



7

Comunicazione digitale,
il sito web e i social media

Rotary
Italia





Indice

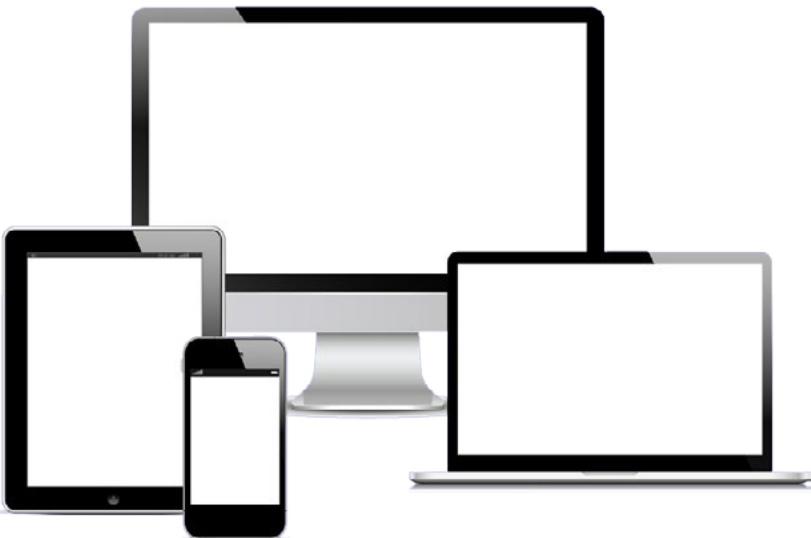
Premessa	4
I New Media	5
Sito web internazionale	6
Sito web distrettuale o di club	7
Elementi fondamentali	8
Organizzazione pagina	9
Organizzazione contenuti	10
Logo	11
Navigazione	12
Caratteri	13
Colori	14
Pulsanti	15
Immagini	16
Social Media e Rotary	17
Twitter	18
Youtube e Vimeo	19
Facebook	19
Linkedin	22
Google+	23
Blog	24
Newsletter	25
Applicazioni	26
Glossario	27

PREMESSA

Come tutte le grandi organizzazioni, anche di carattere aziendale, il Rotary ha bisogno di **massimizzare il proprio impatto comunicativo**, al fine di ottimizzare le risorse investite ogni anno per la comunicazione.

Persegue quest'obiettivo attraverso strategie ritagliate su misura per raggiungere un pubblico in movimento, sempre in evoluzione, attraverso i **nuovi device portatili** e i **nuovi social**.

Tecniche nuove per comunicare che promettono economicità e grandi risultati, in termini di numeri, ma ci prospettano anche nuovi problemi e nuove sfide tecniche. Esistono decine di piattaforme web e social network, e non sempre è chiaro quali siano i più affidabili (o i più longevi). Quelli più semplici da utilizzare, talvolta non sono i più efficaci per la nostra comunicazione. E le piattaforme "user friendly" spesso richiedono uno sforzo maggiore per chi deve predisporle e gestirne i contenuti. È utile chiarirsi bene le idee, prima di scegliere una piattaforma per raccontare il service rotariano, poiché ai vari livelli servono **strumenti differenti e personalizzati**.



I NEW MEDIA

L'evoluzione tecnologica dei device - o dispositivi - che ogni persona ha oggi a disposizione (smartphone, tablet, ecc.), ha radicalmente modificato il mondo della comunicazione. In passato la potenzialità di un mass media era la capacità di trasmettere il messaggio **one-to-many** (uno a molti). La comunicazione moderna permette

invece una simultaneità intercognitiva, anche delle esperienze collettive. I dispositivi si interfacciano in modo interattivo, e l'informazione è alla portata di tutti. L'interattività offerta dalle applicazioni web consente una tipologia di comunicazione tipica dei nuovi media, e cioè né *one-to-one* né *one-to-many*, ma addirittura **many-to-many**.



È in questo vorticoso scenario che il Rotary sta compiendo la propria trasformazione, investendo sull'interconnessione globale dei media che ha scelto per comunicare, per promuovere l'associazionismo e per raccontare i service.

In questo grande passaggio epocale, è opportuno che il Rotary, pur garantendo personalizzazioni in base alle esigenze locali dei club e dei distretti, concentri gli sforzi sull'**uniformità del messaggio**, per rafforzarne la valenza.

A tal proposito, in questo pocket dedicato alla comunicazione digitale si prenderanno in analisi le più comuni modalità di comunicazione online, analizzandone pregi e difetti, rischi e possibilità di personalizzazione.



I punti di forza del Rotary

- Leadership come mentalità e approccio.*
- Rapporti e comunità, non il singolo individuo.*
- Impatto su scala mondiale.*

BENVENUTI AL ROTARY

Siamo tra i tuoi vicini, tra i professionisti della tua comunità e del mondo, uniti dal desiderio di contribuire al bene comune. Insieme potremo fare di più.



UNIRSI AI LEADER

Incontra professionisti provenienti da tutti i settori, culture e continenti.

SITO WEB INTERNAZIONALE

Il Rotary International ha, nel 2013, rinnovato completamente la **corporate rotariana**, trasformandola in chiave moderna, proiettata verso le nuove generazioni, e ottimizzata per i nuovi dispositivi elettronici.

In tale direzione si è sviluppato anche il lavoro di **restyling del sito web** internazionale, che è stato adattato per la consultazione dai dispositivi mobili, con un'interfaccia "touch" intuitiva e coinvolgente, che fornisce informazioni di rapido accesso sul Rotary e sui suoi service. Nel nuovo sito **www.rotary.org** sono contenuti anche strumenti aggiuntivi per i soci rotariani come, ad esempio, la ricerca rapida tra i club di tutto il mondo o la sezione **MyRotary**, sviluppati per **creare connessioni attive** tra soci rotariani. Inoltre, il sito contiene strumenti che facilitano il lavoro di chi deve raccontare il Rotary, quali il **Brand Center** o l'**Archivio fotografico** in HD.

