



## ROTARY INTERNATIONAL

Service Above Self

DISTRETTO 2070° - ITALIA

Emilia Romagna – Repubblica di San Marino - Toscana

VINICIO FERRACCI  
Governatore 2010-2011

### Lettera del Governatore n. 10 – aprile 2011

*Aprile è il mese dedicato dal R.I. alla Rivista Rotariana.*

*Bill Gates, Assemblea Internazionale 2009, ha detto: “Mi fido di voi e so cosa state facendo”.*

Desidero iniziare la presente lettera mensile partendo dalla Rivista del nostro Distretto, “Rotary Magazine”.

Come certamente ricorderete, la Rivista ha cadenza bimensile, in quanto, come spiegato nel secondo numero, è stato adottato il metodo di suddividere i compiti tra l’informazione via web e quella cartacea, affidando alla seconda l’approfondimento, il commento e l’informazione sulle attività dei Club.

Certamente compete ai lettori valutare i risultati che stiamo ottenendo.

Sempre restando nell’informazione cartacea del nostro Distretto, Vi ricordo la Rivista regionale, certificata dal Consiglio centrale e impostata secondo quanto previsto dal Rotary Internazionale.

Tale rivista dedica, obbligatoriamente, un certo numero di pagine prelevate direttamente da “The Rotarian”.

Le rimanenti pagine sono in buona parte a disposizione per le attività dei Distretti italiani.

Interessante anche la pubblicazione “Rotary World”, formato tabloid, in quanto ricca di notizie ed aggiornamenti rotariani.

Il tema che stiamo trattando apre, però, la finestra su uno scenario più grande ed, in proposito, Vi ricordo come il Piano Strategico del presente anno rotariano, che è stato posto dal Rotary Internazionale, includa fra i tre obiettivi quello di “migliorare l’immagine pubblica e la consapevolezza”, anche al fine di pubblicizzare l’azione di servizio.

Ciò significa che si è compreso che occorre non solo operare bene, ma anche far sapere agli altri ciò che il Rotary fa, al fine di trasmettere all’esterno dei nostri Club la sua immagine.

La quasi totalità dei Club è dotata di un proprio bollettino interno, mentre, per quanto attiene al sito web, solo 36 Club hanno una pagina aggiornata, 45 hanno la pagina, ma senza aggiornamento, mentre 21 non dispongono di sito internet. Questa situazione merita riflessione da parte dei Club interessati.

Pertanto, il passo in avanti è stato veramente significativo.

Parlando di immagine, K.R. Ravindran, Consigliere R.I., nel discorso tenuto all’Assemblea di San Diego dello scorso anno (“Il marchio del Rotary”), ha posto alcune domande, tra le quali:

“La Croce Rossa riesce meglio di chiunque altro a soccorrere le popolazioni colpite da disastri?”

Forse, ma certamente la Croce Rossa sa rispondere a chi chiede quale sia il suo scopo, per cui il suo marchio è universalmente riconosciuto.”

Ha detto ancora Ravingrand: “Oggi la domanda che dobbiamo rivolgere a noi stessi è questa: che cos’è il Rotary per i non rotariani?”.

Io credo che, nonostante l’attenzione che negli ultimi anni il R.I. ha posto al problema, non abbiamo ancora recuperato il tempo perduto nel passato.

Vi porto un piccolo esempio pratico: in occasione delle visite ai Club, ho sempre incontrato i soci di fresca ammissione, ai quali ho posto una domanda precisa: “conoscevi il Rotary prima di essere ammesso al Club?”. Ho avuto risposte positive, specie se il socio proveniva dal Rotaract o da famiglie di rotariani, ma anche risposte di questo tipo: “francamente non conoscevo bene l’Associazione e solo ora mi rendo conto dei suoi scopi”.

Ray Klinginsmith con il suo motto (Impegniamoci nelle comunità, uniamo i continenti) ha detto che con poche parole doveva far capire ai non rotariani cos’è il Rotary con immediatezza (nel tempo necessario per salire in ascensore da un piano all’altro, ha detto lui...).

Care Amiche ed Amici, accogliamo i messaggi che ci sono rivolti, e lavoriamo per la nostra immagine, sempre tenendo presente che noi facciamo parte di una grande rete di oltre 33 mila Club, certamente una delle più grandi organizzazioni mondiali.

Non Vi chiedo di investire danaro per l’immagine, bensì di usufruire delle competenze umane che ci sono nel Club, per dar luogo a progetti che siano di grande impatto nelle Comunità.

La stampa, i vari mezzi di comunicazione e la visibilità dei progetti, faranno il resto a favore del marchio “Rotary”.

Cari saluti e buon Rotary.

