



LINEE GUIDA SULLA CAMPAGNA PRONTI AD AGIRE

1 INTRODUZIONE

- 1 Promuovere l'immagine pubblica del Rotary
- 2 Che cos'è la campagna Pronti ad agire?
- 2 Panoramica sui materiali della campagna

3 PER COMINCIARE

- 4 Raccontare la storia Pronti ad agire del tuo club
- 5 Tre passi per creare una pubblicità cartacea
- 8 Lista di spunta finale per pubblicità cartacea
- 9 Identificare il tuo club nell'ambito della campagna

10 CONDIVIDERE PRONTI AD AGIRE CON IL PUBBLICO

- 11 Canali digitali
- 12 Pubblicità cartacea e radiotelevisiva

14 INFORMAZIONI DI CONTATTO

Quali sono le novità nel Brand Center?

Visita regolarmente il sito, dove verranno aggiunti occasionalmente nuovi materiali promozionali per la campagna.

1

INTRODUZIONE

PROMUOVERE L'IMMAGINE PUBBLICA DEL ROTARY

Che cos'è il Rotary? A questa domanda apparentemente facile si può rispondere in tanti modi, a seconda della persona a cui viene rivolta. La nuova campagna d'immagine pubblica del Rotary mira ad aiutare a fornire una risposta semplice e uniforme che possa riunire i Rotariani intorno alla stessa idea: raccontare, e mostrare, a tutto il mondo che siamo "Pronti ad agire".

Anche se gran parte del grande pubblico conosce il nostro nome, in base al nostro sondaggio più recente abbiamo rilevato che troppi potenziali soci o sostenitori non comprendono appieno cos'è il Rotary. Non conoscono le nostre cause e cosa facciamo nelle comunità locali. E la maggioranza degli interpellati ha dichiarato di non sapere che esiste un Rotary club nella loro comunità.

Spetta a noi raccontare la nostra storia. La nuova campagna d'immagine pubblica Pronti ad agire mira a dare vita alla storia del Rotary per coloro che non ci conoscono, mostrando che i Rotariani sono individui pronti ad agire: leader che lavorano insieme nelle comunità per ispirare, trasformare, connettere e celebrare ciò che è possibile realizzare. Inoltre, questa campagna serve a motivare, coinvolgere e ispirare i soci esistenti e potenziali, nonché i donatori, partner e sostenitori.

Per ridurre il divario tra la consapevolezza e la comprensione occorre del tempo. Con l'ausilio di questa guida, scoprirai come far conoscere alla tua comunità e al mondo intero che siamo "Pronti ad agire".

CHE COS'È LA CAMPAGNA PRONTI AD AGIRE?

Pronti ad agire, la nostra campagna d'immagine pubblica, è più che una semplice campagna pubblicitaria, è il modo in cui parliamo di noi stessi. È stata ideata per accrescere la comprensione del Rotary rispondendo alle seguenti domande:

- **Che cos'è il Rotary?**
- **Chi sono i Rotariani?**
- **Qual è l'impatto che hanno i Rotariani nella mia comunità e nel mondo?**
- **In che modo il Rotary è diverso dalle altre organizzazioni?**

Attraverso una vasta gamma di materiali promozionali creativi, la campagna mostra che i soci del Rotary club sono pronti ad agire. Sappiamo che i Rotariani condividono una prospettiva e una passione singolari per intraprendere azioni miranti a migliorare la loro comunità e il mondo. Là dove altri vedono disperazione, i Rotariani vedono la speranza. Là dove altri vedono problemi, noi vediamo soluzioni. Là dove alcuni potrebbero vedere difficoltà, noi vediamo opportunità.

Questa è la nostra occasione per mostrare agli altri come i soci del Rotary club vedono ciò che è possibile realizzare nelle loro comunità locali e per evidenziare cosa possiamo fare quando i leader della comunità Rotary si uniscono, condividono la loro visione, scambiano idee sulle potenziali soluzioni e poi passano all'azione per dare vita alle idee.

