



CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

La Comunicazione Social nei Club del Distretto Rotary 2071

a cura della Sottocommissione Social Network
del Distretto Rotary 2071 – a.r. 2026-2027

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

Montecatini, 19 settembre 2026

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

Rotary 
Distretto 2071
La COMUNICAZIONE dei CLUB
Questionario (a.r. 2026-2027)

Modulo per la raccolta dei dati: compilare tutti i campi richiesti. I dati saranno utilizzati per la reportistica distrettuale.

Indagine sugli strumenti social utilizzati

Identificazione del Club

 **Nome del club ***

Seleziona la risposta 

 **Presidente Commissione Comunicazione** (Cognome Nome)

Inserisci la risposta

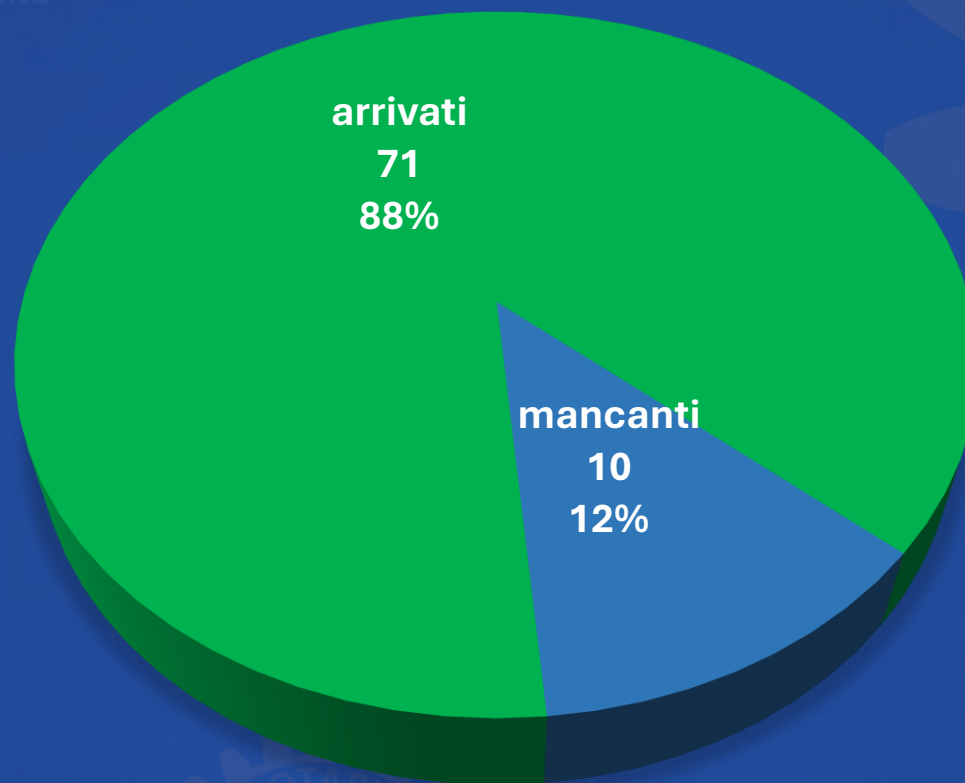
 **mail**

Inserisci la risposta

cellulare

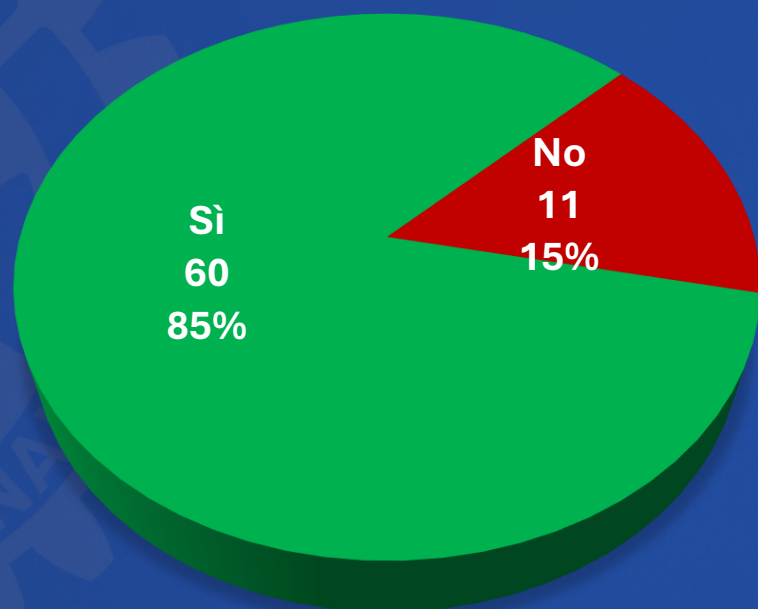
CREIAMO UN IMPATTO DURATURO

Risposte al Questionario



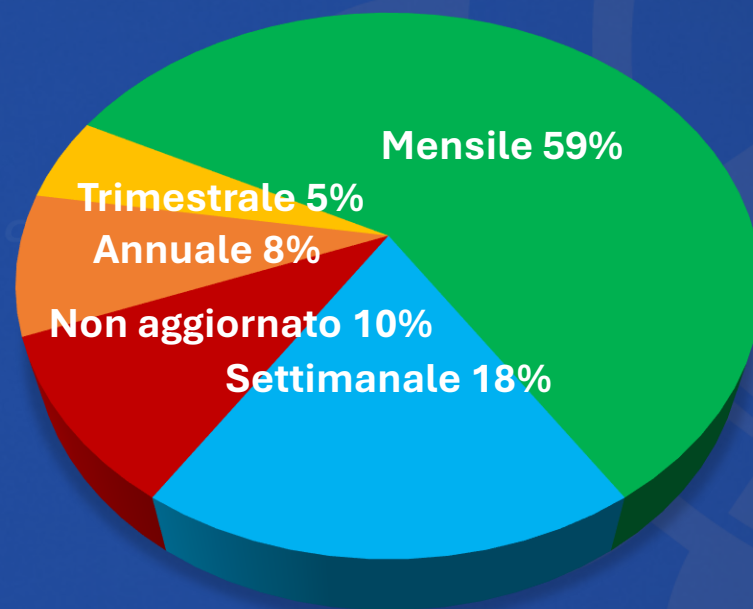
CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

Sito Web



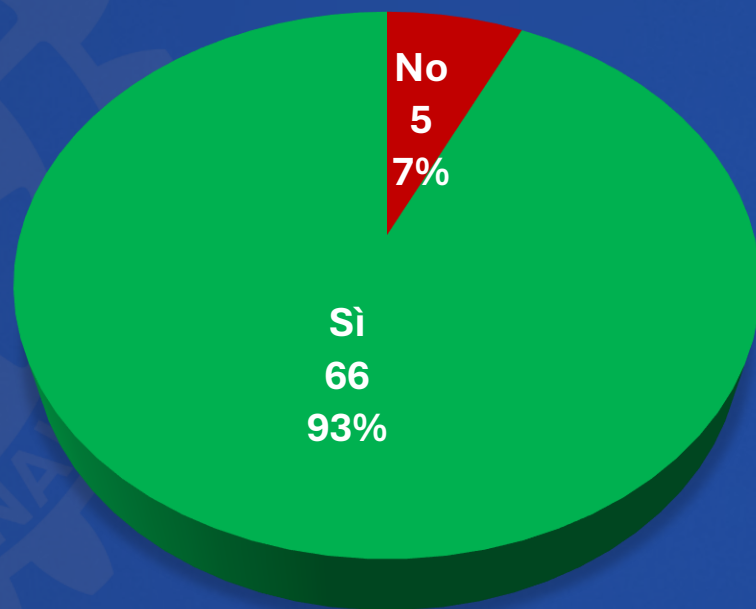
CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

