari nei progetti e in altri eventi; e i ragazzi nei programmi per i giovani, sia a livello locale che all'estero;
- La creazione di una rete globale di amici, rilevante soprattutto per chi viaggia.

I seguenti scenari illustrano come ci si possa basare sugli interessi espressi da un interlocutore per presentargli il Rotary.



Invitate i soci del vostro club a un dibattito sul valore e sui vantaggi offerti dall'essere Rotariani. Le informazioni emerse possono essere trasformate in messaggi che i soci possono introdurre nella conversazione con i non Rotariani.

Servizio alla comunità

Un residente della vostra zona viene citato spesso dalla stampa per il suo impegno civico e umanitario. Invitatelo a unirvi a voi, insieme alla sua squadra di volontari, durante il prossimo progetto di servizio, al quale potrà contribuire con idee ed esperienza. Quest'aiuto in più vi permetterà non solo di ampliare l'impatto del progetto, ma anche di incontrare persone qualificate e interessate ad associarsi al club.

Amicizie e conoscenze

Una vostra collega, in pensione da poco, si sente isolata. Spiegatele come l'associazione al Rotary vi abbia aiutato a mantenervi attivi nella comunità, a conoscere altri imprenditori e professionisti, ad approfondire nuove tematiche, a instaurare amicizie durature. Invitatela quindi al prossimo evento sociale del club, a una riunione o a un'attività di servizio.

Familiari

Un vostro vicino di casa vorrebbe coinvolgere i suoi figli in attività che abbiano un impatto positivo. Spiegategli che le famiglie dei Rotariani prendono parte a numerose attività del club e che il Rotary sostiene i giovani con borse di studio e scambi culturali all'estero.

Servizio internazionale

Una vostra conoscente vorrebbe trovare un'organizzazione di fiducia da sostenere finanziariamente; vorrebbe anche partecipare ad attività di servizio all'estero. Spiegatele che i Rotary club di tutto il mondo uniscono le forze per fornire l'accesso all'acqua pulita, all'istruzione, all'assistenza sanitaria e a molto altro.

FORMAZIONE E ORIENTAMENTO

I livelli di abbandono sono molto più alti tra chi si associa al Rotary senza conoscerlo a fondo; è quindi essenziale informare i soci potenziali su tutti gli aspetti dell'essere Rotariani. Si può farlo attraverso sessioni informative sulle attività e sui vantaggi dell'affiliazione, invitando diversi soci a parlare della propria esperienza nel club. Tenete presente che anche i Rotaractiani, gli alumni del RI o i borsisti della pace non sempre conoscono tutti gli aspetti della vita di club; è dunque importante informarli sulla cultura del club, sui suoi progetti più significativi e su questioni pratiche come le quote sociali, gli orari delle riunioni, la sponsorizzazione di nuovi soci e l'impegno nel club.

SEGNALAZIONE DI POTENZIALI SOCI AD ALTRI CLUB

Se conoscete qualcuno che pur avendo le qualifiche per diventare Rotariano è impossibilitato ad associarsi al vostro club, segnalatelo a un altro club e, se in zona, accompagnatelo voi stessi a una riunione per fare le presentazioni. Per informazioni su altri club potrete rivolgervi al presidente della commissione distrettuale per l'effettivo o al governatore.

La segnalazione di individui interessati all'associazione può essere fatta anche online all'indirizzo www.rotary.org/membershipreferral con l'assistenza del Rotary International. Il governatore e il presidente della commissione distrettuale per l'effettivo potranno a loro volta inoltrarvi segnalazioni ricevute

da altri soci, domande di Rotariani in trasferimento e richieste di informazioni sull'affiliazione ricevute attraverso il sito [Rotary.org](https://www.rotary.org).

PASSI VERSO UN EFFETTIVO DEMOGRAFICAMENTE VARIO

Nel Capitolo 1 si sono visti i vantaggi di una compagine sociale demograficamente variegata e le istruzioni per svolgere una valutazione dell'assetto del club da questo punto di vista. Di seguito troverete suggerimenti per attrarre giovani professionisti e donne: i due gruppi demografici che maggiormente interessano molti club.

