



# **MANUALE OPERATIVO DELLA COMUNICAZIONE**

**Club Alpino Italiano**

*Guida completa per una comunicazione efficace, coordinata e coerente*

*Versione 1.2 - Anno 2026*

Approvato per la diffusione alle strutture CAI  
Segreteria Comunicazione - Sede Centrale



## INDICE

<b>INDICE .....</b>	<b>2</b>
<b>PARTE I - FONDAMENTI.....</b>	<b>4</b>
1. Perché questo manuale.....	4
1.1 Obiettivi del manuale.....	4
1.2 A chi è rivolto .....	4
2. Identità e valori del CAI.....	5
3. Struttura organizzativa della comunicazione.....	6
3.1 Livello Centrale - Segreteria Comunicazione.....	6
3.2 Gli Organi di Governo .....	6
4. Tone of Voice - La voce del CAI .....	8
4.1 Principi generali .....	8
4.2 ToV per pubblici specifici.....	8
<b>PARTE II - BRAND IDENTITY E USO DEL MARCHIO .....</b>	<b>9</b>
5. Il marchio CAI.....	9
5.1 Lo Stemma Ufficiale .....	9
5.2 Regole per l'uso del marchio.....	9
5.3 Versioni del logo per i social.....	10
5.4 Loghi specifici di Organi Tecnici, Strutture, Scuole e Gruppi .....	10
<b>PARTE III - OPERATIVITÀ QUOTIDIANA .....</b>	<b>12</b>
6. Gestione social media .....	12
6.1 Configurazione del profilo.....	12
6.2 Regole per i contenuti .....	12
6.3 Contenuti che richiedono approvazione .....	12
7. Comunicazione con la stampa.....	13
7.1 Chi può parlare a nome del CAI .....	13
7.2 Linee guida per i comunicati stampa .....	13
<b>PARTE IV - CRISIS MANAGEMENT.....</b>	<b>14</b>
8. Gestione delle crisi comunicative.....	14
8.1 Principi della crisis communication.....	14
8.2 Scenari specifici di esempio .....	14
<b>PARTE V - COORDINAMENTO MULTILIVELLO .....</b>	<b>15</b>
9. Flussi comunicativi e coordinamento tra livelli .....	15
9.1 Comunicazioni dalla base sociale verso la Sede Centrale.....	15
9.3 Segnalazioni a Lo Scarpone .....	16
9.2 Comunicazioni dalla Sede Centrale verso le strutture .....	18



9.3 Comunicazioni che richiedono approvazione preventiva .....	19
9.4 Coordinamento con Organi Tecnici e Strutture Operative .....	19
<b>PARTE VI - APPENDICI .....</b>	<b>20</b>
10. Checklist operative .....	20
10.1 Prima di pubblicare sui social .....	20
10.2 Prima di inviare comunicato stampa .....	20
12. Contatti utili .....	21
13. Documenti di riferimento .....	21
14. Note finali .....	21
<b>COMUNICAZIONE CAI - PROMEMORIA ESSENZIALE .....</b>	<b>22</b>
★ LE 5 REGOLE D'ORO .....	22
🕒 TEMPI DA RISPETTARE .....	22
🚨 IN CASO DI EMERGENZA COMUNICATIVA .....	22
💡 PAROLE DA USARE / DA EVITARE .....	23
☎️ CONTATTI UTILI .....	23
🎯 RICORDA .....	23



## PARTE I - FONDAMENTI

### 1. Perché questo manuale

Questo manuale operativo nasce dalla necessità di fornire indicazioni chiare, complete e operative a tutte le strutture del Club Alpino Italiano per gestire la comunicazione in modo efficace, coordinato e coerente con l'identità del Sodalizio.

Il CAI è un Ente pubblico non economico con oltre 160 anni di storia. **Ogni comunicazione che porta il nostro marchio rappresenta l'intera associazione e i suoi oltre 350.000 soci.** La complessità organizzativa del CAI (con 521 Sezioni, 308 Sottosezioni, Gruppi Regionali, Organi Tecnici Centrali e Territoriali, Scuole e Strutture Operative) richiede un approccio sistemico alla comunicazione.

#### 1.1 Obiettivi del manuale

- Garantire una comunicazione coerente, corretta e rispettosa dell'identità CAI;
- Fornire protocolli operativi chiari per ogni situazione comunicativa;
- Coordinare i flussi comunicativi tra i diversi livelli organizzativi;
- Gestire efficacemente le emergenze e le crisi comunicative;
- Proteggere e valorizzare il marchio e la reputazione del CAI.