Aggiornamento sito Web

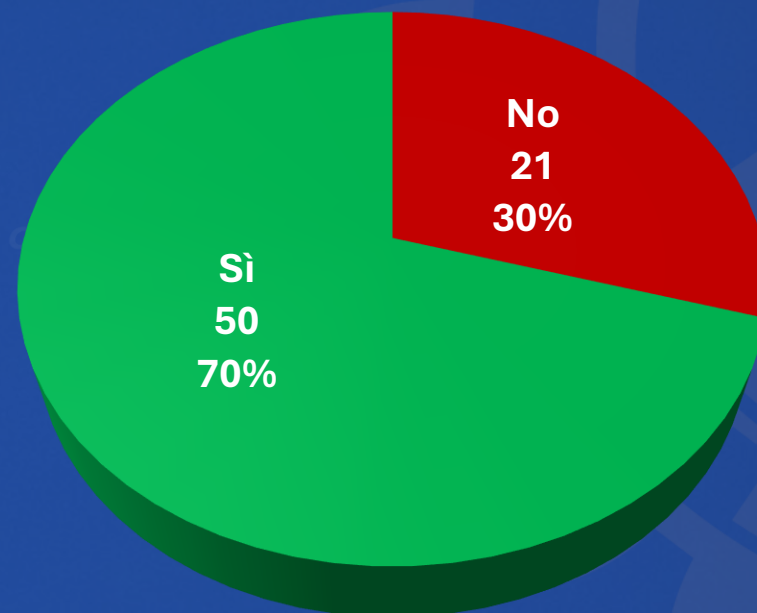


CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

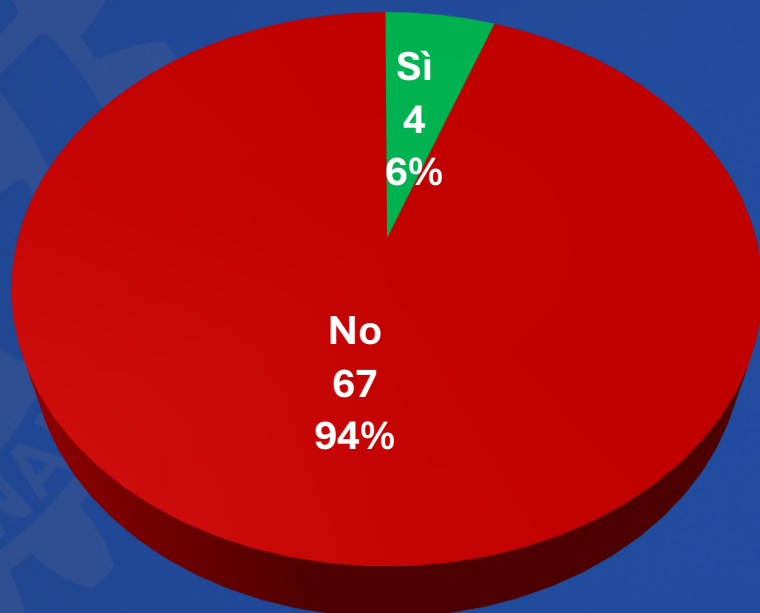
Facebook



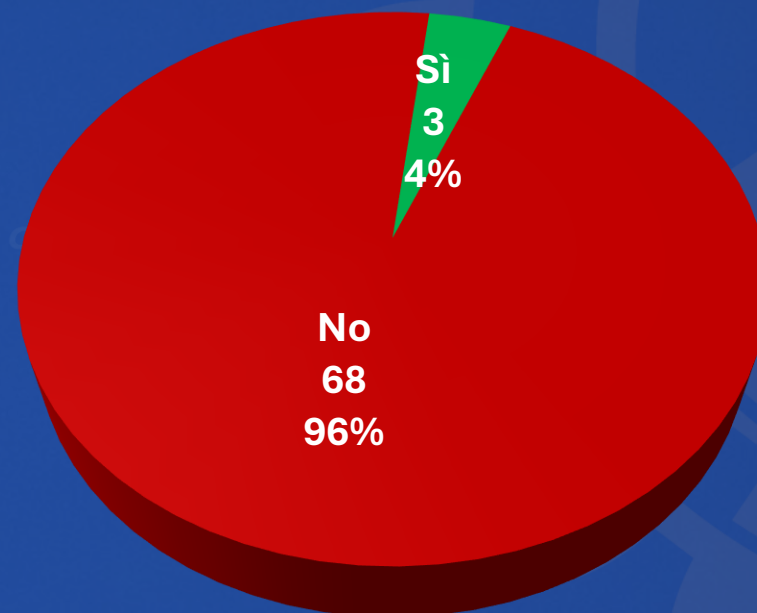
Instagram



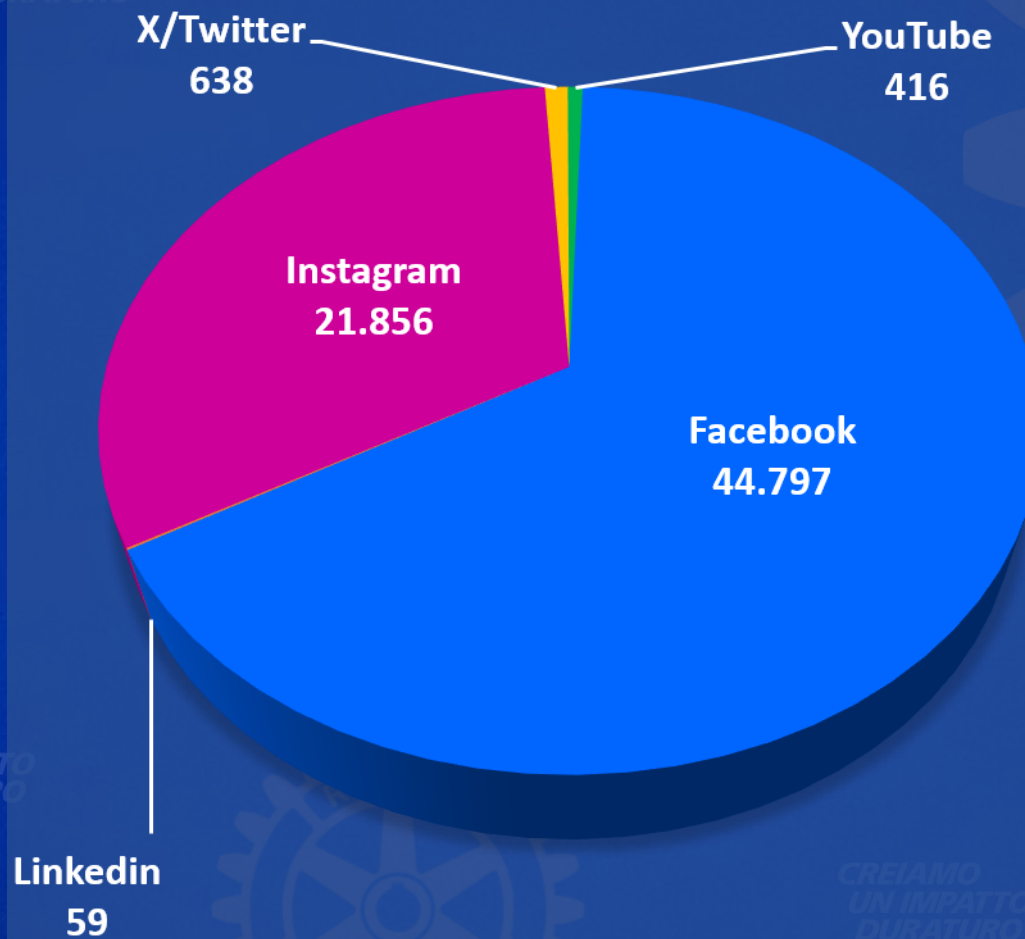
Linkedin



X/Twitter



Follower (tutti i club)



I SOCIAL DISTRETTUALI

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO



4.613



1.340



130



2.000

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

Guida all'utilizzo dei social network del Club

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

1. OBIETTIVO DELLA GUIDA

- Uniformare la **comunicazione** dei Club
- Rafforzare **l'identità**
- Facilitare il rilancio dei **contenuti**
- Migliorare **qualità** e **impatto** dei post



2. RUOLI E RESPONSABILITÀ

Esempio di struttura organizzativa del Club

- **Segretario**: fornisce informazioni ufficiali (date, nomi, ruoli)
- **Responsabile Social** (o Comunicazione): cura i contenuti, verifica qualità, coordina i soci
- **Presidente**: approva i contenuti istituzionali
- **Soci**: inviano foto e materiali ai responsabili social o al segretario