PANORAMICA SUI MATERIALI DELLA CAMPAGNA

I materiali della campagna Pronti ad agire sono disponibili in tutte le lingue ufficiali del Rotary nel **Brand Center**, rotary.org/it/brandcenter. I materiali saranno aggiunti regolarmente e includeranno:

- Video
- Pubblicità cartacea
- Pubblicità per esterni
- Pubblicità online
- Pubblicità per radio e copioni
- Immagini per social media
- Guida sullo stile per la campagna
- Panoramica della Guida di stile
- Modelli campione per creare i tuoi annunci pubblicitari cartacei, digitali e per social media che mostrano il tuo club all'opera

Vai alla sezione **Per cominciare** per scoprire come raccontare le tue storie di Pronti ad agire e creare materiali promozionali per la comunità, come pubblicità cartacea.

2 PER COMINCIARE

La campagna Pronti ad agire si concentra sulla differenza che i club Rotary e Rotaract fanno nelle comunità di tutto il mondo. È stata ideata per aiutare il tuo club raccontare la sua storia di impatto locale.

Questa campagna è per VOI.



RACCONTARE LA STORIA PRONTI AD AGIRE DEL TUO CLUB

Se preferisci usare una pubblicità specifica al tuo Rotary club e alla sua storia, puoi creare una pubblicità personalizzata. Usa questo esercizio per aiutarti a sviluppare la storia del tuo club che avrà eco nella tua comunità. Il foglio di lavoro ti aiuterà a scrivere il testo della pubblicità in modo più facile ed efficace. Comincia rispondendo alle seguenti domande:

1. Cosa stiamo cercando di realizzare?

Descrivi il problema o difficoltà nella tua comunità che il tuo club sta aiutando a risolvere. Come avete scoperto che c'era una problematica da risolvere.

2. Chi è il nostro pubblico?

Chi è il pubblico a cui ti rivolgi oltre il Rotary? Cosa ne sa il pubblico di noi? Che impressione e opinione ha di noi adesso? Qual è l'impressione e opinione che vorresti avesse di noi dopo?

3. Qual è l'azione intrapresa?

Descrivi come hai fatto leva sulla competenza dei soci del tuo club o di altri nella comunità per affrontare la sfida. Quali sono gli ostacoli che il tuo club ha dovuto affrontare per impegnarsi in questo progetto?

4. Quale verbo rappresenta meglio l'azione intrapresa?

(Insieme, noi possiamo Connettere, Eradicare la polio, Debellare la fame, Imparare, Ispirare, Promuovere la pace, Salvare vite o Trasformare)

5. Quale foto riesce a illustrare meglio la nostra storia?

Qual è l'azione che traspare nella foto? Chi c'è nell'immagine?

6. Qual è l'impatto? Qual è la prova che lo dimostra?

7. Quali esiti ha avuto il tuo progetto?

Quante persone sono state impattate dal progetto? Ci sono delle statistiche rilevanti? Quali sono i cambiamenti derivanti dal progetto?

8. Quali sono gli esempi specifici su come hai avuto un impatto sulla vita di un individuo o più individui nella tua comunità?

9. Cosa vogliamo che faccia il nostro pubblico?

Saperne di più? Sostenere la nostra causa? Partecipare ad un prossimo evento?

TRE PASSI PER CREARE UNA PUBBLICITÀ CARTACEA

Hai risposto alle importanti domande basilari e adesso sai qual è la storia che vuoi raccontare. Adesso è ora di creare una pubblicità che rappresenterà al meglio il tuo club e il tuo messaggio di Pronti ad agire, e allo stesso tempo catturare l'attenzione del tuo pubblico. Segue una procedura in tre passi per creare una pubblicità cartacea di Pronti ad agire specifica per il tuo club e comunità locale.