#### 1.2 A chi è rivolto

Questo manuale si rivolge a:

- Ufficio Comunicazione della Sede Centrale;
- Presidenti di Sezioni e Sottosezioni;
- Presidenti di Gruppi Regionali;
- Presidenti di Organi Tecnici Centrali e Territoriali;
- Direttori di Scuole;
- Responsabili di Strutture Operative;
- Referenti comunicazione.



## 2. Identità e valori del CAI

La comunicazione istituzionale segue i valori e gli scopi del Club Alpino Italiano, come identifica nei suoi documenti fondanti.

Questi valori, condivisi e conosciuti a fondo da tutti noi, devono guidare anche quello che raccontiamo all'esterno, per valorizzare il nostro impegno a pieno. Nello specifico, i nostri obiettivi (di Sodalizio e comunicazione) sono:

- Diffondere la conoscenza e la pratica dell'alpinismo, dell'escursionismo e delle attività montane;
- Tutelare l'ambiente montano e valorizzare le culture alpine;
- Promuovere la riduzione del rischio in montagna attraverso formazione e prevenzione;
- Gestire rifugi, sentieri e opere alpine;
- Educare i giovani alla montagna.



### 3. Struttura organizzativa della comunicazione

#### 3.1 Livello Centrale - Segreteria Comunicazione

L'Segreteria Comunicazione della Sede Centrale è il punto di riferimento strategico e operativo per tutta la comunicazione del Club Alpino Italiano.

##### Composizione:

- Responsabile dell'Segreteria Comunicazione: coordina tutte le attività, risponde a Presidente Generale e CDC
- Ufficio Stampa (esterno): gestisce rapporti con media, redige comunicati stampa
- Agenzia di Comunicazione (esterno): content creation, social media, grafiche

A questi, si aggiungono Lo Scarpone (testata giornalistica, organo di stampa del Club Alpino Italiano) e La Rivista (rivista bimensile dedicati ai soci).

##### Contatti:

- Email: [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)
- Indirizzo: Via E. Petrella, 19 - 20124 Milano

#### 3.2 Gli Organi di Governo

Prima di comunicare su temi istituzionali, è fondamentale conoscere chi decide la linea ufficiale del Sodalizio.

Organo	Funzione
<b>Assemblea dei Delegati</b>	Organo sovrano del CAI. Adotta i programmi di indirizzo.
<b>CC</b> (Comitato Centrale di Indirizzo e Controllo)	Funzioni di indirizzo politico-istituzionale. Approva programmi.
<b>CDC</b> (Comitato Direttivo Centrale)	Attuazione programmi. Rapporti con istituzioni nazionali/internazionali.
<b>Presidente Generale</b>	Legale rappresentante del CAI.

#### **REGOLA D'ORO**

Non pubblicare mai posizionamenti diversi da quelli espressi ufficialmente dal Club Alpino Italiano attraverso i suoi organi di governo (CC, CDC e Assemblea dei Delegati).



**Cosa significa in pratica:**

- Su temi controversi o politicamente sensibili, verificare sempre la posizione ufficiale del Club Alpino Italiano espressa in via primaria tramite delibere, e, in secondo luogo, tramite comunicati stampa e dichiarazioni ufficiali del Presidente Generale o dei membri del CDC.
- Non esprimere opinioni personali che possano essere scambiate per posizioni del Sodalizio.
- Non esprimere posizioni divergenti o dissonanti dagli organi centrali, operativi o di governo, secondo le indicazioni espresse nei Regolamenti e in questo manuale.
- In caso di dubbio, consultare i riferimenti della propria struttura o la Sede Centrale.



## 4. Tone of Voice - La voce del CAI

Il Tone of Voice è il modo in cui il CAI comunica: ***non solo cosa diciamo, ma come lo diciamo***

### 4.1 Principi generali

- Autorevole ma accessibile;
- Divulgativo senza banalizzare;
- Rispettoso e dialogante;
- Empatico e umano.