IL MIO ROTARY



Il programma di alfabetizzazione Rotary Reading Rampage di ogni studente degli U.S.A. e India l'occasione di scoprire una volta a leggere e scrivere, apprendimento.

IL MIO PROFILO

La creazione di un profilo consente agli altri utenti di conoscerti, personalizza i tuoi di

TROVA UN CLUB

Città o area geografica

I MIEI MI

La tua email

Vuoi la mia email

ANNUNCI

Allegato nella tua

profilo personale

Impostazioni di

Contatto

Impostazioni di

Altre >

SOTTO I

Altre >

GUIDA PRATICA PER I SITI WEB DEI CLUB

Il sito web del club è uno dei modi più comuni in cui le persone di una comunità imparano a conoscere il Rotary e le buone opere che svolge. Nell'ambito di un'iniziativa pluriennale mirante a rafforzare il brand, i club sono **esortati ad aggiornare i propri siti web applicando la nuova identità visuale e verbale** del Rotary. Di seguito i consigli su come organizzare il contenuto del sito, applicare il logo e il nome del club, scegliere i colori e i caratteri e altri elementi da tenere in considerazione per il sito. Le **linee guida** sono state ideate tenendo presenti le esigenze del club. Tuttavia, è possibile applicarle anche ai siti web del Rotary a livello distrettuale o a tema (fellowships e singoli progetti/eventi).

nota: i riferimenti cromatici per il web sono indicati con i colori esadecimali (per esempio #BCBDC0 corrisponde al grigio). Per maggiori dettagli, fare riferimento alla pubblicazione principale "Identità visuale e verbale - Linee Guida", disponibile nel Brand Center su Rotary.org.

GUIDA PRATICA PER SITI WEB DI CLUB



Elementi fondamentali

- » **Testata:** deve raffigurare il logo e il nome del club, allineati a sinistra. Sotto la testata, mettere la colonna di navigazione principale. In alto e a destra mettere le caselle per l'accesso e la ricerca.
- » **Corpo del testo:** per facilitare la navigazione delle pagine, la larghezza della colonna a sinistra dovrebbe essere circa 1/3 della pagina, mentre la restante area con il contenuto dovrebbe essere circa 2/3 della larghezza della pagina. Per facilitare la lettura, si consiglia di usare il bianco per lo sfondo del testo. Se si usa un colore di sfondo oltre i bordi del testo, si consiglia di usare il grigio medio (#BCBDC0) per dare un po' di contrasto.
- » **Piè di pagina:** può contenere voci per l'intera navigazione del sito e info sul copyright, norme sulla privacy, ecc. Si consiglia di usare il grigio chiaro (#E7E7E8) per lo sfondo.

Esempio di layout per homepage



Colonna laterale:
1/3 larghezza pagina

Area col testo:
2/3 larghezza pagina

Sfondo:
Grigio (#BCBDC0)

Esempio di layout per testo



Esempio di testata



Esempio di piè di pagina



Organizzazione pagina

Il sito web è la sede naturale per presentare al pubblico il club e mettere in mostra news, storie e immagini. La **homepage** è la “porta d’ingresso” principale, e deve comunicare in modo chiaro ai nuovi visitatori e al pubblico generale che cosa fa il club e perché farsi coinvolgere e interessarsi alle sue attività. Inoltre, si possono includere le informazioni più importanti sulla homepage, come la sede, l’orario e la data delle riunioni; storie e foto recenti; prossimi relatori; come diventare soci.

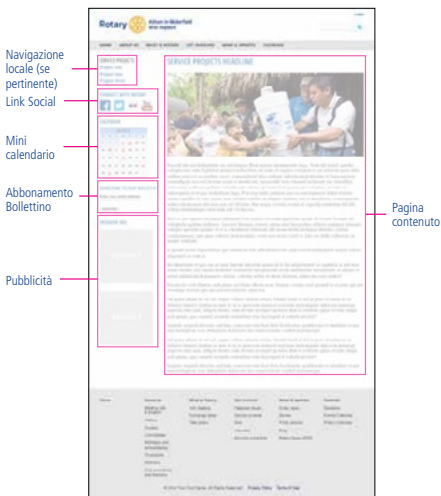
Si consiglia di inserire i dettagli sui soci a fondo pagina.

La **colonna a sinistra** è il posto più adatto per informazioni generali e annunci, oltre alle varie news e link al sito del Rotary International. L’esempio della pagina con il contenuto è un suggerimento per il layout del contenuto a seguire. Sono stati evidenziati i blocchi per i contenuti, che sono raggruppamenti di testo correlato, alcuni con titolo di testa, testo o link. Costituiscono un nesso logico e lineare per organizzare le informazioni del sito.

Esempio di homepage



Esempio di pagina con contenuto



Blocchi alternativi da allineare:

- Dirigenti e leader di club
- News del Rotary (RSS)
- Relatori
- Link Rotary

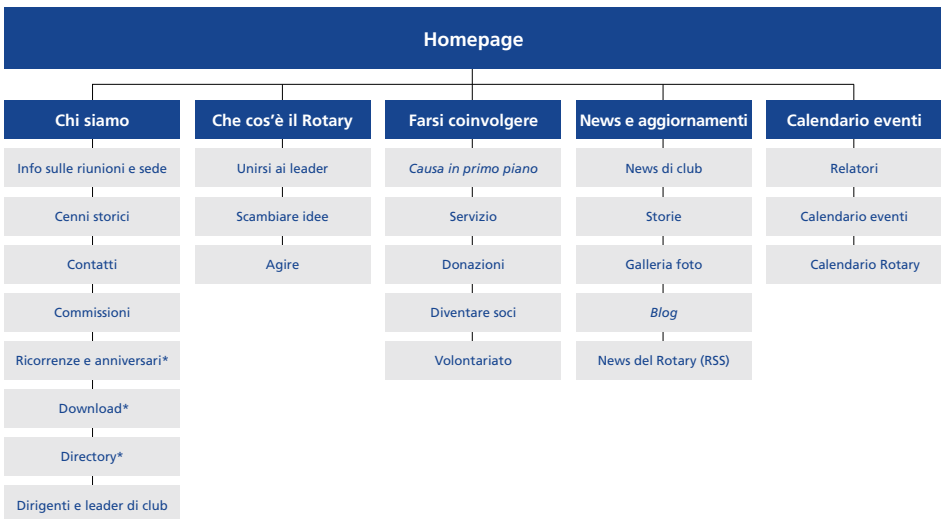
Organizzazione contenuti

Il contenuto può essere organizzato in base alle seguenti sezioni principali:

- » Chi siamo
- » Cos'è il Rotary?
- » Farsi coinvolgere
- » News e aggiornamenti
- » Calendario eventi

La **mapa del sito** mostra un esempio di come organizzare il contenuto nell'ambito di queste sezioni, tra cui le etichette delle sottosezioni. Usare questa mappa come punto di partenza. Molto probabilmente non è necessario includere tutte le sezioni e voci correlate, ma è possibile aggiungerne altre in base alle esigenze del club. La sezione "Che cos'è il Rotary?" offre l'opportunità di parlare dell'organizzazione globale del Rotary. In base alla nuova "**voce**" del Rotary, le esortazioni: Unirsi ai leader, Scambiare idee, Agire. È possibile combinare questi concetti in una pagina o separarli per fornire maggiori approfondimenti.

Esempio di organizzazione del contenuto



Logo

La testata deve contenere il **logo del Rotary** con il nome del club. Si consiglia di usare uno sfondo bianco (#17458F). Il nome del club e altri dettagli devono essere in Open Sans Condensed Bold, o Arial Narrow.

Le dimensioni possono variare a seconda della quantità di testo; ma questi esempi mostrano le proporzioni consigliate. Per accomodare i **nomi di club** più lunghi e altri dettagli, come nome del distretto, si consiglia di suddividere il testo in diverse righe. Per nomi lunghissimi, è possibile rimpicciolire il testo, anche se non si rispettano le giuste proporzioni con il logo.

nota: nella testata è possibile inserire l'immagine con il logo del club, così come da indicazioni del manuale di "Identità visuale e verbale - Linee Guida"

Esempio del logo con nome del club su sfondo bianco

Rotary  Club
Milano Duomo

Rotary  e-Club
Monte Bianco Est

Rotary  Club
Parco delle Madonie
D2110 Sicilia-Malta

Spazio e allineamento consigliati



Esempio di logo con nome di club su sfondo scuro

Rotary  The Rotary Foundation
Italia

Rotary  Schwäbischer Barockwinkel
Thannhausen/Landkr

Rotary  제주 파라다이스 클럽

Esempio di logo nome del club nella testata del sito web

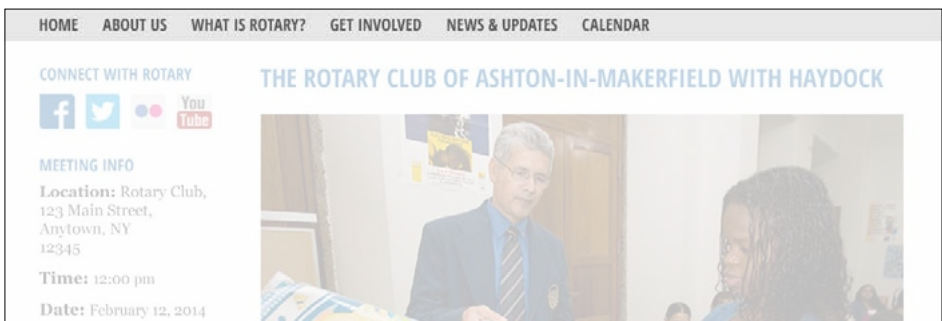


Navigazione

La navigazione del sito riflette l'organizzazione del contenuto, e **guida i visitatori** tra le varie sezioni. Si consiglia di includere una serie standard di link nella barra di navigazione principale: **"Chi siamo"**, **"Farsi coinvolgere"** e **"Che cos'è il Rotary?"**. Il carattere consigliato per le voci della navigazione principale è Open Sans Condensed Bold, o Arial Narrow, in maiuscolo, e di colore nero. Il colore per lo sfondo consigliato è grigio chiaro (#E7E7E8). Durante i passaggi del puntatore, ossia quando l'utente sposta il cursore su una voce con link attivo, usa testo bianco su sfondo azzurro (#005DAA).

Menù a discesa: in caso di sotto-categorie navigabili, si consiglia di usare menù a discesa. Quando l'utente sposta il cursore su una voce con menù a discesa, far comparire una lista delle sotto-categorie con testo bianco su sfondo azzurro (#005DAA). Quando si seleziona una voce del menù, il testo con **link attivo** deve comparire sottolineato.

Esempio di barra di navigazione

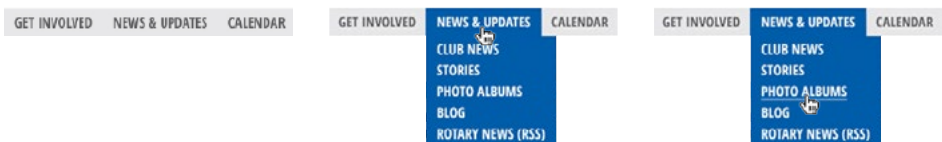


Esempio di menù a discesa

Barra default

Sorvolare con cursore del mouse

Selezionare



Caratteri

Per i **caratteri digitali** si consiglia di usare una combinazione di caratteri primari e secondari, con varie dimensioni, per stabilire una gerarchia tra i caratteri e facilitare la leggibilità.