PASSO 1: SELEZIONA UN VERBO D'AZIONE PER LA TESTATA

“Insieme, possiamo...” fa parte della testata della campagna e deve essere usato in tutte le pubblicità create. Per completare la frase, scegli un verbo che descrive meglio il messaggio da trasmettere. Pensa a quello che il tuo club ha cercato di conseguire, o come i soci hanno affrontato il problema della comunità. Quale verbo descrive meglio l'azione che hai intrapreso per risolvere le sfide? Seleziona uno dei verbi d'azione che rappresenta meglio l'azione nella storia:

- Connettere
- Eradicare la polio
- Debellare la fame
- Imparare
- Ispirare
- Promuovere la pace
- Salvare vite
- Trasformare

I verbi d'azione predeterminati hanno l'autorizzazione legale per l'uso. Per evitare problemi legali, si consiglia vivamente di attenersi all'uso dei verbi d'azione in questa guida quando si creano le pubblicità personalizzate.



PASSO 2: SELEZIONA UN'IMMAGINE O SCATTA UNA FOTO

Le immagini sono cruciali per mostrare che siamo "Pronti ad agire". Attraverso le nostre immagini vogliamo mettere in evidenza momenti autentici di Rotariani che lavorano l'uno accanto all'altro insieme alle persone e beneficiari della comunità. Le foto in stile documentario di solito soddisfano questa aspettativa piuttosto che le foto ritratto, strette di mano o foto di gruppo in posa, che non mostrano i Rotariani all'opera. Le foto di persone che guardano l'obiettivo in modo fisso non rendono l'idea di persone attivamente all'opera.

Per dare dinamicità alla campagna, usa foto potenti che mostrano le opere concrete del tuo club e che catturano l'attenzione e suscitano emozioni reali. È così che la campagna potrà avere successo. Ecco una lista di spunta per l'uso di foto appropriate:

- L'immagine rappresenta momenti genuini e naturali di Rotariani all'opera.
- La foto contiene una narrazione visiva del verbo d'azione usato.
- I volti e le azioni dei soggetti devono essere positivi, felici e coinvolgenti.
- Usare luci calde e naturali. Spesso, per i migliori risultati la migliore luce naturale è quella del mattino o del tardo pomeriggio.
- Assicurati di rappresentare la diversità del tuo club o delle persone della tua comunità per quanto riguarda l'età, l'etnicità e genere. Evidenzia queste qualità nelle foto. È bene che le persone della comunità vedano se stessi nelle foto – questo aiuta ad attirare la loro attenzione.
- Se ci sono i beneficiari sul posto, scatta alcune che li vedono interagire con i Rotariani sul luogo del progetto realizzato.
- Le persone della tua comunità riusciranno a relazionarsi con ciò che vedono nella foto?

Non occorre essere fotografi professionisti per fare questo. Usa immagini potenti che catturano l'attenzione e suscitano emozioni nelle persone e ispirare interesse.

Per ulteriori linee guida con la fotografia, fai il download della **Guida dello stile – Pronti ad agire** dal **Brand Center**.

Non dimenticare! Assicurati di ottenere il consenso scritto dai soggetti delle foto o video per i scopi del Rotary, includendo il nome e la dichiarazione che autorizza la registrazione e l'uso della stessa. Se ci sono bambini o minori nelle foto, ottenere il permesso scritto dai loro genitori o tutori legali. Se non hai scattato le fotografie o ripreso il video, ottieni il permesso dal titolare di usare la loro immagine o voce.