10 idee per attrarre giovani professionisti

Se l'afflusso di soci più giovani è indispensabile per il futuro del club, è anche vero che i giovani hanno spesso una vita frenetica, obblighi familiari e questioni di budget che possono rendere più difficile l'affiliazione al Rotary. Per ovviare almeno in parte a questi ostacoli i club possono prendere alcuni accorgimenti, tra cui:

1. Esonerare i giovani in tutto o in parte dal versamento delle quote sociali per un determinato periodo di tempo;
2. Creare un club satellite con orari alternativi o un formato più conveniente per i soci con giovani famiglie: ad esempio, un club che si riunisca il sabato mattina o che abbia il formato di un e-club;
3. Ridurre le spese sostenute per le riunioni o rendere i pasti facoltativi. Ad esempio, le riunioni si possono organizzare riunendosi per consumare un semplice caffè o un pasto a cui tutti contribuiscano

con un piatto; oppure decidendo a turni chi dovrà portare un rinfresco;

4. Creare attività conviviali o di networking che possano interessare ai giovani professionisti;
5. Organizzare le ammissioni al club in gruppo e non separatamente: un accorgimento che può contribuire a mettere i nuovi soci a loro agio;
6. Creare un'atmosfera per cui le assenze alle riunioni siano consentite (tenendo conto che al giorno d'oggi l'assiduità perfetta non è sempre possibile). Questa innovazione può comportare dei cambiamenti al regolamento del club;
7. Sottolineare le occasioni di partecipazione a progetti di servizio nella comunità;
8. Affiancare a ogni nuovo socio un Rotariano esperto che funga da mentore e che aiuti i nuovi arrivati a inserirsi nel club. Informazioni più dettagliate a proposito si trovano nella pubblicazione: [Orientamento di nuovi soci. Guida procedurale per club](#);
9. Coinvolgere i nuovi soci nella vita del club, tenendo conto che la loro creatività e il loro entusiasmo possono contribuire a risolvere problemi di lunga durata;
10. Offrire una maggiore varietà. Discutete fra voi sui diversi modi con cui i nuovi soci potrebbero contribuire attivamente al Rotary e coinvolgeteli nella vita del club tenendo conto dei loro interessi e capacità.



Importante è il coinvolgimento degli Alumni – ex partecipanti ai programmi del RI, tra cui Borse degli Ambasciatori, Scambi di Gruppi di studio, Squadre di formazione professionale, Scambio giovani, Rotaract e Interact. Invitateli a continuare la loro partecipazione nel Rotary ed eventualmente a diventare Rotariani.



Gli annunci su Facebook possono essere un veicolo efficace per promuovere localmente un progetto o un evento sociale del club tra persone che non sanno molto del Rotary ma che vorrebbero saperne di più.

Le donne nel Rotary

Secondo un sondaggio condotto nel RI nel 2013, le donne costituiscono il 19 per cento dei Rotariani nel mondo; in alcune regioni la loro percentuale è ancora più bassa. Eppure le donne si uniscono al Rotary per gli stessi motivi degli uomini: per fare la differenza nelle loro comunità e per instaurare contatti personali. Se le socie nel vostro club costituiscono meno del 50 per cento dell'effettivo, tenete presente che l'ammissione di più donne contribuisce a dare ai club un assetto più consono alla composizione demografica del territorio; un maggiore numero di socie, inoltre, apporta una prospettiva diversa e contribuisce ad ampliare l'impatto e la portata dei progetti di servizio.

Dati demografici regionali

I supplementi con i dati demografici relativi alle varie regioni sono disponibili all'indirizzo www.rotary.org/it/membership-resources.

RISORSE PER LA PROMOZIONE DEL CLUB

Per aiutare i soci del club a trovare con facilità il materiale promozionale potete aggiungere una scheda

Risorse al sito web o alla pagina di Facebook del club. Oltre al materiale preparato dal club si possono anche utilizzare le risorse curate dal Rotary International, tra cui:

- **Brand Center**: utile per la creazione di opuscoli e di poster personalizzati con le informazioni del club da distribuire ai visitatori durante le riunioni e altri eventi;

- **Che cos'è il Rotary**: biglietti, acquistabili dal sito shop.rotary.org, da consegnare a chi vi sta ascoltando quando parlate del Rotary;
- **Proud Member**: adesivi statici per il finestrino dell'auto, la casa o l'ufficio; si possono ordinare dal sito shop.rotary.org

RICONOSCIMENTI PER I SOCI CHE CONTRIBUISCONO ALLA CRESCITA DEL CLUB

Il **Programma di riconoscimento per sponsor di nuovi soci** è una recente iniziativa che prevede la consegna di una speciale spilla ai Rotariani che contribuiscono alla crescita del club. Un distintivo colorato da abbinare alla spilla indica i successi ottenuti: uno sfondo azzurro per indicare un socio, e altri colori per indicare un maggior numero di soci introdotti nel club. Le spille dovrebbero essere consegnate durante una riunione, non solo come gesto di riconoscimento pubblico ma anche per indicare l'importanza della crescita dell'effettivo.