- » **Caratteri primari:** da usare per testate, navigazione principale e altre aree di rilievo. Open Sans Condensed Bold è il carattere primario consigliato. Può essere scaricato gratuitamente da Google: www.google.com/fonts/specimen/Open+Sans. Se il suddetto carattere non è disponibile, si consiglia di usare Arial narrow che è un carattere preinstallato sulla maggioranza dei computer. Per le testate principali si possono inserire i caratteri tutti in maiuscolo, per maggiore enfasi. Usare scrittura regolare per sottotitoli.
- » **Carattere secondario:** si consiglia l'uso del Georgia per il resto del testo: per il corpo, per il contenuto secondario, per le didascalie e per i richiami.

Caratteri primari

OPEN SANS CONDENSED BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ARIAL NARROW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Carattere secondario

Georgia

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Esempio di homepage usando Open Sans Condensed Bold e Georgia



Esempio di homepage usando Arial Narrow e Georgia

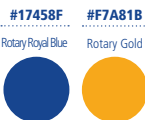


Colori

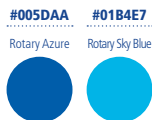
La **tavolozza colori del brand Rotary** serve a stabilire una gerarchia e indirizzare l'attenzione. Contiene i colori del logo e tre livelli: primario, secondario e neutro.

- » **Colore del logo:** limitare l'uso dei colori del logo per applicazioni diverse dal logo (ad esempio per un pulsante speciale che invita a passare all'azione).
- » **Colori primari:** si consiglia di usare Rotary Azure in varie parti del sito per le aree più rilevanti (testate e menù a discesa). Rotary Sky Blue può essere usato insieme a Rotary Azure per le aree che richiedono ulteriore enfasi.
- » **Colori secondari:** da usare per avvisi e grafica. Occorre considerarli come accentuazioni dei colori primari (ma non devono sostituire i colori primari).
- » **Colori neutri:** da usare per aree ed elementi che non richiedono speciale enfasi, come la navigazione, sfondi e corpo del testo.

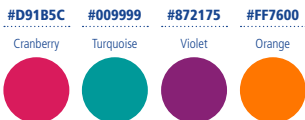
Colori del logo



Colori primari



Colori secondari



Colori neutri



Esempio sull'uso del colore del logo



Esempio sull'uso del colore primario



Esempio sull'uso del colore secondario



Esempio sull'uso del colore neutro



Pulsanti

I pulsanti devono essere usati quando si chiede all'utente di intraprendere **una specifica azione** - donare, contattare, cercare, inviare o registrarsi - invece di un link, che serve semplicemente per navigare ai relativi contenuti. Si consiglia l'uso di **tre stili** per i pulsanti, ciascuno dei quali corrisponde ad un particolare tipo di azione.

- » **Primo stile:** è riservato alle azioni più importanti presenti nella pagina, come fare una donazione, registrarsi come socio o per fare volontariato.
- » **Secondo stile:** usato per appelli all'azione importanti, ma non di primaria rilevanza. Ad esempio, il pulsante "Contattaci".
- » **Terzo stile:** usato per prendere una decisione tra due azioni di uguale importanza o per un'azione più utilitaria (come ricerca o cella).

Per il testo del pulsante usare il carattere Open Sans Condensed Bold o Arial Narrow.

Primo stile pulsanti



Stato di default e clic
 Colore testo: #005DAA
 Colore sfondo: #F7A81B
 Opacità: 100%



Stato con sorvolo del cursore
 Colore testo: #0077DA
 Colore sfondo: #FBC533
 Opacità: 100%



Stato disattivato *
 Colore testo: #005DAA
 Colore sfondo: #F7A81B
 Opacità: 50%

Secondo stile pulsanti



Stato di default e clic
 Colore testo: #FFFFFF
 Colore sfondo: #005DAA
 Opacità: 100%



Stato con sorvolo del cursore
 Colore testo: #FFFFFF
 Colore sfondo: #0077DA
 Opacità: 100%



Stato disattivato *
 Colore testo: #FFFFFF
 Colore sfondo: #005DAA
 Opacità: 50%

Terzo stile pulsanti



Stato di default e clic
 Colore testo: #005DAA
 Colore sfondo: #FFFFFF
 Colore pennellata: #005DAA
 Opacità: 100%



Stato con sorvolo del cursore
 Colore testo: #0077DA
 Colore sfondo: #E7E7E8
 Colore pennellata: #0077DA
 Opacità: 100%



Stato disattivato *
 Colore testo: #005DAA
 Colore sfondo: #F7A81B
 Colore pennellata: #005DAA
 Opacità: 50%

Esempio di layout con pulsante



Immagini

La scelta dell'appropriato **argomento** e **stile** della fotografia è una parte importante del messaggio. In generale, si consiglia di usare immagini focalizzate **sulle connessioni** e **sulla comunità** quando possibile. Quando si pubblicano foto delle attività del club, si consiglia di selezionare gli scatti in cui si vedano rotariani e beneficiari attivamente coinvolti nel progetto. Evitare foto-ricordo o scatti di circostanza.

Per la scelta o gli scatti di nuove foto, bisogna cercare di includere:

- » **Pose o ritratti candidi**
- » **Espressioni sincere**
- » Dimostrazioni **attive** di leadership e impatto
- » Momenti speciali di **affiatamento, amicizia, cordialità** o **celebrazione**

Singolo Rotariano



Piccoli gruppi



Grandi gruppi



Con beneficiari



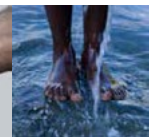
Pose



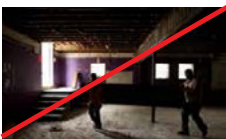
Località



Immagini metaforiche/concettuali



Immagini da evitare



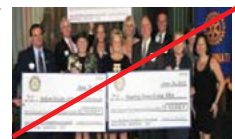
Scene con scarsa luminosità.



Pose non spontanee o stereotipiche.



Soggetti distratti e lontani dal fotografo.



Elementi sproporzionati o immagini a bassa risoluzione.