Per il Rotary, l'istruzione è un diritto. Oltre un milione dei nostri soci in tutto il mondo è impegnato a sostenere l'istruzione e sviluppare le competenze degli studenti attraverso borse di studio e service. Ispirare le generazioni future. Noi siamo Rotariani. Pronti ad agire. Per saperne di più, visita Rotary.org/it

PASSO 3: SCRIVERE IL TESTO

Il testo del corpo, ossia la parte principale del contenuto pubblicitario, è la sezione in cui racconti la tua storia, ma in modo conciso, informativo e con impatto. È questo il posto dove dobbiamo, usando pochissime parole, coprire quanto segue:

- **Affermare lo scopo:** Che cosa ha fatto il tuo club per la comunità?
- **Fornire la prova/statistiche/impatto:** Cosa hai fatto per realizzare il tuo progetto? Fornisci la prova dell'azione intrapresa dal club per aiutare gli altri.
- **Fare un appello all'azione:** Qual è la reazione che vuoi vedere dal tuo pubblico dopo aver visto il tuo annuncio?

Tieni presente che si dovrebbero includere questi tre elementi essenziali quando si scrive il contenuto della pubblicità. Altrimenti, può causare confusione, essere incompleta o fuorviante.

Ora è il momento di cominciare a scrivere! Per assicurare di sviluppare un messaggio chiaro e d'impatto, fai riferimento al foglio di lavoro sulla pubblicità locale per determinare una o tutte le seguenti risposte:

- Quali esiti ha avuto il tuo progetto?
- Quante persone sono state impattate dal progetto?
- Ci sono delle altre statistiche rilevanti?
- Quali sono i cambiamenti derivanti dal progetto?
- Quali sono gli esempi specifici su come hai avuto un impatto sulla vita di un individuo o più individui nella tua comunità?

Non dimenticare di includere la tua chiamata all'azione, o il messaggio che indica alle persone del tuo pubblico cosa vuoi che facciano dopo aver letto l'annuncio pubblicitario. Vuoi che approfondiscano l'argomento? Partecipino a una riunione? Sostengano la tua causa? Chiedano di affidarsi al tuo club? Dopo aver risposto alle domande essenziali, puoi scrivere il tuo contenuto. Usa il "Raccontare la storia Pronti ad agire del tuo club" per creare l'annuncio. Quindi usa il modello incluso nel **Brand Center** per abbinare la copia e l'immagine e creare un annuncio professionale. Il risultato finale dovrebbe sembrare simile all'annuncio qui a sinistra.

LISTA DI SPUNTA FINALE PER PUBBLICITÀ CARTACEA



immagine

- La tua immagine
- Il tuo verbo d'azione
- La tua affermazione
- La tua prova
- Il tuo appello all'azione

Adesso sottoponi il test alla prova finale. Puoi rispondere di "sì" alle seguenti domande? In caso affermativo, sei pronto a creare l'annuncio pubblicitario nel modello del disegno.

verbo d'azione

- La mia storia è stata adattata al mio pubblico? C'è qualcosa con cui possono relazionarsi?
- Descrive una trasformazione? Qualcosa di significativo?
- Ci sono dei punti che possono comprovare l'impatto?

testo

- Ho incluso aneddoti personali, esempi di vita reale e storie che emozionano e catturano la nostra attenzione?
- Ho evitato il gergo o gli acronimi del Rotary?
- È abbastanza breve per mantenere viva l'attenzione del pubblico?

Vai alla sezione **Condividere Pronti ad agire con il pubblico** per scoprire come collocare e promuovere i materiali della campagna Pronti ad agire.

IDENTIFICARE IL TUO CLUB NELL'AMBITO DELLA CAMPAGNA



Cartellone pubblicitario di club

Identificatore
di club

La coerenza è al centro del messaggio del marchio Rotary e di questa campagna. Aiuta a gestire le percezioni, a infondere fiducia e fare leva sui successi collettivi del Rotary. La coerenza nel modo in cui parli del Rotary e come interpreti l'identità visuale del Rotary aiuterà a migliorare la consapevolezza del pubblico nei nostri confronti.

Noterai che non vengono usati i loghi di club nei materiali della campagna Pronti ad agire. Tuttavia, esistono altri modi per identificare il tuo club in questa campagna, e questo è importante. Mostrare alla tua comunità che i Rotariani sono persone pronte ad agire, che danno vita alla tua storia locale, è una parte vitale della campagna.