I club possono trovare anche altri modi più personalizzati per ringraziare i soci per il loro contributo alla crescita.



CAPITOLO 4 IL COINVOLGIMENTO DEI SOCI



Consigliate ai soci del club la lettura di **Connettiti per fare del bene**, una breve guida che descrive i diversi modi in cui è possibile partecipare nel Rotary: dal volontariato nei progetti di servizio all'ospitalità offerta a un partecipante dello Scambio giovani o all'incontro con altri Rotariani durante il Congresso internazionale.



I motivi principali per cui i Rotariani rimangono nel Rotary sono l'amicizia e i rapporti di collaborazione che s'instaurano tra i soci.

Se il reclutamento di nuovi soci è una necessità, non bisogna sottovalutare l'importanza di mantenere l'assetto dell'effettivo: un obiettivo che si realizza coinvolgendo tutti i soci, siano essi nuovi o di lunga data, in attività, riunioni, eventi, progetti e incarichi direttivi. I soci che vivono quest'impegno avvertono un maggior senso di appartenenza al club grazie ai legami di amicizia che vi si instaurano, partecipano con più slancio ai progetti e si sentono orgogliosi di far conoscere agli altri il privilegio di essere Rotariani.

COME COINVOLGERE I SOCI

Provate a immaginare i soci in un'ottica aziendale come se fossero i vostri migliori clienti: che tipo di esperienze li spingono a "ritornare" da voi? Se, come ormai è noto, i soci più impegnati nel club sono anche quelli più propensi a rimanervi, fate in modo che si sentano apprezzati e che vengano offerte loro diverse occasioni di partecipazione. Lo si può fare:

- Riconoscendo i successi realizzati e altre occasioni da celebrare, come anniversari nel Rotary, successi professionali, compleanni;
- Istituito un programma di tutoraggio per cui alcuni Rotariani affiancano come mentori i soci nuovi o meno attivi;
- Svolgendo dei sondaggi regolari tra i soci per verificare che le aspettative che avevano nell'associarsi al Rotary siano continuamente realizzate;
- Incoraggiando i soci a far parte di commissioni che rispecchino le loro capacità e i loro interessi;
- Dando ai soci un senso chiaro dei valori del club e dei suoi obiettivi per il lungo termine;
- Invitandoli a partecipare a seminari o congressi distrettuali;
- Invitandoli a scegliere e a dirigere a turno i progetti di loro interesse;
- Interpellando i soci sui loro interessi in materia di conferenze e invitando relatori competenti e interessanti;
- Pubblicando sul sito web, sulla pagina di Facebook o nel bollettino del club foto dei soci scattate durante progetti di servizio o eventi come modo di apprezzarne la partecipazione;
- Aggiornando regolarmente i soci sui progressi del club verso la realizzazione dei suoi obiettivi; anche questo contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza al Rotary e a sottolineare l'importanza di una partecipazione continuata nel tempo.



Tra i Rotariani che hanno lasciato l'associazione, il **53%** ha riferito che la dirigenza del club non aveva mai chiesto il parere dei soci.



Tra i soci dimissionari, molti hanno lamentato la mancanza di informazioni da parte della dirigenza del club; più della metà ha dovuto far ricorso a *The Rotarian* o alla rivista regionale per aggiornarsi sul proprio club.

L'opinione di ogni socio è importante

I sondaggi anche informali condotti tra i soci possono fornire dati utili per le attività di conservazione. Questo vale soprattutto per i soci che hanno deciso di lasciare il Rotary e che dovrebbero essere invitati a rispondere al Questionario per i soci dimissionari (v. [Membership Assessment Tools](#)). Il loro parere potrà aiutare il club a prevenire questi abbandoni in futuro. Una conversazione personale tra il socio dimissionario e un Rotariano con cui ha un rapporto di fiducia può contribuire anch'essa a fornire dati utili ai fini della conservazione.

Se le dimissioni sono dovute al trasferimento del socio o all'incompatibilità dei suoi impegni personali o professionali con l'orario delle riunioni del club, invitatelo a compilare il modulo online o segnalate direttamente il suo nome ad altri club.

Il Questionario sulla soddisfazione dei soci (v. [Membership Assessment Tools](#)) aiuta i club a individuare gli aspetti della vita associativa più apprezzati dai soci e le aree di miglioramento. Discutete con tutti i soci dei risultati del sondaggio e invitateli a partecipare attivamente all'implementazione di eventuali cambiamenti.

