



LA VISIONE

Il RC Milano Metropolis nasce in formula Passport club, con l'intento di offrire un'esperienza flessibile ai propri soci, ed in particolare a giovani professionisti impegnati in ambiti internazionali e/o con notevole mobilità lavorativa.

Tale obiettivo si realizzerà:

- Incoraggiando i soci a visitare altri club e a partecipare regolarmente alle attività di tali club
- Rilassando le regole sull'assiduità
- Offrendo vari formati per le riunioni, ivi compresa la versione digitale delle stesse

FASE 1 - Definire la situazione: la nostra direzione

LE FINALITA' ("SWOT ANALISYS")

Obiettivi strategici

- ✓ Coinvolgimento dei Soci per costruire un gruppo coeso e coinvolto, nella realizzazione del servizio e nella costruzione delle relazioni interne.
- ✓ Coscienza di eccellenza professionale unita ad una visione etica: costruire forti spinte valoriali declinate nell'ottica dell'Amicizia e del servizio.
- ✓ Mentoring dei giovani: sviluppare una coscienza di affiancamento per il successo reciproco.
- ✓ Sinergia fra Rotary Club e Rotaract Club, promuovendo anche la doppia affiliazione.

Punti di forza del club (S)

- Soci di diverse fasce di età e di diverse categorie professionali con competenze personali e professionali diversificate
- Forte presenza di giovani in grado di apportare la propria esperienza professionale

Debolezze (W)

- Formazione Rotariana di base da implementare
- Scarsa consapevolezza nei nuovi soci delle potenzialità del Rotary
- Interazione con il territorio (da costruire)
- Attività di raccolta fondi esterni (da costruire)

Opportunità comunità (O)

Il territorio dell'area metropolitana di Milano offre innumerevoli opportunità di intervento e molteplici possibilità di service attivi grazie anche agli accordi di collaborazione esistenti con le principali istituzioni del territorio e con le associazioni partner.

Sfide comunità (T)

L'impegno dei soci del club sarà quello di mettere al servizio della comunità le proprie professionalità e capacità per rispondere alle necessità che verranno identificate nel corso dell'anno, in particolare per il periodo pandemico.

FASE 2 - Sviluppare una visione: come vogliamo che sia il nostro club?

IL METODO

- ✓ Riunioni di Club meno frequenti, almeno due volte al mese, ampio utilizzo della modalità online che favorisce una diversa convivialità: gli eventi di service e le attività sociali valgono ai fini della presenza
- ✓ Concentrare le riunioni su *service* o attività sociali
- ✓ Dedicare almeno una riunione al mese alla formazione rotariana
- ✓ Stabilire quote sociali ridotte per accogliere soci giovani
- ✓ Monitorare la salute del club secondo il coinvolgimento piuttosto che l'assiduità

FASE 3 - Elaborare un piano: come possiamo realizzare la nostra visione?

GLI OBIETTIVI DI MEDIO PERIODO (IMPLEMENTAZIONE)

1. COMPLETAMENTO E RAFFORZAMENTO DELL'EFFETTIVO

- a. **Diversità** non solo di etnia e di religione, ma anche di professionalità e *leadership* che possano essere utili al club per aumentare l'efficacia delle azioni che si attueranno in favore della collettività.