IDENTIFICATORI DI CLUB PER MATERIALI PRONTI AD AGIRE

Ecco come identificare il tuo club quando crei materiali per la campagna:

- **Annunci cartacei:** cita il tuo club nel testo del corpo e aggiungi il sito web del club nella sezione dell'appello all'azione dei tuoi annunci.
- **Annunci per esterni:** per questi annunci pubblicitari per esterni più grandi, come i cartelloni pubblicitari, collabora con un professionista di progettazione grafica o il fornitore della pubblicità per inserire il nome del club e il sito web sotto il logo di Pronti ad agire a destra dell'annuncio.
- **Annunci digitali:** se intendi pubblicare annunci digitali sul sito web del tuo club, non è necessario che il nome del tuo club venga citato negli annunci pubblicitari – gli utenti sanno già a quale club appartiene il sito.
- **Campagne social:** se pubblichi un'immagine di Pronti ad agire o un annuncio digitale sulla pagina dei social media del tuo club, non è necessario fare riferimento al tuo club – gli utenti sono sulla tua pagina. Ma se stai postando per condividere di nuovo il post con altri, puoi identificare il tuo club selezionando un titolo di testata da abbinare alla tua immagine e posizionare il lockup della campagna nella parte inferiore dell'annuncio. Invece di includere il tuo testo del corpo e fare un appello all'azione nell'annuncio stesso, scrivilo come parte del tuo post sui social media. Assicurati di includere un link al tuo appello all'azione e usa l'hashtag #PeopleofAction o #Prontiadagire per accrescere la consapevolezza del pubblico.

Se necessario, chiedi assistenza per la progettazione e la pianificazione. Per ulteriori informazioni sulla pianificazione e creazione della pubblicità, contatta un grafico o agenzia pubblicitaria del posto. Puoi anche scaricare altri materiali della campagna Pronti ad agire nel **Brand Center**, lo **Stile di guida della Campagna** e **Panoramica della Guida di stile** che include le linee guida sulla fotografia e design. Fare riferimento al corso Commissione Immagine pubblica di club – Nozioni basilari nel **Centro Formazione** per informazioni utili sulla pianificazione.

3

CONDIVIDERE PRONTI AD AGIRE CON IL PUBBLICO

Dopo aver selezionato la pubblicità della campagna “Pronti ad agire” che desideri usare o hai completato i fogli di lavoro per creare la tua copia personalizzata con foto, sei pronto a condividere la storia del Rotary con il pubblico.

Per cominciare, metti insieme un gruppo di professionisti con esperienza di marketing per adattare i materiali alla tua comunità – o lavora con un grafico o agenzia pubblicitaria del posto. Altrettanto importante: sviluppa un piano per i media per pubblicare i nuovi annunci pubblicitari d’immagine pubblica online e nei media tradizionali, come giornali, riviste e cartelloni pubblicitari.

Assicurati di fare leva sulle tue connessioni nel Rotary durante la pianificazione e collocazione dei tuoi annunci. Se tu o un altro socio del club conoscete qualcuno nel settore dei media o del settore pubblicitario, cercate di ottenere delle inserzioni gratuite come donazione in natura.

La promozione della campagna Pronti ad agire in formato cartaceo, online, in aereo o in altri posti pubblici, come cartelloni pubblicitari o trasporti pubblici, varia in base al Paese e anche per ogni comunità all’interno di quel Paese. Seguono alcune idee e suggerimenti per la collocazione delle pubblicità.