La comunicazione nel club

Nei club che tengono regolarmente informati i soci si registrano i tassi di conservazione più elevati. Il primo passo per promuovere una comunicazione efficiente consiste nel pianificare il tipo di informazioni

da trasmettere e la frequenza delle comunicazioni. I mezzi più efficaci sono di solito i bollettini elettronici, il sito web e le pagine sui social media; è comunque importante evitare di servirsi di un unico sistema, ma di tenere presenti le preferenze di tutti i soci. Tra le informazioni da diffondere vi sono:

- Progetti, attività, notizie sul club ed eventi;
- Rapporti finanziari del club;
- Opportunità di servizio internazionale;
- Nuove pubblicazioni del RI (e dove trovarle);
- Notizie sul RI.

È essenziale comunicare regolarmente con i soci, soprattutto per quanto riguarda:

- Opportunità:
 - Incarichi vacanti
 - Assemblee di club e seminari distrettuali
 - Riunioni pluridistrettuali
 - Progetti e attività a livello di club e distrettuale
- Programmi, progetti e attività del RI
- Eventi speciali, tra cui il Congresso del RI e congresso distrettuale
- Strategie di reclutamento
- Obiettivi/iniziative promossi dalle commissioni di club e distrettuali
- Andamento dell'effettivo in relazione agli obiettivi in materia
- Premi e riconoscimenti per l'effettivo
- Patrocinio di nuovi Rotary club



Nel programma di orientamento si potrebbe includere il video **Fare del bene** (disponibile sul sito vimeo.com/rotary), che presenta l'opera svolta dal Rotary e le possibilità di partecipazione attiva.



Avvisate i nuovi soci che riceveranno un'e-mail dal Rotary. La lettera li incoraggerà a:

- Consultare **Connettiti per fare del bene** per informazioni più approfondite sul RI
- Aggiornare il proprio profilo online
- Partecipare alle conversazioni con altri Rotariani sui social media

L'ORIENTAMENTO DI NUOVI SOCI

Diventare Rotariani è un momento importante per i nuovi soci e per il club, da non passare inosservato ma da festeggiare con una cerimonia d'insediamento o durante la riunione settimanale del club. Invitate la famiglia del nuovo Rotariano e incoraggiate i soci a dargli il benvenuto.

Per dare ai nuovi Rotariani un quadro esaustivo dei vantaggi offerti dall'associazione e delle opportunità di adoperarsi nel servizio, sia localmente che con progetti internazionali, organizzate un programma formale di orientamento da tenersi poco dopo l'ammissione del socio. Includete nel programma anche una descrizione dei più recenti successi del club e dei suoi prossimi progetti ed eventi, e chiedete ai nuovi soci come vorrebbero partecipare. Suggerimenti per le cerimonie d'insediamento sono riportati in [Orientamento di nuovi soci. Guida procedurale per club](#).

COINVOLGIMENTO DEI NUOVI SOCI

La partecipazione dei soci alle iniziative del RI contribuisce a rafforzare il loro legame e il loro impegno verso gli altri Rotariani, il club e l'associazione. Informatevi sui progetti o sulle attività che interessano maggiormente ai nuovi soci e coinvolgeteli subito nella vita del club in modo che avvertano sin dall'inizio il senso di appartenenza. Non date per scontato che un socio sia solo interessato a partecipare in ambiti vicini al suo settore

professionale (ad esempio, non è detto che una commercialista voglia tenere i libri contabili del club); il club potrebbe essere visto invece come un'occasione per fare nuove esperienze.

Progetti di servizio significativi

Uno dei motivi principali che spingono a diventare Rotariani è la possibilità di partecipare a progetti che hanno un impatto significativo nella comunità locale e internazionale. I club più attivi nel servire danno ai loro soci la consapevolezza di apportare un contributo sociale importante.

La pubblicazione [Comunità all'opera. Come organizzare progetti efficaci](#) aiuta i club a pianificare, svolgere e valutare progetti di servizio efficaci, che rispondano a importanti esigenze della comunità.

Circoli Rotary e Gruppi d'azione rotariana

I nuovi soci potrebbero essere interessati a unirsi a un Circolo Rotary o a un Gruppo d'azione rotariana, organismi del Rotary in seno ai quali i partecipanti:

- Condividono interessi o attività
- Collaborano con altri professionisti per fare la differenza
- Stringono legami di amicizia in tutto il mondo
- Esplorano nuove opportunità di servizio

Informazioni dettagliate sui [Circoli Rotary](#) e sui [Gruppi d'azione rotariana](#) sono disponibili sul sito Rotary.org.



Il **48%** dei soci dimissionari ha dichiarato di non essersi sentito a proprio agio nel comunicare le proprie preoccupazioni alla dirigenza.