### 4.2 ToV per pubblici specifici

Pubblico	Come comunicare
<b>Soci CAI</b>	Tono caldo e familiare. Uso del TU. Senso di comunità.
<b>Grande pubblico</b>	Autorevole ma divulgativo. Linguaggio accessibile che invita.
<b>Istituzioni</b>	Formale, collaborativo-propositivo. Competenza tecnica e dialogo.
<b>Temi ambientali</b>	Dialogante, mai ideologico. Basato su dati, aperto a mediazione.
<b>Giovani</b>	Linguaggio adattato, diretto e coinvolgente. Entusiasta ma serio su riduzione del rischio.





## PARTE II - BRAND IDENTITY E USO DEL MARCHIO

### 5. Il marchio CAI

Lo stemma del Club Alpino Italiano è un marchio registrato e protetto dalla legge. Il suo uso improprio può comportare sanzioni e danneggiare l'immagine dell'intero Sodalizio.




#### 5.1 Lo Stemma Ufficiale

Come da Art. 2 del Regolamento Generale, lo stemma è costituito da:

- Uno scudo gotico d'azzurro con stella a cinque raggi d'argento;
- Una piccozza, binocolo e corda riavvolta;
- Un cartiglio con la scritta «CLUB ALPINO ITALIANO»;
- Un'aquila ad ali spiegate.

#### 5.2 Regole per l'uso del marchio

✓ COSA FARE	✗ COSA NON FARE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usare i file ufficiali forniti dalla Sede Centrale</li> <li>• Rispettare proporzioni e colori originali</li> <li>• Mantenere l'area di rispetto intorno al logo</li> <li>• Accompagnare sempre con la dicitura della struttura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deformare o modificare le proporzioni</li> <li>• Cambiare i colori istituzionali</li> <li>• Aggiungere effetti (ombre, 3D, riflessi)</li> <li>• Usare il logo per attività non autorizzate</li> </ul>

✓ COSA FARE (esempio)	✗ COSA NON FARE (esempio)
 <p>CAI Prato Sez. Emilio Bertini</p>	 <p>Aggiunta di effetti, in particolare ombre e riflessi</p>  <p>Modifica dei colori istituzionali</p>



### 5.3 Versioni del logo per i social

Come da Delibera CC n. 48/21, ogni tipo di struttura deve utilizzare la versione appropriata del logo:

- **Sezioni:** Logo circolare con dicitura "SEZIONE di..."
- **Sottosezioni:** Logo circolare con dicitura "SOTTOSEZIONE di..."
- **Gruppi Regionali:** Logo circolare con dicitura "GRUPPO REGIONALE..."
- **Commissioni e Organi Tecnici:** Logo circolare con dicitura "COMMISSIONE..."
- **Scuole:** Logo circolare con dicitura "SCUOLA..."
- **Strutture Operative:** Logo circolare con dicitura "STRUTTURA OPERATIVA..."

 Per richiedere file: [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)

### 5.4 Loghi specifici di Organi Tecnici, Strutture, Scuole e Gruppi

Alcune strutture del CAI possono dotarsi di loghi personalizzati per identificare le proprie attività specifiche, a condizione che vengano approvati dagli Organi di Governo competenti e rispettino le linee guida di identità visiva del Sodalizio.

#### 5.4.1 Chi può avere un logo personalizzato

Possono utilizzare loghi personalizzati:

- Organi Tecnici Centrali e Territoriali (OTCO/OTTO): Commissioni, Scuole Centrali, Strutture Operative;
- Scuole Sezionali e Intersezionali: come previsto dal Regolamento tipo delle Scuole Sezionali;
- Gruppi Regionali: per iniziative di coordinamento territoriale;
- Altri Gruppi approvati a livello centrale;
- Progetti nazionali specifici.

#### 5.4.2 Iter di approvazione

##### **Livello nazionale (Organi Tecnici Centrali, Strutture Operative, progetti nazionali):**

- Proposta del logo da parte dell'Organo/Struttura interessata
- Valutazione e approvazione da parte del Comitato Centrale (CC)
- Registrazione del logo approvato presso la Segreteria Comunicazione

##### **Livello territoriale (Scuole Sezionali, Gruppi):**

- Proposta del logo da parte della Scuola/Gruppo
- Approvazione da parte del Consiglio Direttivo della Sezione di appartenenza
- Il logo deve essere conforme al Regolamento tipo approvato dal CC
- Comunicazione alla Segreteria Comunicazione Centrale per verifica coerenza con brand identity CAI



### **⚠ REGOLA FONDAMENTALE**

I loghi personalizzati di Organi Tecnici, Strutture, Scuole e Gruppi devono **SEMPRE** essere accompagnati dal logo CAI ufficiale.