3. PRINCIPI DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

- **Coerenza visiva** Rotary
- Focus sull'**impatto**
- Chiarezza e **sintesi**
- **Correttezza formale**
- Rispetto delle **linee guida RI** e del D2071
- **Non autoreferenziali**
- Attinenti alla **missione** Rotary

- colori
- font
- tono
- logo



4. TIPOLOGIA DI CONTENUTI DA PUBBLICARE

- Service e progetti con **impatto sociale**
- Eventi **ufficiali/istituzionali** di Club o Distretto
- Premiazioni, borse di studio, **iniziative giovanili**
- **Collaborazioni con istituzioni**, scuole, associazioni
- Contenuti educativi ed **informativi sul RI**
- **Testimonianze**, storie, risultati misurabili



5. MENZIONE, TAG E HASHTAG: ORIENTIAMOCI!

	Menzione @	Tag 	Hashtag #
Simbolo e Posizione	@ inserito all'interno della didascalia, dei commenti o come adesivo nelle Storie.	Nessun simbolo visibile nel testo: si applica direttamente sopra le foto/video o nelle impostazioni del post.	# inserito solitamente in fondo al testo del post o nei commenti.
Scopo Principale	Citare e richiamare un profilo specifico nel flusso del racconto testuale.	Identificare la presenza fisica o la collaborazione di un account all'interno del contenuto visivo.	Categorizzare il post per argomento, inserendolo in un grande archivio tematico globale.
Effetto sul destinatario	Invia una notifica immediata all'account menzionato e crea un link cliccabile nel testo.	Invia una notifica e inserisce il post nella scheda dedicata ai contenuti taggati sul profilo del destinatario.	Non notifica nessuno, ma rende il post reperibile da chiunque cerchi o segua quella parola chiave.
Utilità strategica per il Club	Coinvolgere partner in tempo reale (es. nelle Storie) e creare collegamenti diretti verso i profili degli ospiti.	Rimanere visibili nel tempo sui profili delle associazioni partner o dei soci, valorizzando la loro presenza .	Aumentare la visibilità internazionale e la brand awareness del Club verso l'esterno.

6.1 COINVOLGIMENTO SOCIAL D2071

Quando menzionare o taggare il Distretto:

- Progetti **replicabili** o di particolare **rilevanza** pubblica
- Iniziative con **forte impatto** mediatico o sociale
- Service finanziati, patrocinati o **sostenuti dal Distretto**
- Eventi alla **presenza del Governatore**
- **Eventi ufficiali** del Distretto



6.2 COINVOLGIMENTO SOCIAL D2071

Come farlo correttamente:

- Facebook: **@Rotary International Distretto 2071**
usare nel testo del post, nelle storie e nelle foto



- Instagram: **@rotary_distretto_2071_tuscany**
usare nel testo, nelle storie e nei reel



6.3 COINVOLGIMENTO SOCIAL D2071

Inserire **hashtag** istituzionali

- #Rotary
- #PeopleOfAction
- #Rotary2071
- #RotaryClub[*nomeclub*]
- #EndPolioNow
- #createlastingimpact (*)
- #creiamounimpattodurature (*)



(*) *hashtag* relativi all'a.r. 2026-2027

7. POST DA ACCOUNT ESTERNI

- Monitorare **menzioni e tag** che riguardano il Club
- **Interagire in modo istituzionale:**
 - mettere “mi piace”
 - commentare con tono formale e orientato al servizio
 - ringraziare partner e istituzioni
- **Condividere o rilanciare** i post quando il contenuto è rispetta gli standard qualitativi tramite:
 - **condivisione** diretta (Facebook)
 - aggiunta alle **Storie** (Instagram)
 - **repost** (Instagram, se disponibile)
- Aggiungere una **breve descrizione istituzionale** sul Rotary
- **Taggare** correttamente il **partner** e il Distretto (per service rilevanti)
- Gestire **contenuti non conformi** contattando privatamente il partner