Eventi rotariani speciali

Oltre alle riunioni ordinarie del club i nuovi soci devono essere invitati a partecipare agli eventi straordinari indetti dal club, dal distretto e dal RI, come:

- Assemblee di club
- Congressi distrettuali
- Eventi formativi distrettuali
- Seminari sull'effettivo e sulla Fondazione Rotary
- Istituti Rotary
- Il Congresso del RI

Conoscere meglio i nuovi soci

Le amicizie che si formano all'interno del club sono uno dei motivi principali per cui i soci rimangono nel Rotary. Incoraggiate i soci di lunga data di fare la conoscenza dei nuovi arrivati e fatelo voi stessi:

- Chiedendo loro quali siano i prossimi progetti o eventi del club a cui siano maggiormente interessati;
- Riservando uno spazio nei bollettini del club per presentare o intervistare un nuovo socio;
- Coinvolgere le famiglie nelle attività conviviali e nei progetti di servizio;
- Invitare i soci, a turno, a raccontare il loro momento Rotary durante le riunioni settimanali.

Siate disponibili ad ascoltare i soci. Rivedete periodicamente il questionario sulla soddisfazione dei soci (v. [Membership Assessment Tools](#)) per accertarvi che il club chieda regolarmente l'opinione dei soci e ne tenga conto. Perché l'esperienza associativa sia positiva è importante che eventuali problemi riscontrati dai soci vengano affrontati immediatamente.

LA COMMISSIONE PER L'EFFETTIVO

Per poter realizzare gli obiettivi per l'effettivo, il club ha bisogno di una squadra coesa e ben preparata che sviluppi un piano d'azione e lo metta in atto. La commissione di club per l'effettivo si occupa precisamente di svolgere e monitorare le strategie previste nel piano coinvolgendo l'intero club in questo processo. La commissione ha l'incarico di:

- Definire obiettivi per l'effettivo per il prossimo anno;
- Informare i soci sull'importanza del reclutamento e della conservazione;
- Stendere un piano d'azione volto a migliorare la soddisfazione dei soci, che includa un sondaggio iniziale; e promuovere eventuali cambiamenti in base alle risposte ottenute;
- Eseguire delle valutazioni periodiche del club per verificare l'efficacia delle attività svolte per la crescita e la conservazione;
- Collaborare con la commissione pubbliche relazioni per creare un'immagine positiva del club per i soci esistenti, i soci potenziali e il pubblico in generale;
- Sponsorizzare eventualmente nuovi club nel distretto.

CAPITOLO 5 IL PATROCINIO DI NUOVI CLUB

Sebbene la creazione di nuovi club venga autorizzata dal governatore distrettuale, i club già stabiliti possono svolgere un ruolo fondamentale, dando il proprio patrocinio e fungendo da mentori. Prima di assumervi questo impegno, informate i soci del club sulle responsabilità connesse ed accertatevi che siano interessati a contribuire.

QUALIFICHE DEL CLUB SPONSOR

Anche se non è necessario un club patrocinante per ogni nuovo club, il Consiglio centrale del RI ne consiglia vivamente la presenza. Il governatore e la squadra distrettuale preposta devono scegliere come sponsor un club che:

- Sia disposto a seguire il nuovo club per almeno un anno dall'ammissione al Rotary International;
- Sia in regola con gli obblighi sociali;
- Abbia almeno 20 soci attivi;
- Abbia adottato un programma bilanciato di attività rotariane.

Il successo del nuovo club dipende dalla sua organizzazione e dal proprio operato nei primi mesi di attività. Dopo il riconoscimento da parte del Rotary, il nuovo club viene seguito dal club sponsor per un periodo compreso tra uno e due anni. Informazioni

dettagliate a proposito sono descritte nella pubblicazione [Organizzazione di nuovi club. Guida per governatori e rappresentanti speciali](#).

RESPONSABILITÀ

Il club patrocinante:

- Assiste il rappresentante speciale del governatore nel pianificare e organizzare l'amministrazione del nuovo club;
- Funge da consulente per i dirigenti del nuovo club e riferisce al governatore distrettuale secondo i casi durante il primo anno di vita;
- Assiste i soci del nuovo club nel familiarizzarsi con le politiche e le procedure del RI;
- Pianifica attività congiunte di raccolta fondi;
- Partecipa, attraverso il proprio presidente, alla prima riunione ordinaria del consiglio direttivo del nuovo club, alla quale sarà presente anche il rappresentante speciale;
- Assiste il nuovo club nella pianificazione di programmi e progetti durante il primo anno.