#### *5.4.3 Standard grafici da rispettare:*

Posizionamento del logo CAI:

- Il logo CAI deve essere sempre visibile e in posizione prominente;
- Dimensione minima: il logo CAI non deve mai essere più piccolo del logo personalizzato;
- Collocazione consigliata: in alto a sinistra o in basso, sempre ben leggibile.

Gerarchia visiva:

- Il logo CAI deve avere pari dignità o maggiore evidenza rispetto al logo personalizzato

Coerenza cromatica:

- I loghi personalizzati devono utilizzare preferibilmente i colori istituzionali CAI o colori complementari non in contrasto
- Evitare palette cromatiche che possano confondere l'identità CAI

Formato e qualità:

- I loghi devono essere forniti in formato vettoriale (EPS, AI, PDF) all'indirizzo [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)
- Devono funzionare sia a colori che in bianco e nero
- Devono rispettare le proporzioni e l'area di rispetto del logo CAI

Applicazioni consentite:

- Materiali didattici e formativi della Scuola/Organo/Struttura;
- Pubblicazioni ufficiali e comunicazioni interne;
- Sito web e social media della struttura (sempre con logo CAI)

#### *5.4.4 Limitazioni d'uso*

### **⊘ È VIETATO**

- Utilizzare il logo personalizzato senza il logo CAI;
- Modificare proporzioni, colori o elementi del logo CAI per "adattarlo" al logo personalizzato;
- Utilizzare il logo personalizzato per iniziative commerciali non autorizzate;
- Concedere l'uso del logo personalizzato a terzi senza autorizzazione.



## PARTE III - OPERATIVITÀ QUOTIDIANA

### 6. Gestione social media

#### 6.1 Configurazione del profilo

Informazioni minime da inserire nella pagina Facebook (o altro social):

1. Email di appoggio della pagina
2. Sito internet istituzionale
3. Indirizzo della sede
4. Numero di telefono
5. Giorni e orari di apertura

#### 6.2 Regole per i contenuti

- Promuovere solo attività in armonia con le finalità del Sodalizio;
- Rispettare le posizioni ufficiali degli Organi di Governo;
- Non utilizzare i canali per opinioni personali;
- Rispettare il diritto d'autore su foto e contenuti;
- Non pubblicare contenuti che danneggino l'immagine del CAI;
- Evitare discussioni su temi politici divisivi;
- Evitare discussioni o posizioni su temi religiosi.

#### **NETIQUETTE - Buone pratiche**

- Rispondi sempre in modo cortese, anche alle critiche;
- Non alimentare polemiche o discussioni aggressive;
- Rispetta la privacy: non pubblicare foto di persone senza consenso;
- Cita sempre le fonti dei contenuti condivisi;
- In caso di crisi o polemiche, contatta subito la Sede Centrale all'indirizzo [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)

#### 6.3 Contenuti che richiedono approvazione

 **Inviare a [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it) con 7 giorni di anticipo:**

- Post su temi ambientali controversi;
- Dichiarazioni su incidenti;
- Prese di posizione politiche/istituzionali.



## 7. Comunicazione con la stampa

### 7.1 Chi può parlare a nome del CAI

➔ **Solo soggetti autorizzati possono rilasciare dichiarazioni ufficiali:**

- **Livello nazionale:** Presidente Generale, CDC, portavoce autorizzati
- **Livello regionale:** Presidente Regionale per materie territoriali, portavoce autorizzati
- **Livello sezionale:** Presidente di Sezione per materie locali, portavoce autorizzati

### 7.2 Linee guida per i comunicati stampa

- Usare sempre carta intestata ufficiale della struttura;
- Specificare chiaramente chi rilascia la dichiarazione e a che titolo;
- Verificare che i contenuti siano coerenti con le posizioni del CAI;
- Inserire sempre i recapiti per eventuali approfondimenti;
- Per temi sensibili, condividere preventivamente con la Sede Centrale all'indirizzo [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)

#### ➔ **ATTENZIONE**

Gli organi tecnici, le strutture operative e le scuole NON sono autorizzate a rilasciare dichiarazioni pubbliche su temi politici, controversi o che possano essere interpretate come posizioni ufficiali del CAI senza preventiva autorizzazione degli Organi competenti.