SOCIAL MEDIA E ROTARY

Comprendere l'importanza che i social media hanno assunto per il Rotary è fondamentale, nella comunicazione rotariana. Decine di migliaia di persone sono raggiunte ogni giorno da un link, un video, un post, un tweet, che ricorda loro che il Rotary esiste ed è attivo con centinaia di servizi e decine di campagne in tutto il mondo. **Immediatezza** ed **efficacia**, oltre che **economicità**, fanno dei social network (reti sociali) uno strumento potentissimo per i comunicatori del Rotary, a tutti i livelli.



È compito di chi si occupa di pubbliche relazioni, all'interno di club e distretti, scegliere i **migliori strumenti per valorizzare le attività rotariane**, selezionando i social più adatti. Altro delicato aspetto è il dare forma (e sostanza) ai contenuti, per fare in modo che il social network non rimanga un contenitore vuoto, privo di attrattiva. La parola chiave, per chi sceglie di diventare social, è "**continuità**". L'utente non deve procacciarsi le informazioni (non ne ha né il tempo né la voglia), pertanto chi cura l'informazione deve garantire un flusso costante e interessante di dati, siano essi testi, fotografie, video, link.





Twitter

Twitter è un social network pensato per chi ha “qualcosa da dire”, per permettere a decine, centinaia, migliaia di “**followers**” di mantenersi passivamente informati. È ottimo per grandi organizzazioni (ad alti livelli), grandi produttori di contenuti (giornali, riviste), opinionisti, giornalisti, blogger e personaggi pubblici che costantemente producono contenuti. Difficilmente si adatta alle esigenze di singoli club o distretti rotary.

Rotary in 140 caratteri. Il profilo del Rotary International (@rotary) su Twitter è seguito da oltre 235.000 utenti, e “twitta” in media 2.000 nuovi contenuti ogni anno. Gestito dal Rotary International, è anche il profilo @RotaryItalia. Esso contiene prevalentemente contenuti in lingua italiana, inviati dai club e dai distretti. Inoltre sono presenti link alle campagne e alle tematiche internazionali. Il profilo conta quasi 11.000 followers, e 1.800 nuovi “tweet” ogni anno.

Per pubblicare contenuti su Twitter è necessario avere un account. È possibile inviare contributi e link al profilo @RotaryItalia, attraverso i messaggi diretti (140 caratteri), oppure attraverso l’apposito campo “**Twitta a Rotary International**”.

Creare un account di club o distrettuale può non risultare utile dal punto di vista della comunicazione verso l’esterno, ma può essere una scelta vincente per diventare followers di account più grandi (nazionale o internazionale), di quelli di associazioni e iniziative umanitarie, per avere sempre informazioni interessanti e attuali, da riproporre ai soci. L’account potrà essere gestito dal responsabile pubbliche relazioni Rotary, che estrapolerà le notizie più rilevanti, trasponendole sul sito web (nella sezione news e attualità) e sui social network rotariani.



Youtube e Vimeo

Il Rotary International dispone di un proprio canale sulla piattaforma **Youtube**, così come Rotary Italia. Entrambi gli account fungono da “base d’appoggio” a completamento di altre pubblicazioni digitali, che contengono **link e rimandi esterni** ai video pubblicati su Youtube. È possibile iscriversi al canale youtube, e riceverne gli aggiornamenti, utilizzando il proprio profilo google+ o googleMail.

Il Rotary International si avvale anche della piattaforma **Vimeo** (simile a un “Twitter” per contenuti video), sulla quale pubblica regolarmente materiale riguardante campagne e eventi internazionali del Rotary, a una media di circa **200 nuovi video ogni anno**. Tutti i video sono pubblici, e spesso vengono rilanciati attraverso altri social network rotariani di tutto il mondo. È possibile iscriversi e **diventare follower** del profilo Rotary su Vimeo, purché si disponga di un proprio account registrato.



Facebook

Forse uno dei social più diffusi. Completo e complesso (nelle funzioni avanzate), ma di facile utilizzo nelle funzioni base. Facebook offre spazio gratuito per qualsiasi comunità di utenti che desideri un luogo virtuale dove confrontare idee, scambiare e condividere contenuti. Al contempo, offre un solido appoggio a chi, come il Rotary, intenda creare una “**vetrina**” per raccontare al mondo le proprie attività, i propri service, e dare forza e slancio alle proprie campagne sociali.



Pur non essendo un social network incentrato sui contenuti visivi (come sono invece Instagram o Youtube), offre largo spazio a gallerie **fotografiche** e a contenuti **video**. Visita le pagine **facebook.com/Rotary** e **facebook.com/RotaryItalia** .

Pagina, gruppo o profilo?

Facebook oltre alla funzione di “vetrina virtuale”, svolge anche la funzione di “archivio” di contenuti, nel corso del tempo. Per la pubblicazione dei contenuti consente varie scelte, che presentano sostanziali differenze tra di loro.

- » **Il Profilo** è personale. Va usato solo per creare il proprio spazio di pubblicazione individuale. Non è adatto ai club o alle attività del Rotary, a nessun livello.
- » **Il Gruppo** serve per consociare una serie di profili privati (appartenenti ai soci rotariani), e creare uno spazio di condivisione e scambio on-line. Permette di scambiare documentazione e file, creare calendari e promemoria condivisi. È adatto, nelle forme “privato” o “segreto” per club o distretti, o per commissioni di lavoro monodisciplinari.
- » **La Pagina** è adatta per qualsiasi esigenza di comunicazione rivolta al pubblico (rotariano e non). Si presta a essere modificata e gestita da più soci (tramite il proprio account privato), che possono amministrarla e aggiungere i contenuti. Cosa molto importante, è pubblica. Ovvero è visibile anche a chi non ha un proprio profilo Facebook. Essa permette di porre in evidenza, come in una vetrina virtuale, gli eventi e gli appuntamenti più importanti. Può pertanto rappresentare un buon riferimento da indicare al pubblico, oltre al sito internet ufficiale.