Secondo gli studi condotti dal RI, il maggior numero di abbandoni da parte dei soci nonché di nuovi club disciolti si rileva nel secondo anno di vita associativa: i club assistiti con impegno da un club sponsor anche nel secondo anno hanno più possibilità di rafforzarsi e diventare indipendenti e produttivi.

IL RUOLO DI MENTORE

Il club sponsor può assistere il nuovo club:

Aiutandolo a definire gli obiettivi

Il punto di partenza dovrebbe essere un esame attento e sincero delle sfide che potrebbero ostacolare il nuovo club; una volta individuati questi potenziali problemi sarà possibile aiutare il nuovo club a definire obiettivi che potranno garantirne il successo.

Fornendogli consigli sulla struttura da adottare

Il nuovo club deve essere incoraggiato a tenere riunioni regolari, ciascuna con un programma ben definito volto ad aiutare il club nella realizzazione dei suoi obiettivi.

Mantenendo contatti regolari

Ad esempio, un programma di telefonate e riunioni programmate con il nuovo club vi permetterà di consigliare i nuovi soci e guidarli nelle fasi iniziali.

DIMENSIONI DEL CLUB

Il Rotary ha stabilito alcune norme in merito:

- Il nuovo club deve avere almeno 20 soci fondatori, a meno che il Consiglio centrale non lo esoneri da questa regola per motivi fondati;
- Almeno il 50 per cento dei soci fondatori deve provenire dal territorio del nuovo club;
- Il club sponsor deve avere almeno 20 soci. Se i club sponsor sono due o più, questa norma si applica a un solo club.

CAPITOLO 6

RISORSE E STRUMENTI

VOLONTARI E PERSONALE DEL ROTARY

Di seguito sono elencati gli esperti che potranno rispondere alle vostre domande e consigliare il club a sviluppare un piano efficace per lo sviluppo dell'effettivo. Le informazioni di contatto sia del personale del Rotary che dei dirigenti del vostro distretto sono disponibili sul sito Rotary.org e nell'Official Directory, mentre troverete informazioni sui coordinatori regionali alla pagina www.rotary.org/it/coordinators-advisers.

SQUADRA DI SUPPORTO REGIONALE

Coordinatori Rotary: sono esperti di tutte le questioni che riguardano il Rotary (tra cui migliori prassi, strategie innovative per attrarre nuovi soci e conservare l'assetto dell'effettivo, piani regionali e piano strategico del RI) e sono a disposizione di club e distretti.

Cordinatori Immagine pubblica Rotary: offrono guida e risorse per migliorare l'immagine pubblica del RI a sostegno delle attività di reclutamento nei club.

Coordinatori regionali

Fondazione Rotary: sono una valida risorsa su tutte le questioni che riguardano la Fondazione, tra cui le sovvenzioni e la loro gestione, la raccolta fondi e i programmi come PolioPlus e i Centri della pace del Rotary.

Consulenti Fondi di dotazione/ Grandi donazioni: collaborano con i dirigenti regionali e distrettuali allo sviluppo di piani per identificare e coltivare le possibili fonti di grandi donazioni; facilitano eventi destinati ai sostenitori, attuali e potenziali, della Fondazione.

COMMISSIONE DISTRETTUALE PER L'EFFETTIVO

La commissione identifica, promuove e mette in atto strategie per lo sviluppo dell'effettivo nel distretto. Il presidente della commissione funge da punto di contatto tra il governatore, il Coordinatore Rotary, il Rotary International e i club e i distretti per tutte le questioni che riguardano l'effettivo.

Informazioni sulla commissione si possono richiedere al governatore o ai suoi assistenti. Se il vostro distretto non ha istituito questa commissione, proponetela.

ASSISTENTI DEL GOVERNATORE

Assistono i club a loro affidati per aiutarli a diventare più dinamici e attraenti per i soci, attuali e potenziali. Per informazioni a proposito potete rivolgervi al vostro governatore.

È importante che i club siano a conoscenza del tipo di assistenza fornito dalla commissione distrettuale per l'effettivo, ma è altrettanto importante che il distretto sia informato delle migliori pratiche adottate dai club. Tenete informato l'assistente del governatore sugli obiettivi e sulle strategie di maggior successo adottate dal vostro club.

RAPPRESENTANTI DEL SUPPORTO PER CLUB E DISTRETTI

Fungono da referenti per i club su questioni di carattere amministrativo, tra cui:

- Statuto e Regolamento del RI, *Rotary Code of Policies*, Manuale di procedura e delibere del Consiglio centrale
- Rotary International e Segretariato
- Rotary Club Central

Le informazioni di contatto del rappresentante di zona sono disponibili alla pagina www.rotary.org/it/representatives.