## PARTE IV - CRISIS MANAGEMENT

### 8. Gestione delle crisi comunicative

La gestione delle crisi comunicative richiede protocolli chiari e tempestivi. In caso di emergenza, **contattare IMMEDIATAMENTE [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it) oppure il numero +39 335 182 4719.**

L'Ufficio Stampa e l'Agenzia operano H24 in coordinamento con il Presidente Generale.

#### 8.1 Principi della crisis communication

- Mai negare, nascondere o sminuire;
- Raccogliere informazioni verificate;
- Comunicare con trasparenza e tempestività;
- Coordinare tutti i livelli comunicativi.

#### 8.2 Scenari specifici di esempio

##### A. Incidenti con vittime

Il CAI non è tenuto a comunicare o commentare incidenti. La decisione viene presa dai soggetti autorizzati (vedi par. 7.1).

##### B. Problematiche e/o polemiche ambientali

La linea viene decisa da CC e CDC sulla base dei contributi degli Organi Tecnici e delle Strutture Operative.

##### C. Attacchi mediatici al CAI

Contattare immediatamente [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it). Non rispondere autonomamente. Attendere indicazioni coordinate dalla Sede Centrale.



## PARTE V - COORDINAMENTO MULTILIVELLO

### 9. Flussi comunicativi e coordinamento tra livelli

La comunicazione del CAI si articola su più livelli organizzativi. Per garantire efficacia e coerenza, è fondamentale rispettare i flussi comunicativi e i tempi di coordinamento tra Sede Centrale e strutture periferiche.

#### 9.1 Comunicazioni dalla base sociale verso la Sede Centrale

Le Sezioni, i Gruppi Regionali, gli Organi Tecnici, le Strutture Operative e le Scuole possono segnalare alla Sede Centrale eventi, iniziative e attività che ritengono abbiano rilevanza nazionale o che potrebbero beneficiare di una visibilità più ampia.

##### Quando segnalare:

- Eventi che coinvolgono più regioni o hanno portata nazionale;
- Iniziative innovative che potrebbero essere replicate da altre strutture;
- Progetti pilota di interesse per l'intero Sodalizio;
- Attività che coinvolgono istituzioni nazionali o media di rilievo;
- Celebrazioni di ricorrenze significative (anniversari fondazione sezione, inaugurazioni rifugi importanti, ecc.).

##### Come segnalare:

Inviare una descrizione sintetica (max 300 parole) a [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it) specificando:

- Titolo dell'evento/iniziativa;
- Struttura organizzatrice;
- Data e luogo;
- Descrizione dell'attività;
- Perché ritieni abbia rilevanza nazionale;
- Eventuali partner istituzionali coinvolti;
- Contatto di riferimento.

**Tempi:** almeno 7 giorni prima dell'evento per consentire valutazione e pianificazione della comunicazione.

**Richieste di supporto grafico:** la Sede Centrale può fornire supporto grafico (locandine, grafiche social, banner) solo per eventi di rilevanza nazionale e su disponibilità dell'Agenzia di Comunicazione.

##### Procedura:

- Inviare richiesta dettagliata a [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it) con **almeno 20 giorni lavorativi di anticipo**;
- Includere: brief dell'evento, formato richiesto (es. locandina A3, post Instagram), testi da inserire, logo della struttura, eventuali immagini da utilizzare;



- Attendere conferma di fattibilità dalla Segreteria Comunicazione (la richiesta potrebbe non essere accolta se non di rilevanza nazionale o per mancanza di risorse).

### **NOTA IMPORTANTE**

Le richieste grafiche per eventi sezionali o locali devono essere gestite autonomamente dalla struttura. I modelli di base saranno forniti dalla Sede Centrale entro febbraio 2026.

## **9.3 Segnalazioni a Lo Scarpone**

Lo Scarpone è una testata giornalistica registrata che si occupa di alpinismo, escursionismo, cultura della montagna, ambiente, attività del CAI e tematiche legate al mondo alpino.