La Pagina Facebook risulta molto utile anche per la creazione di pagine dedicate ad **eventi brevi o circoscritti**, come RYLA, seminari o workshop, laddove sia prevista una discreta produzione di materiale testuale (atti o relazioni), fotografico o video. In generale, è opportuno creare la pagina **qualche giorno prima dell'evento**, per permettere ai partecipanti di seguire le novità, e ricevere eventuali note organizzative. Dopo l'evento, sarà sufficiente mantenere "viva" la pagina per qualche settimana, lasciando che i partecipanti si scambino commenti e fotografie, e linkando i post più interessanti sulla pagina distrettuale o di Club.

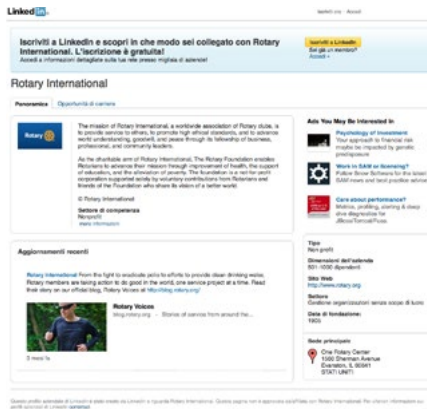
Pagine di club o Pagine distrettuali?

Possono coesistere solo se avviene uno scambio reciproco di contenuti. Quando si veicolano contenuti attraverso i media digitali, il contesto in cui la notizia è collocata può spesso **risultare vuoto** e, pertanto, poco attrattivo per un pubblico da fidelizzare. A maggior ragione, se il contenitore è proprietario (per esempio il sito del club o la pagina Facebook del distretto), talvolta i contenuti prodotti non sono sufficienti, o non sono sufficientemente articolati, non corredati da immagini, video, approfondimenti tali da arricchire e completare la comunicazione. A tal proposito, è utile considerare che, facendo parte della grande famiglia rotariana (che al suo interno non conosce copyright), i contenuti sono facilmente riutilizzabili sia dal più piccolo dei club che dal più grande dei distretti. In questo modo il club può ottenere, senza troppa difficoltà, **un flusso continuo di notizie e aggiornamenti**, riportando notizie distrettuali, nazionali e internazionali. Viceversa, per i media distrettuali sarà possibile **attingere dalle notizie locali** di tutti i club.

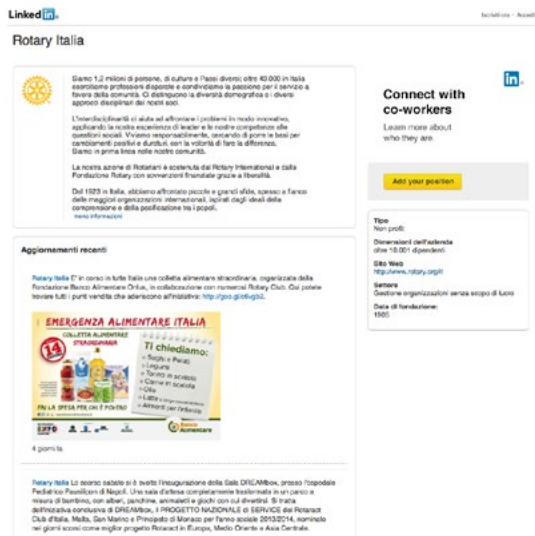
Facebook offre, tra le tante opportunità, quella di **programmare anticipatamente** la pubblicazione di contenuti. Opzione questa da non sottovalutare; serve a risparmiare tempo e a ottenere risultati puntuali e maggiormente coinvolgenti. Ad esempio può essere utile per richiamare le campagne nazionali: ogni settimana un soggetto fotografico diverso, ogni mese un approfondimento tematico diverso, ecc. Utile anche la funzione per **selezionare il pubblico di ogni singolo post**, che permette di individuare un target specifico, che visualizzerà quel post. Si pensi ad esempio a una notizia che si vuole dare **in due lingue** (italiano e inglese). Un post può essere visibile solo agli utenti italiani, mentre l'altro, quello in inglese, visibile agli utenti del resto del mondo.

LinkedIn

È il social network pensato per **professionisti** e **grandi aziende**. Nasce con l'intento di mettere in comunicazione manager e liberi professionisti e, più in generale, utilizzatori con fornitori di beni e servizi. In un'ottica di più ampio respiro, su LinkedIn trovano collocazione anche le **grandi organizzazioni di persone**, come è il Rotary, che valorizzano il proprio capitale umano. Nel caso dei rotariani, eccellenze professionali nel proprio ambito, LinkedIn rappresenta un ulteriore livello di reunion rotariana.



I soci iscritti al social network hanno la possibilità di entrare a far parte di gruppi quali l'**Official Rotary Club International Group**, il **Rotarian International Club** o il **Rotarians Group** (solo per rotariani). Così facendo portano avanti gli ideali del Rotary, ampliando le proprie cerchie professionali.




Anche **Rotary Italia** è presente su LinkedIn, sotto forma di profilo aziendale. Offre una panoramica sulle attività rotariane, dedicata anche a chi non sa cosa sia il Rotary e desidera informarsi sul suo funzionamento o approfondire le tematiche.

LinkedIn è ideale per **campagne rotariane** e **fellowship internazionali**. Difficilmente si adatta alle esigenze di singoli club o distretti Rotary, in quanto non idoneo a promuovere attività "micro tematiche" locali.

Informazioni Post Foto Video


Rotary Italia
 Condiviso pubblicamente - 03/feb/2014

Segnaliamo l'articolo dedicato interamente alla maratona "Run for Polo" pubblicato su Ciochiana Oggi.



Aggiungi un commento...

Rotary Italia
 Condiviso pubblicamente - 01/feb/2014



Rotary

DIRETTORE MECCANICO. MAMMA. ORIENTATA ALLO SVILUPPO.

Il Rotary è composto da 1,2 milioni di soci, uomini e donne, che collaborano per raggiungere obiettivi straordinari. I Rotariani impegnano la propria professionalità al servizio della comunità, con progetti mirati allo sviluppo sostenibile.