CANALI DIGITALI



CONDIVISIONE INTERNA

Come diffondere i materiali Pronti ad agire in seno alla comunità del Rotary:

- **Condividi le immagini della campagna sul sito del tuo Rotary club e del distretto.** I siti web di club e distretti dovrebbero includere le immagini della nuova campagna "Pronti ad agire". I siti web del distretto possono, inoltre, aggiungere le istruzioni su come accedere ai materiali della campagna nel Brand Center. Per pubblicare un'immagine online, basta scaricare uno dei banner pubblicitari dal Brand Center e postarlo sul tuo sito web.
- **Condividi i video della campagna sul sito web del Rotary club e del distretto.** Aggiungi il video al tuo sito web di club o distretto. Vai su **Vimeo.org** per ottenere un link per lo streaming e seguire la procedura di pubblicazione del tuo sito web. Puoi anche riprodurre i video a ciclo continuo durante gli eventi del Rotary.
- **Inserisci le immagini nella tua newsletter rotariana.** Le newsletter rotariane sono un altro posto in cui è possibile postare le nuove immagini di Pronti ad agire. Contatta il responsabile della newsletter per chiedere di includere una delle immagini della campagna da condividere.

CONDIVISIONE ESTERNA

Come diffondere i materiali Pronti ad agire col pubblico:

- **Crea post sui social media.** È facile creare post della campagna Pronti ad agire per i canali di social media. Pensa a come hai raccontato la tua storia sul foglio di lavoro. Concentrati su una di queste aree per ogni post di social media. Il testo deve essere conciso, focalizzato e facile da comprendere. Per creare le immagini, vedi quanto segue:
 1. Seleziona la testata che hai usato dalle opzioni disponibili.
 2. Scegli l'immagine che hai usato per la tua pubblicità; puoi scegliere di crearne una personalizzata o una di quelle disponibili.
 3. Scrivi il tuo post – Mantieni il testo conciso e focalizzato. Assicurati di includere un appello all'azione, invitando, per es., il pubblico di andare al sito web del tuo club cliccando sul link.
 4. Usa l'hashtag #PeopleofAction o #ProntiadAgire per aumentare la possibilità di trovare le tue pagine di social media.

Incoraggia gli altri a usare i materiali della campagna. Pubblica, invia e condividi i tuoi annunci Pronti ad agire invitando altri Rotariani a fare lo stesso. Più sono le persone ad accrescere la consapevolezza del Rotary, più le nostre comunità conosceranno il Rotary e il bene che facciamo. Tutti i materiali pubblicitari e le altre risorse sull'immagine pubblica si trovano nel **Brand Center**.

PUBBLICITÀ CARTACEA E RADIOTELEVISIVA



Aumentare la consapevolezza del pubblico si traduce in maggiore sostegno per i tuoi progetti, legami più forti con le altre organizzazioni della comunità e un maggiore interesse tra i potenziali soci. Ecco alcuni modi efficaci per aumentare la consapevolezza e la comprensione di ciò che il Rotary realizza nella tua comunità:

- **Inserisci gli annunci nel tuo giornale locale, sia in formato cartaceo che online.** Contatta i media locali o fai leva sulle tue connessioni per cercare di ottenere inserzioni a costo zero delle pubblicità Pronti ad agire nel tuo giornale locale. Se possibile, chiedi se possono stampare l'annuncio in una prossima edizione cartacea o pubblicarlo sul loro sito web.
- **Distribuisci gli annunci pubblicitari ai negozi locali.** Chiedi se puoi affiggere gli annunci pubblicitari in formato cartaceo nei negozi del posto o lasciare delle brochure. Molti commercianti, anche se non conoscono il Rotary, sono disposti a contribuire a promuovere le buone cause delle organizzazioni senza scopo di lucro. Non dimenticare di chiedere ai soci del club che sono titolari di imprese di promuovere la campagna con gli annunci!
- **Ulteriori idee per la pubblicità a basso costo o gratuita.** Scopri se ci sono opportunità per il tuo club di pubblicizzare su parchimetri, taxi, palloncini, dirigibili, carrelli della spesa, bacheche comunali, cinema, ecc.
- **Chiedi alla tua stazione radio del posto di trasmettere l'annuncio.** Contatta i media locali o fai leva sulle tue connessioni per cercare di ottenere annunci radio a costo zero della pubblicità Pronti ad agire.
 - Contatta la tua stazione radio del posto o usa le connessioni multimediali per cercare di ottenere spazi pubblicitari gratuiti degli annunci radio di Pronti ad agire. Fornisci gli annunci radio preconfezionati e una copia del copione: alcune stazioni potrebbero essere disposte a registrare loro stessi gli annunci.
 - L'annuncio radio ha anche la funzionalità audio-split, in quanto la traccia di narrazione è accompagnata da altri suoni, come la musica di sottofondo. Ciò consente al doppiatore o voce narrante di registrare di nuovo il copione in qualsiasi lingua appropriata.
 - Collabora con la stazione radio per selezionare la persona giusta per leggere il copione; una persona che abbia una voce ferma, stimolante e calorosa.
 - Localizza l'annuncio includendo le informazioni di contatto del club.
Ad esempio: **Connettiti con il club Evanston Lighthouse Rotary su evlrc.org.**