### *9.3.1 Quando segnalare contenuti a Lo Scarpone*

Le Sezioni, i Gruppi Regionali, gli Organi Tecnici e le Strutture Operative possono proporre articoli e contenuti alla redazione de Lo Scarpone quando si tratta di:

- Temi di rilevanza nazionale:
  - Iniziative, progetti o attività con impatto significativo su più territori o che rappresentano best practice replicabili;
  - Ricorrenze storiche importanti (anniversari fondazione sezioni ultracentenarie, inaugurazioni rifugi storici, restauri patrimonio alpino);
  - Imprese alpinistiche o escursionistiche di particolare rilievo tecnico o culturale;
  - Progetti ambientali innovativi o di grande portata;
  - Studi, ricerche, pubblicazioni di interesse per l'intera comunità CAI;
  - Tematiche culturali, storiche o scientifiche legate alla montagna;
  - Questioni di attualità che coinvolgono il mondo alpino e montano.
- Iniziative che coinvolgono più strutture:
  - Collaborazioni intersezionali o interregionali;
  - Progetti che vedono il coinvolgimento di istituzioni nazionali;
  - Campagne di sensibilizzazione su temi ambientali o di riduzione del rischio.

### *9.3.2 Cosa NON segnalare*

Lo Scarpone non è una bacheca di eventi locali. Non inviare:

- Programmi di gite sezionali di routine;
- Annunci di corsi standard delle Scuole (a meno che non vi siano degli elementi particolarmente interessanti o notiziabili, come la rarità del corso, il tema scelto o il luogo in cui si terrà);
- Cronache di attività ordinarie (uscite domenicali, cene sociali, assemblee);
- Eventi promozionali locali senza particolare rilevanza nazionale;
- Comunicati stampa generici o autopromozionali.

La testata seleziona contenuti che possano interessare l'intera comunità dei soci CAI a livello nazionale, non solo la comunità locale.





### 9.3.3 Come proporre un articolo

Lo Scarpone richiede contenuti completi e pronti per la pubblicazione, non semplici segnalazioni o bozze.

L'articolo deve contenere:

1. Testo giornalistico completo:
  - a. Lunghezza: 3.000-6.000 battute (spazi inclusi);
  - b. Stile: narrativo, coinvolgente, con taglio giornalistico;
  - c. Struttura: titolo efficace, attacco forte, sviluppo narrativo, conclusione;
  - d. Chi, cosa, quando, dove, perché: tutte le informazioni essenziali;
  - e. Citazioni dirette di protagonisti o ospiti istituzionali quando rilevante;
  - f. Contestualizzazione storica o culturale dell'evento/tema.
2. Immagini di qualità professionale:
  - a. Minimo 3-5 fotografie in alta risoluzione (300 dpi, larghezza min. 2000px);
  - b. Formato: JPG o TIFF;
  - c. Didascalie complete per ogni immagine (cosa rappresenta, dove, quando, autore);
  - d. Liberatorie per persone riconoscibili nelle foto (se necessarie);
  - e. Indicazione dell'autore/fotografo e conferma dei diritti d'uso.
3. Informazioni sull'autore:
  - a. Nome completo e Sezione CAI di appartenenza;
  - b. Breve biografia (max 200 battute);
  - c. Contatto email
4. Fonti e crediti:
  - a. Eventuali fonti documentali o bibliografiche;
  - b. Riconoscimenti e ringraziamenti.

### 9.3.4 Procedura di invio

 [loscarpone.redazione@cai.it](mailto:loscarpone.redazione@cai.it)

**Oggetto della mail:** "Proposta articolo: [Titolo] - [Nome Struttura]"

Nel corpo della mail specificare:

- Struttura proponente (Sezione, Organo Tecnico, ecc.);
- Sintesi dell'articolo (3-4 righe);
- Motivazione della rilevanza nazionale del tema;
- Eventuale urgenza/scadenza (es. anniversari, ricorrenze)

Allegati:

- File .doc o .docx con testo completo dell'articolo (no PDF);
- File immagini in alta risoluzione (nominare i file in modo chiaro: es. "alpago\_inaugurazione\_01.jpg")
- File separato con didascalie e crediti foto

### 9.3.5 Criteri di selezione editoriale

La redazione de Lo Scarpone valuta le proposte in base a:

- Rilevanza nazionale del tema trattato;



- Attualità e interesse per i lettori;
- Coerenza con la linea editoriale della testata;
- Equilibrio tra le diverse anime del CAI (alpinismo, escursionismo, ambiente, cultura, ecc.)