- b. **Amicizia** intesa quale strumento indispensabile per il raggiungimento di quelle condizioni di cooperazione e partecipazione che possono garantire efficacia all'azione di servizio rotariano in un quadro di piacevole convivenza, tolleranza, condivisione.
 - c. **Ricerca** di aspiranti soci in un range di età compresa tra i 35 ed i 40 anni, che manifestino una forte inclinazione a condividere i reali valori rotariani e lo spirito di appartenenza, e che rappresentino nuove figure professionali in grado di dare al club un buon apporto di esperienza
- 2. FORMAZIONE DEI SOCI**, mediante un programma di informazione-formazione permanente, volto a stimolare nei soci il senso di appartenenza ed una più adeguata conoscenza del Rotary e delle sue attività a livello locale, distrettuale ed internazionale. Tale processo, trattandosi di un Club di nuova costituzione, sarà particolarmente sviluppato nel primo anno di attività a cura di un formatore rotariano identificato all'interno del CD che avrà il compito preciso di organizzare una riunione mensile on line o in presenza, su specifici temi rotariani.
- 3. REALIZZAZIONE DI PROGETTI CONDIVISI IN LINEA CON LE AREE D'INTERVENTO DEL ROTARY**
- a. Resta prioritario favorire i processi di affiatamento all'interno del club attraverso progetti di servizio che interessano direttamente i soci nell'attività nella piena consapevolezza che il coinvolgimento fa sentire utili e parte integrante del Club.
 - b. Altrettanto importante e prioritaria è la conoscenza dei progetti di servizio e delle attività realizzati dal Club attraverso efficaci processi di comunicazione interna ed esterna.
 - c. Lo stato di avanzamento progettuale, eventuali richieste di impegno (anche previsionali) e la rendicontazione delle attività dedicate dai soci nell'attività di servizio (che costituiscono assiduità) saranno costantemente tenute aggiornate e consultabili online: la raccolta ed il monitoraggio è delegata alla figura distintiva del Passport, ed appositamente designata, del *Service Director*.
- 4. SINERGIA CON ALTRI CLUB PER COLLABORAZIONI E SERVICE COMUNI**
I soci del Passport Club, anche in base ad attitudini ed età, oltre che ai progetti da proporre/avviare, visitano altri club con l'intento di incontrare altri soci e avere un'esperienza di club diversificata. Tale requisito è alla base della possibilità di sinergia con altri club per collaborazioni e *service* comuni volti al miglioramento delle condizioni di vita della comunità di riferimento del Club.
- 5. DEFINIZIONE DELL'IMMAGINE PUBBLICA DEL CLUB E DELLA CONSAPEVOLEZZA DELL'ESSERE ROTARIANO**
- a. Diffondere all'interno del Club l'idea che la comunicazione è una variabile strategica fondamentale e trasversale, che va governata con assoluta consapevolezza.
 - b. Definire i rapporti del club con i media, valutando l'opportunità e le modalità di un eventuale utilizzo, ai fini di comunicazione, delle più diffuse piattaforme della rete o di strumenti alternativi a quelli tradizionali.
 - c. Strutturare il sito internet del Club, il Social Network Facebook del Club, sotto l'aspetto dei contenuti, dello stile e dell'interattività dei canali di comunicazione, nella prospettiva dell'innalzamento dei livelli di accessibilità.
 - d. Sottolineare l'importanza alla comunicazione svolta da ciascuno dei propri membri nei confronti della comunità con cui interagisce nel contesto familiare, lavorativo e sociale al di fuori del Club. A tal riguardo di particolare interesse vengono considerate le attività di affiatamento tra i soci tra di loro e tra questi ultimi ed altri rotariani svolte mediante la programmazione di attività che coinvolgono le famiglie e che creino momenti di divertimento e condivisione,

AREE DI INTERVENTO E NUOVI PARADIGMI METODOLOGICI

Il club indirizzerà la propria attività nelle aree d'intervento del RI che rispecchiano i più pressanti bisogni della comunità progettando gli interventi ed i service con nuove modalità in linea con l'attuale situazione sanitaria. Una relazione virtuosa tra innovazione e sostenibilità, favorita dalla trasformazione digitale, è un paradigma imprescindibile per un futuro migliore e una "nuova normalità": La creazione di progettualità basate metodologicamente sulla sostenibilità (non solo ambientale) darà ai soci del Rotary Passport Club Milano Metropolis un modo in più per apportare cambiamenti positivi ed aumentare l'impatto e la visibilità dell'intervento.

FASE 4 - Seguire i progressi: quanto siamo vicini agli obiettivi?

Piano di verifica dei progressi verso gli obiettivi

L'attività, sistematica e pianificata, di verifica dei progressi del Club verso gli obiettivi fissati e l'analisi degli scostamenti, con misurazione dell'andamento tramite appositi indicatori (**KPI** "Key Performance Indicator"), verrà realizzata in riunioni mensili di Consiglio, allargate ai Presidenti di Commissione, nelle quali vi sarà modo, grazie ad un ordine del giorno specifico, di delineare una sintesi della situazione in itinere condivisa tra i soci.