Rotary. L'umanità in movimento

info@rotaryitalia.it
www.rotary.org

Rotary Italia
 Condiviso pubblicamente - 03/feb/2014

Torna il 23 marzo a Roma "Run for Polo", la gara di raccolta fondi e di sensibilizzazione che il Rotary International - Distretto 2080 promuove ancora una volta in occasione della XX Maratona di Roma.

Qui potete leggere il comunicato stampa: <http://goo.gl/1IP7pz>




Aggiungi un commento...

Rotary Italia
 Condiviso pubblicamente - 29/gen/2014


Sono 19.000 le madri che ogni giorno perdono il proprio bambino. Attraverso la Rotary Foundation lavoriamo per migliorare la salute materna e infantile in tutto il mondo. In questo articolo vi raccontiamo quali esperienze vivrebbero le neomamme in paesi molto diversi tra loro. #Rotary

La vita delle madri - <http://goo.gl/Q3IGZm>



Aggiungi un commento...


affetti da asfissia neonatale: <http://goo.gl/1UdJy3w>



Aggiungi un commento...

Rotary Italia
 Condiviso pubblicamente - 01/feb/2014 #Milano

1000 sacchi a pelo per i senza letto di Milano. Un grande risultato raggiunto dal Rotary Club Milano Internazionale nell'ambito del progetto "Care for Homeless" <http://goo.gl/7KQdqv>



Aggiungi un commento...

Google+

È il social network di Google. Ricalca, in molti aspetti, le potenzialità e l'interfaccia di Facebook. Offre un'ottima **indicizzazione dei contenuti**, praticamente immediata, essendone proprietario Google. Dispone quasi dello stesso numero di utenti di Facebook (creare un account Google+ è obbligatorio, per chiunque utilizzi uno qualsiasi degli strumenti avanzati di Google), ma si tratta spesso di profili "fantasma", che non interagiscono in modo continuato e costante con le proprie "cerchie" di amici.

Google+ sta prendendo sempre più piede nel mondo dei social, e tra qualche anno potrebbe affermarsi appieno. Nel frattempo, sia Rotary International che Rotary Italia hanno creato account pubblici, attraverso i quali condividono e rilanciano notizie e campagne.

Se il distretto o il club dispongono già di una pagina Facebook, un eventuale profilo su Google+ potrebbe essere usato per replicare i contenuti, aumentandone la visibilità. Anche su Google+ la pagina che ospita i contenuti può essere lasciata **pubblica**, in modo che per visualizzarla non serva necessariamente un account.

Blog

Esistono varie piattaforme **opensource** che ospitano gratuitamente (o quasi) i blog, e che offrono possibilità di integrarli con dei widget (window-gadget, letteralmente finestra-utile), piccole interfacce grafiche inserite a lato dei contenuti testuali, che agevolano la navigazione tra i contenuti. In questo modo è possibile, magari rivolgendosi a un programmatore, modificare un template grafico gratuito (online ce ne sono centinaia), per trasformarlo in un minisito con funzionalità e opzioni gestibili dal proprietario (calendario appuntamenti, elenco post di Facebook o Twitter, form contatti, ecc.).



Le piattaforme più diffuse sono **WordPress** e **Joomla**, che stanno diventando sempre più evolute, per rispondere alle maggiori esigenze di interconnettività tra sistemi diversi. Va detto che il concetto iniziale di blog non è propriamente quello che oggi ricalcano queste due piattaforme. Un blog non è altro che una serie di testi che contengono le opinioni di uno o più autori, espresse in forma soggettiva e con cadenza non regolare.

Nello specifico caso rotariano, i “blogger” non si addicono allo stile di comunicazione dell’associazione, poiché l’inevitabile scelta di fornire **informazioni ufficiali**, preclude questo tipo di canale.

Talvolta, per determinati progetti rotariani, è comunque possibile sfruttare la versatilità di queste piattaforme per creare dei piccoli siti con poche pagine, senza troppo lavoro di programmazione. Se si è disposti ad accettare i **piccoli compromessi** richiesti dal template, come ad esempio il fatto che compaia il logo della piattaforma che fornisce il servizio, o che la grafica e le sezioni del sito siano vincolate a uno schema fisso e non modificabile, il risultato può essere efficace ed economico.

Su queste piattaforme, a seguito di massicci interventi di programmazione, si basano anche **alcuni siti distrettuali**.

Newsletter

Disporre degli indirizzi email di tutti i soci rotariani, pone in grande vantaggio chi si occupa di comunicazione per conto dell'associazione. Le newsletter rappresentano un **canale diretto con il socio** (one-to-one), che tramite i link può accedere a contenuti extra e approfondimenti. Se sapientemente costruite, attraverso l'utilizzo di immagini e di abstract testuali accattivanti, esse possono guidare il destinatario ad una migliore esperienza online, attraverso i racconti dei service rotariani. Le newsletter, in quanto strumenti interattivi, diventano social. Esse rappresentano infatti il punto di partenza, l'innesco comunicativo destinato ai soci, per stimolarne curiosità e interesse.

Una newsletter ideale è composta sia da resoconti e **racconti** dei service passati, che da proposte e **appuntamenti** per quelli futuri. Il tutto corredato da una buona **componente visiva** (grafica, fotografica, cromatica), e da strumenti e **utilità** (tools & utilities) di facile accesso, come ad esempio i link ai siti rotariani o alle pagine degli eventi.

Rotary
Distretto 2041

LUGLIO 2014

NEWSLETTER 01

IL ROTARY PER L'ARTE E LA CULTURA
FANTASTICO FENICE

15 - 21
SETTEMBRE
2013

50TH WORLD CHAMPIONSHIP
International Golfing Fellowship of Rotarians

notizie

Dal Club

RC MILANO SUD OVEST | **RC CINISELLO SESTO S. GIOVANNI** | **RC MILANO NAVIGLIO GRANDE**

Nuovo centro per bambini autistici - L'Azienda Ospedaliera San Paolo-Polo Universitario e l'Associazione Koala Onlus inaugurano il nuovo Centro dedicato ai bambini adolescenti autistici del San Paolo. Mercoledì 11 giugno 2014, alle ore 15, presso la sala convegni dell'Ospedale.