### **NOTA IMPORTANTE**

La proposta di un articolo NON garantisce la pubblicazione. La redazione si riserva il diritto di: selezionare i contenuti in base alla linea editoriale; richiedere modifiche; non pubblicare contenuti non conformi agli standard richiesti

#### 9.3.6 Altre modalità di visibilità

Se il vostro contenuto non è adatto a Lo Scarpone (perché di interesse prevalentemente locale o perché non risponde ai criteri di una testata giornalistica), considerate questi canali alternativi:

- Sito web della Sezione o della Struttura;
- Social media della Sezione o della Struttura: per aggiornamenti immediati e coinvolgimento locale
- Newsletter sezionale: per comunicazioni dirette ai soci della Sezione
- Segnalazione a [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it): per contenuti che potrebbero essere ricondivisi sui canali nazionali del CAI (sito cai.it, social nazionali)

## 9.2 Comunicazioni dalla Sede Centrale verso le strutture

La Sede Centrale coordina la comunicazione istituzionale nazionale e diffonde alle strutture periferiche:

1. Comunicazioni ufficiali:
  - a. Delibere e decisioni degli Organi di Governo (CC, CDC)
  - b. Posizionamenti ufficiali su temi ambientali, politici o istituzionali
  - c. Comunicati stampa nazionali
  - d. Aggiornamenti normativi e regolamentari
2. Campagne nazionali:
  - a. Campagne di comunicazione coordinate
  - b. Iniziative di sensibilizzazione su temi ambientali o di riduzione del rischio.
  - c. Eventi nazionali
  - d. Anniversari e ricorrenze istituzionali
3. Patrocini e collaborazioni:
  - a. Patrocini concessi dal CAI a eventi e progetti esterni
  - b. Partnership con istituzioni, enti, aziende
  - c. Protocolli d'intesa nazionali
4. Opportunità:
  - a. Bandi di finanziamento per progetti territoriali
  - b. Formazione per operatori e volontari
  - c. Iniziative di respiro nazionale aperte alla partecipazione delle sezioni
5. Altre comunicazioni di divulgazione del lavoro del Club Alpino Italiano



### 9.3 Comunicazioni che richiedono approvazione preventiva

Alcune tipologie di comunicazioni, per la loro natura sensibile o per il potenziale impatto reputazionale, richiedono obbligatoriamente l'approvazione preventiva della Sede Centrale prima della diffusione.

#### Tempi minimi di preavviso:

Tipologia	Anticipo richiesto	Destinatario
Comunicati stampa su temi nazionali o sensibili	7 giorni lavorativi	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Post social su temi ambientali controversi	7 giorni lavorativi	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Post social su incidenti, polemiche, temi politici	7 giorni lavorativi	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Dichiarazioni a media nazionali	Coordinamento preventivo	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Richiesta grafiche per eventi rilevanza nazionale	20 giorni lavorativi	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>

#### Procedura di approvazione:

- Inviare bozza completa del contenuto a [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)
- Specificare: canale di diffusione previsto (stampa, social, web), data prevista di pubblicazione, contesto della comunicazione
- Attendere riscontro dalla Segreteria Comunicazione (che può richiedere modifiche, integrazioni o negare l'autorizzazione)
- Pubblicare solo dopo aver ricevuto l'ok definitivo

#### SANZIONI

La pubblicazione di contenuti sensibili senza preventiva autorizzazione può comportare richiami formali da parte della Sede Centrale e, nei casi più gravi, provvedimenti disciplinari.

### 9.4 Coordinamento con Organi Tecnici e Strutture Operative

Gli Organi Tecnici Centrali, le Strutture Operative e le Scuole hanno autonomia comunicativa per le attività tecniche di propria competenza, ma devono coordinarsi con la Sede Centrale per:

- Prese di posizione su temi che esulano dalle competenze tecniche specifiche;
- Comunicazioni che coinvolgono istituzioni nazionali;
- Dichiarazioni a media nazionali;
- Iniziative che richiedono la rappresentanza istituzionale del CAI.

**Contatto:** per coordinamento preventivo, scrivere sempre a [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it) con congruo anticipo.



## **PARTE VI - APPENDICI**

### **10. Checklist operative**

#### **10.1 Prima di pubblicare sui social**

- ☐ Il contenuto è coerente con finalità CAI?
- ☐ Rispetta posizioni ufficiali CC/CDC?
- ☐ Logo usato correttamente?
- ☐ Ho diritti su immagini/contenuti?
- ☐ Tono appropriato e professionale?
- ☐ Potrebbe danneggiare immagine CAI?