ALTRI UFFICI DEL SEGRETARIATO

Il Segretariato del Rotary International è composto dalla Sede centrale di Evanston (USA) e da sette uffici internazionali. Per informazioni o chiarimenti sulle questioni che riguardano l'effettivo potete rivolgervi all'indirizzo e-mail: membershipdevelopment@rotary.org.

RISORSE DEL ROTARY

Rotary.org

Sul sito web dell'associazione potrete trovare notizie, annunci e risorse, tra cui:

- Risorse e pubblicazioni sull'effettivo (www.rotary.org/it/membership)
- Risultati dei sondaggi
- Segnalazioni di soci potenziali e soci in trasferimento
- Pubblicazioni (di cui molte scaricabili gratuitamente; altre, in versione cartacea, possono essere ordinate dal sito shop.rotary.org)
- Webinar
- Brand Center
- Trova club
- Informazioni di contatto del rappresentante del Supporto per club e distretti di zona
- Gruppo di discussione sulle migliori prassi per l'effettivo
- Young Professionals Network (rete di giovani professionisti)



Nella newsletter Membership Minute potete trovare:

- I dati più recenti sull'effettivo rotariano
- Suggerimenti su come trovare e attrarre candidati qualificati e interessati a impegnarsi nell'associazione
- Idee per sviluppare o migliorare i programmi di orientamento per i nuovi soci
- Suggerimenti per evitare l'abbandono

I soci possono abbonarsi a questa e ad altre pubblicazioni all'indirizzo www.rotary.org/it/newsletters.

Rotary Club Central

Rotary Club Central è uno strumento online (www.rotary.org/myrotary/it), che aiuta i club a definire obiettivi e monitorare i progressi del club in tre aree chiave: iniziative per l'effettivo, attività di servizio, e donazioni alla Fondazione Rotary. Utilizzando questo strumento per la pianificazione e per registrarvi obiettivi e progressi raggiunti, i club possono aiutare il RI a misurare l'impatto dell'associazione nel mondo.

Il dirigenti dei club sono invitati a registrarsi sul sito Rotary.org e a utilizzare Rotary Club Central per mantenere aggiornati i dati del club; in questo modo i progressi raggiunti potranno essere seguiti dai loro soci, dal governatore e dal suo assistente.

Rotary Ideas

Il Crowdsourcing rappresenta una potente strategia digitale che permette al Rotary di ottenere il necessario sostegno per la sua opera umanitaria nel mondo. Il Rotary ha istituito una propria piattaforma di crowdsourcing, Rotary Ideas (ideas.rotary.org), attraverso la quale i Rotary club e i club Rotaract possono cercare le risorse necessarie per i loro progetti, tra cui partner, volontari, finanziamenti e altri tipi di assistenza.

Rotary Showcase

I club possono servirsi dei social media per far conoscere al pubblico le proprie attività. Attraverso [Rotary Showcase](#) i membri della famiglia Rotary possono postare descrizioni, foto e video sui progetti svolti a livello di club o distrettuale e pubblicizzarli tramite Facebook e Twitter.

Centro Formazione

Accessibile all'indirizzo learn.rotary.org, consente di frequentare corsi online tra cui “Il nuovo sito Rotary.org”, “Rafforzare il Rotary”, “Sovvenzioni Rotary” e “Come condurre un webinar”. L'utente può creare il proprio profilo, seguire il corso osservando i propri progressi e alla fine stampare il certificato di frequenza. Ogni corso ha una propria comunità online che permette agli iscritti di comunicare tra di loro e con i moderatori. Al Centro Formazione si può accedere anche da Il mio Rotary, nella sezione Formarsi e Informarsi.

FOGLIO DI LAVORO PIANO DI SVILUPPO DELL'EFFETTIVO

Questo foglio di lavoro vuole assistervi nella preparazione di un piano di sviluppo dell'effettivo. Completandone le varie sezioni potrete identificare le criticità e le opportunità di crescita del club, formulare una visione e sviluppare delle strategie valide per tutti i soci, siano essi potenziali, nuovi o di lunga data. Per ogni domanda sono possibili più risposte.

Durante una riunione del club comunicate ai soci i passi che intendete intraprendere, con il loro continuo sostegno, per rafforzare l'effettivo.