Consegna del PHF a Papa Francesco - In occasione del Congresso distrettuale, il presidente del RC Cinisello Sesto San Giovanni, Valerio Colombo, ha dato notizia della consegna del riconoscimento Paul Harris Fellow a Sua Santità Papa Francesco. Il Papa è socio onorario del RC Buenos Aires...

Chitarre dell'800 - Da qualche anno il RC Milano Naviglio Grande San Carlo sostiene il Master di Chitarra dell'Ottocento, tenuto da Marco Battaglia per l'Accademia '800 Musica di Milano, offrendo borse di studio ad alcuni specialisti che hanno formato un'ensemble, il TrioQuartetto, ...

[leggi >](#) | [leggi >](#) | [leggi >](#)

notizie

Dal Rotary International / Distretto

DAL DISTRETTO | **FELLOWSHIP TENNIS** | **MULTIDISTRETTO INTERACT**

Il Rotary per la ricerca in campo oncologico - A Milano è stato firmato il Protocollo d'intesa tra il Distretto Rotary 2041 e Fondazione IRCCS Istituto Nazionale dei Tumori di Milano. Il Rotary si è impegnato a promuovere l'attività della Fondazione con alcune campagne informative sulla prevenzione...

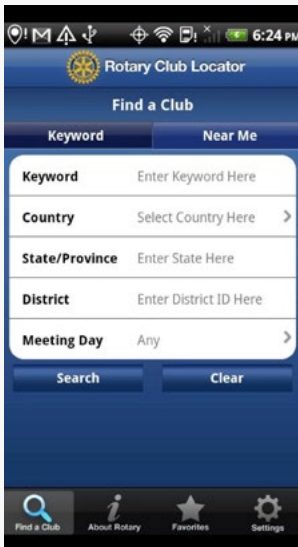
Campionato mondiale di "noi" rotariani tennis! 23-30 agosto 2014 Circolo Tennis "Maggioli" S. Benedetto del Tronto - International Tennis Fellowship of Rotarians riunisce circa 1400 Rotariani appassionati di tennis nel mondo, di cui oltre 350 italiani. Si disputeranno prossimamente ...

Staffetta nel servizio dei giovanissimi - Alla presenza delle autorità rotariane si è svolto venerdì scorso 30 maggio il passaggio delle consegne fra Alessandro Luciano (RMD per l'AR 2013-14) e Pietro Grifa (RMD per l'AR 2014-15). È stata un'occasione per tracciare un bilancio dell'annata appena ...

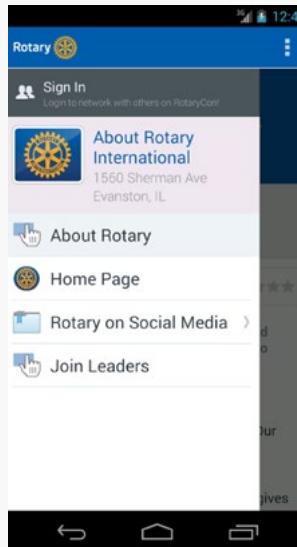
[leggi >](#) | [leggi >](#) | [leggi >](#)

Applicazioni

Rotary distribuisce i propri contenuti attraverso i social network e i siti ufficiali, pertanto non dispone di applicazioni dedicate a tale scopo. Vi sono però **alcune app create per mettere in comunicazione i rotariani** di tutto il mondo, anche in occasione di grandi eventi o convention.



Rotary Club Locator: è un'app ufficiale del Rotary International, che fornisce dettagli sulla posizione dei Club di tutto il mondo.



Rotary Convention: app di terze parti, creata per agevolare e mettere in contatto i rotariani che partecipano alle convention internazionali.



I am Rotarian, Rotary locator: app di terze parti (solo Android), creata per permettere a tutti i soci del Rotary di registrarsi personalmente attraverso il proprio RID. Utile per trovare soci rotariani dovunque nel mondo.

Alcuni club e distretti hanno anche sviluppato **applicazioni personalizzate**, per gestire le conviviali e gli appuntamenti del distretto. Come già accennato in precedenza, tutti gli strumenti possono essere utili per raggiungere i soci rotariani e il pubblico, ponendo però attenzione a **non frammentare troppo il flusso di informazioni**, cercando di mantenerlo attrattivo, evitando di renderlo ridondante.

Pocket Rotary n. 7 - GLOSSARIO

Indicizzazione	Inserimento di un sito web nel database di un motore di ricerca, mediante l'uso di apposite parole-chiave. É il momento in cui il sito viene riconosciuto dai motori di ricerca e quindi compare nelle pagine di risposta alle interrogazioni degli utenti web.
Account	Insieme di funzionalità, strumenti e contenuti attribuiti a un nome utente in determinati contesti operativi, solitamente in siti web, o per usufruire di determinati servizi su internet.
Social Media	Termine generico che indica tecnologie e pratiche online che persone, aziende o organizzazioni, adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio.
Social Network	Struttura informatica che gestisce nel web le reti basate su relazioni sociali. La struttura è identificata, ad esempio, per mezzo del sito web di riferimento della rete sociale.
Link	Collegamento ipertestuale che ha lo scopo di condurre a ulteriori informazioni (documenti, immagini, etc.).
Device	Nel gergo della comunicazione è l'insieme di tutti gli apparecchi con connettività a un flusso dati (smartphone, tablet etc.)

I pocket della comunicazione

- 1 La comunicazione a sostegno dell'impegno di servizio
- 2 Come organizzare le relazioni media per il Rotary
- 3 Presentare il Rotary nelle occasioni di contatto diretto
- 4 Regole di scrittura per i materiali informativi e di presentazione
- 5 Organizzare un evento di successo
- 6 La corporate identity del Rotary

7 Comunicazione digitale, il sito web e i social media