#### **10.2 Prima di inviare comunicato stampa**

- ☐ Inviato a comunicazione@cai.it con 7 giorni anticipo?
- ☐ Usata carta intestata ufficiale?
- ☐ Verificata coerenza con posizioni CAI?
- ☐ Inseriti recapiti per approfondimenti?



## 12. Contatti utili

Struttura	Contatto
Segreteria Comunicazione	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Sede Centrale	Via E. Petrella, 19 - 20124 Milano
PEC	<a href="mailto:cai@pec.cai.it">cai@pec.cai.it</a>

## 13. Documenti di riferimento

- Statuto del Club Alpino Italiano
- Regolamento Generale (Art. 2 - Stemma)
- Delibera CC n. 48/21 - Linee Guida uso pagine Facebook a marchio CAI
- Delibera CC n. 17/16 - Logo per capi di abbigliamento
- Delibera CDC n. 57/15 - Progetto merchandising CAI
- Regolamento interno sulle modalità per un corretto utilizzo dei sistemi informatici aziendali

## 14. Note finali

Questo manuale è uno strumento vivo e sarà aggiornato periodicamente in base all'evoluzione delle esigenze comunicative del CAI e del contesto mediatico.

**Per segnalazioni, suggerimenti o richieste di chiarimenti:** [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)

---

### Documento approvato per la diffusione

Club Alpino Italiano - Sede Centrale

Anno 2026



## COMUNICAZIONE CAI - PROMEMORIA ESSENZIALE

*Da stampare e appendere*

### ★ LE 5 REGOLE D'ORO

#### 1. UNA SOLA VOCE

Non pubblicare mai posizionamenti diversi da quelli ufficiali espressi da CC e CDC. In caso di dubbio, contatta [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)

#### 2. LOGO SEMPRE CORRETTO

Usa solo i file ufficiali forniti dalla Sede Centrale. Non deformare, non cambiare colori, non aggiungere effetti.

#### 3. RISPETTO E DIALOGO

Il nostro Tone of Voice è autorevole ma accessibile, rispettoso e dialogante. Mai aggressivo, sempre costruttivo.

#### 4. PRIVACY E DIRITTI

Non pubblicare foto di persone (soprattutto minori) senza consenso. Rispetta sempre il copyright.

#### 5. IN CASO DI CRISI, STOP

Di fronte a polemiche, incidenti o attacchi mediatici: NON rispondere autonomamente, contatta immediatamente [comunicazione@cai.it](mailto:comunicazione@cai.it)

### ⌚ TEMPI DA RISPETTARE

Cosa	Quando	Dove
Comunicati stampa sensibili	7 giorni prima	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Post social su temi complessi	7 giorni prima	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>
Richiesta grafiche (eventi nazionali)	20 giorni prima	<a href="mailto:comunicazione@cai.it">comunicazione@cai.it</a>

### IN CASO DI EMERGENZA COMUNICATIVA

**Situazioni che richiedono intervento immediato:**

- Incidenti in montagna che coinvolgono il CAI;
- Polemiche ambientali o politiche;
- Attacchi mediatici al Sodalizio;
- Richieste urgenti di interviste da media nazionali.



**CONTATTA SUBITO:** comunicazione@cai.it | +39 335 182 4719

L'Ufficio Stampa e l'Agenzia operano **H24** in coordinamento con il Presidente Generale.


## **PAROLE DA USARE / DA EVITARE**

✓ USA	✗ EVITA
Sodalizio, soci, frequentare la montagna, ambiente montano, tutela, volontariato, comunità, condivisione, consapevolezza	"Club" da solo, iscritto/utente, conquistare/dominare, rischio zero, sfruttamento, servizio (per volontariato), followers/fan

## **CONTATTI UTILI**

### **Segreteria Comunicazione Sede Centrale**

 comunicazione@cai.it

 Via E. Petrella, 19 - 20124 Milano

## **RICORDA**

Il CAI ha oltre 160 anni di storia e oltre 350.000 soci.

**Ogni comunicazione che porta il nostro marchio rappresenta l'intera associazione.**

Comunica con responsabilità, autorevolezza e cuore.

---

## **Documento approvato per la diffusione**

Club Alpino Italiano - Sede Centrale

Manuale Operativo della Comunicazione | Versione 1.2 | 2026

*Questo promemoria è una sintesi. Per approfondimenti consulta il Manuale completo.*