Capitolo 1. Valutazione del club

☐ Dalla valutazione della diversità demografica dell'effettivo del club sono emersi i seguenti punti di forza e di debolezza:

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Dal sondaggio sulle classifiche condotto nel club sono emerse tre professioni diffuse sul territorio ma non rappresentate nella nostra compagine sociale:

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Il club ha completato il modello di sostenibilità e crescita, ne ha discusso i risultati e ha stabilito i seguenti passi da intraprendere per migliorare il coinvolgimento dei soci e il tasso di conservazione dell'effettivo:

1. _____
2. _____
3. _____



- ☐ Il club ha completato un profilo dei soci dimissionari, ne ha discusso i risultati e ha formulato il seguente piano per migliorare il tasso di conservazione nel gruppo più vulnerabile:

1. _____

2. _____

3. _____

- ☐ Leggendo la pubblicazione “Rendere il club dinamico” abbiamo individuato tre buone pratiche che possono favorire l’innovazione e la flessibilità:

1. _____

2. _____

3. _____

- ☐ Abbiamo affidato a un socio la gestione del sito web del club.

- ☐ Abbiamo incaricato un socio di occuparsi dei contenuti delle nostre pagine nei social media.

- ☐ Abbiamo visitato la pagina Pubbliche relazioni del sito Rotary.org e intendiamo utilizzare i seguenti strumenti per promuovere la consapevolezza del Rotary nella nostra comunità:

1. _____

2. _____

3. _____

- ☐ Il nostro club ha organizzato un gruppo di studio con la partecipazione di non Rotariani. Ne sono emerse le seguenti considerazioni:

1. _____

2. _____

3. _____



Capitolo 2. Sviluppo di una visione

- ☐ Il club ha completato il processo di sviluppo della visione e ha stabilito i seguenti obiettivi:

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Il club ha riletto e rivisto la Guida alla pianificazione strategica che ci aiuterà a definire obiettivi annuali e per il lungo termine.

Capitolo 3. Come attrarre nuovi soci

- ☐ Il club ha completato un questionario per identificare i potenziali soci e ha esaminato i risultati alla luce di quanto era emerso dai precedenti sondaggi condotti sulla situazione delle classifiche e sulla diversità demografica. Abbiamo quindi deciso di adottare queste tre strategie di reclutamento in aggiunta alle altre:

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Il club ha deciso di adottare le seguenti tre strategie aggizionali per presentare il Rotary ai potenziali soci:

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Abbiamo affidato a un socio l'incarico di gestire e aggiornare il sito web del club con il materiale disponibile nel Brand Center del Rotary.

- ☐ In base ai risultati emersi dalla valutazione della diversità demografica dell'effettivo, il club ha deciso di evidenziare i seguenti punti nel descrivere ai potenziali soci i vantaggi dell'affiliazione:

1. _____
2. _____
3. _____



Capitolo 4. Il coinvolgimento dei soci

☐ Il club intende adottare le seguenti strategie per coinvolgere i soci:

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Il club ha invitato i soci a completare il questionario sulla soddisfazione e, in base ai risultati, ha deciso di implementare i seguenti cambiamenti:

1. _____
2. _____
3. _____

☐ I membri della commissione di club per l'effettivo hanno letto Orientamento di nuovi soci. Guida procedurale per club e stanno preparando un programma di orientamento volto a informare i nuovi Rotariani e a coinvolgerli nella vita del club. Il programma includerà i seguenti aspetti:

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Abbiamo messo in atto una procedura che ci permetterà di conoscere meglio i nuovi soci e che include i seguenti aspetti:

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Il club intende inserire i nuovi soci nelle sue attività nei seguenti modi:

1. _____
2. _____
3. _____



Capitolo 5. Il patrocinio di nuovi club

- ☐ Il presidente della commissione di club per l'effettivo ha informato il governatore del nostro interesse nel patrocinare un nuovo club.
- ☐ I soci del club hanno parlato a fondo delle responsabilità che spettano ai club patrocinanti e si sentono pronti ad affrontare questo impegno.

Capitolo 6. Risorse e strumenti

- ☐ La commissione di club per l'effettivo comunica regolarmente con la corrispondente commissione distrettuale.
- ☐ La dirigenza del club comunica regolarmente con il governatore o con l'assistente del governatore e si rivolge a loro per assistenza.
- ☐ I componenti della commissione per l'effettivo hanno visitato il sito web del Rotary nell'ultimo mese e ne utilizzano regolarmente il materiale più rilevante per il club.
- ☐ Il club ha preso in esame le risorse del RI rilevanti per il club.

DOMANDE?

Domande, commenti o suggerimenti
su questa pubblicazione possono essere
inviati a:

Membership Development (MD100)
Rotary International
One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL
60201-3698 USA
membershipdevelopment@rotary.org

ROTARY INTERNATIONAL

One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, Illinois
60201-3698 USA
www.rotary.org