- **Mostra i video di Pronti ad agire.** Ecco alcuni suggerimenti su come personalizzare gli annunci TV per promuovere il tuo club:

- Molte stazioni televisive forniscono programmi di servizio pubblico, brevi annunci e messaggi – a volte trasmessi gratuitamente per le organizzazioni no-profit della comunità come il Rotary. Contatta le stazioni locali e parla col responsabile del servizio pubblico o degli affari della comunità. Mostra loro il video e chiedi se possono mandarlo in onda gratuitamente.
- Ogni video è disponibile in due versioni: uno spot da 30 e 90 secondi pronto per l'uso, e uno spot da 25 e 85 secondi che alla fine lascia cinque secondi per aggiungere le informazioni sul Rotary club o distretto. Gli spot da 25 e 85 secondi possono essere localizzati con l'aiuto della stazione TV o agenzia addetta al montaggio del video.
- I video da 30 e 90 secondi sono anche disponibili senza voce fuori campo. Questi video hanno anche la funzionalità di split-audio, in quanto la traccia di narrazione è accompagnata da altri suoni, come la musica di sottofondo. Ciò consente al doppiatore o voce narrante di registrare di nuovo il copione in qualsiasi lingua appropriata.
- Se si usano le versioni da 25 o 85 secondi, occorre considerare l'uso dei cinque secondi di spazio aggiuntivo disponibile per aggiungere un messaggio che includa il nome del club e il suo sito web. Per esempio:

EVANSTON LIGHTHOUSE ROTARY CLUB

evlrc.org

- Chiedi alla stazione televisiva di includere gli annunci digitali del Rotary nelle sue piattaforme online e sui social media.

- **Usa la pubblicità per esterni o fornisci gli annunci pubblicitari ai mezzi di trasporto pubblico locale.** Contatta il reparto marketing dell'agenzia di trasporto locale o approfitta delle tue connessioni per ottenere affissioni a basso costo. Collabora con l'agenzia o fornitore per far stampare l'annuncio. Si può effettuare il download della pubblicità Pronti ad agire per cartelloni e per esterni dal Brand Center.



Condividi le storie di successo. Vogliamo conoscere le tue storie! Dopo aver usato i materiali a livello locale, raccontaci la tua storia e mostraci le tue immagini, di come hai promosso la campagna Pronti ad agire. Potremmo presentarla nelle nostre promozioni globali interne. Scrivi alla nostra squadra marketing all'indirizzo: globalcommunications@rotary.org.

Vai alla sezione **Informazioni di contatto** per ulteriori informazioni su come utilizzare al meglio la tua campagna personalizzata di Pronti ad agire.

INFORMAZIONI DI CONTATTO

Hai bisogno di assistenza? Contatta la squadra di marketing all'indirizzo globalcommunications@rotary.org per domande sulla campagna in generale o graphicdesign@rotary.org per assistenza con la grafica.

Vai a **Introduzione** per tornare all'inizio del documento o visita rotary.org/it/brandcenter per creare la tua campagna Pronti ad agire personalizzata.