8. STANDARD QUALITATIVI DEI CONTENUTI

• Foto

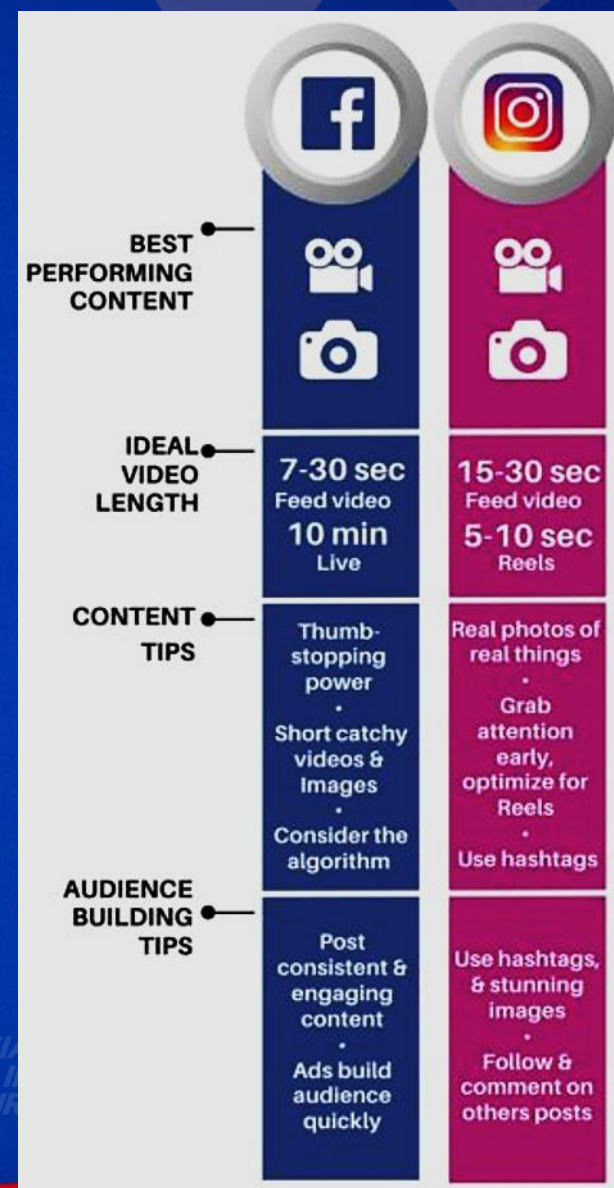
- Buona **risoluzione** (min. 1080 pixel nel lato lungo)
- Buona **qualità**: evitare foto sfocate e scure
- Evitare foto con **minorenni** o con persone **non consenzienti**
- Preferire immagini che mostrano **azione**, partecipazione, impatto
- **Formato** verticale per Instagram, orizzontale per Facebook

• Testi

- **Brevi** (400–600 caratteri)
- **Struttura** consigliata: quando - chi - cosa - dove - perché - risultato
- Evitare **acronimi** non spiegati

• Video

- **Durata** consigliata: 20–60 secondi
- **Formato** verticale per Instagram, orizzontale per Facebook



9. TEMPI DI PUBBLICAZIONE

- I Club dovrebbero pubblicare possibilmente **entro 72 ore** dall'evento
- Il Distretto **rilancia** i post ammessi appena possibile

NB: il Distretto rilancia prioritariamente i contenuti che includono tag o menzione corretti



10. ERRORI DA EVITARE

- **Menzione** mancante o errata
- **Tag** errato
- **Foto** non adeguate (tavoli apparecchiati!)
- **Foto** non autorizzate (liberatoria)
- Testi troppo **lunghi**
- Testi **autoreferenziali**
- Testi con **errori di battitura**
- Pubblicazioni **sporadiche**
- **Hashtag** non istituzionali o eccessivi



11. COMUNICAZIONE EFFICACE: BEST PRACTICE

- Regolarità
- Alternanza contenuti
- Tono positivo
- Coinvolgimento soci
- Template coerenti
- Grafica coerente

service, eventi, storie,
collaborazioni

TOGETHER, WE

CONNECT

The unexpected happens every day in Cambodia: floods can displace whole communities, or a fire can burn down a block of buildings. Our Emergency Relief & Response Project acts as a second responder to provide equipment for a temporary shelter, blankets and tools. Importantly, it also acts as a water purification system to supply clean drinking water until the family can be permanently rehoused.

The deployments are done directly by Club members.

Rotary Club Eltham supply the Aquaboxes. Nature supplies the need.

Rotary Club of Phnom Penh supplies the solution.

Rotary  PEOPLE OF ACTION

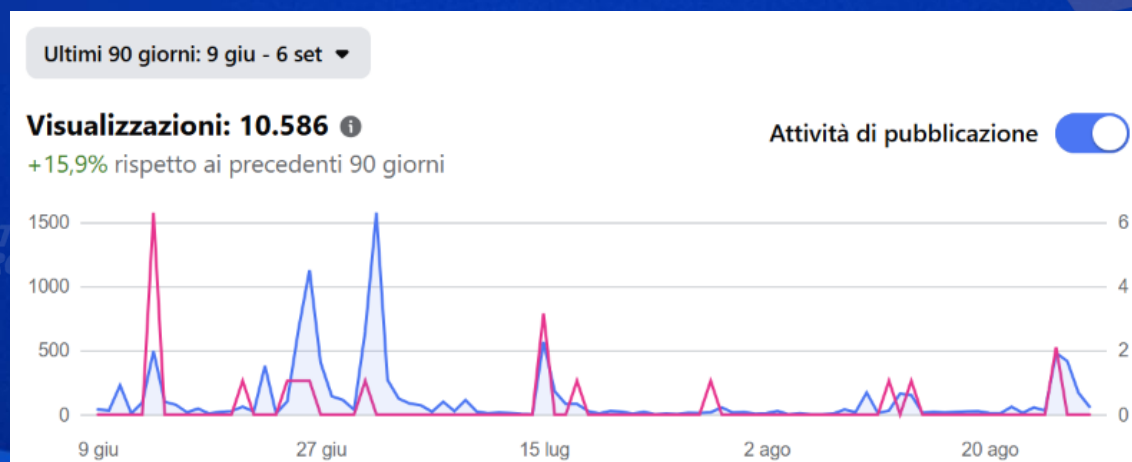
12. CHECKLIST OPERATIVA PER I CLUB

- ✓ Ho taggato correttamente il Distretto?
- ✓ Ho usato gli hashtag istituzionali?
- ✓ Il testo è chiaro e sintetico?
- ✓ Ho verificato la correttezza del testo?
- ✓ Il contenuto rispetta l'identità Rotary?
- ✓ Il testo spiega cosa abbiamo fatto e chi ne beneficia?
- ✓ Le foto sono di buona qualità?
- ✓ Le foto mostrano azione/impatto?
- ✓ Ho tagliato via dettagli non istituzionali (es. piatti e tavoli apparecchiati)?
- ✓ Ho il consenso delle persone fotografate e la liberatoria firmata se ci sono minori?

13. METRICHE E RISULTATI

Per aiutare verificare la validità della propria comunicazione verificare:

- Crescita dei follower (mensile)
- Numero di interazioni (like, commenti, condivisioni)
- Numero di contenuti rilanciati dal Distretto
- Copertura media dei post



14. SUPPORTO DEL DISTRETTO

Il Distretto 2071 può supportare i Club con:

- **rilancio** dei contenuti più rilevanti (precedenza ai post con tag/menzione al Distretto)
- **consulenza** sulla comunicazione istituzionale
- **materiali grafici** standardizzati
- **formazione** per responsabili social dei Club

Sottocommissione Social Network

Sandra MANETTI (R.C. Firenze Est)

PHF BEN GRD CI. Attività Libere e Professioni: Revisori contabili

Cell. 339 3060359 **E-mail:** sandy.man@tiscali.it

Gianna De Gaudenzi (R.C. Livorno), Stefania Marconi (R.C. Orbetello-Costa d'Argento),
Alessandro Pulcinelli (R.C. Firenze Valdisieve), Alberto Marini (Rotaract Siena)

stampa@rotary2071.org

CONCLUSIONI

- **Comunicare** bene significa **servire** meglio
- La comunicazione è **parte del service**
- Raccontare l'impatto **rafforza** Rotary
- Ogni Club **contribuisce** all'immagine distrettuale



stampa@rotary2071.org

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

**Grazie
per
l'attenzione!**

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO

CREIAMO
UN IMPATTO
DURATURO