

2023-2026

2025-2026



Lions Club International

DISTRETTO 108 Ta3 - Italia



Comitato comunicazione Distretto 108Ta3

Programma



PREMESSA

Le attività rivolte al pubblico esterno e quelle destinate ai Soci, seppur caratterizzate da differenti strumenti e linguaggi, necessitano di una **visione d'insieme** per creare sinergie ottimali ed essere entrambe coerenti con gli obiettivi di Missione 1.5 e concorrere al raggiungimento delle Strategie Internazionali, di Multidistretto e di Distretto.

LE NOSTRE REGOLE

Vengono pubblicate foto e testi riferiti a **service dei Club / Distretti / MultiDistretto a favore delle Comunità o a sostegno della LCIF**, con priorità alle sfide internazionali: fame, vista, diabete, ambiente, oncologia pediatrica, assistenza in caso di disastri, giovani, opere umanitarie. Le foto/video dovranno **mostrare in evidenza il simbolo Lions** ed essere conformi alle norme di legge, mettendo **al centro l'attività** svolta e valorizzando il lavoro di squadra dei soci rispetto a individualità.



Obiettivo è raccontare storie di successo nel servizio alla Comunità con la presenza, ove possibile, di testimonial dell'attività svolta.

Eventuali minori dovranno obbligatoriamente avere i volti oscurati.

Vengono pubblicate notizie di eventi associativi di particolare rilevanza, congressi, convention e convegni di interesse per il pubblico oltre a interventi dei massimi vertici associativi nazionali e internazionali, conferimenti di MJF con le relative motivazioni, prioritariamente se a personalità non Lions.

LE NOSTRE REGOLE

Non vengono pubblicate notizie o foto di eventi interni alla vita associativa, conviviali o ricreativi, o immagini del simbolo Lions non conformi alle linee guida internazionali.

Nel rispetto della apartiticità dell'Organizzazione non vengono pubblicate notizie o foto con candidati a competizioni elettorali amministrative o politiche oltre che a cariche associative.

Le notizie e le immagini dovranno essere conformi ai principi etici del lionismo, rappresentare la realtà dei fatti evitando autoreferenzialità ed enfasi, costituire motivo di interesse per il pubblico per la rilevanza nazionale o per la testimonianza dell'attività e dei valori della Associazione.

La pubblicazione è a insindacabile valutazione del responsabile comitato marketing e relazioni esterne, che provvederà a motivare eventuali dinieghi.



2024-2027



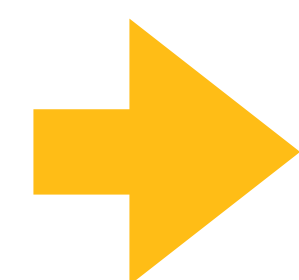
Lions Club International

DISTRETTO 108 Ta3 - Italia

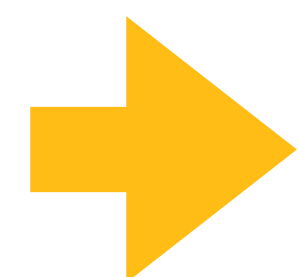


Comunicazione Esterna

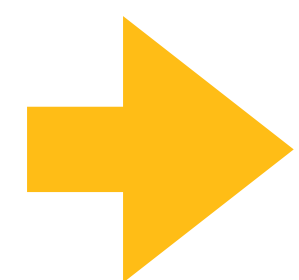
LINEE GUIDA



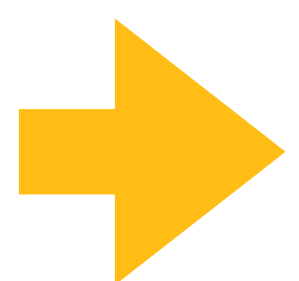
Promozione dell'immagine [Lions](#) attraverso i social focalizzata al rafforzamento dell'identità LIONS verso l'Opinione Pubblica e gli Stakeholders e al sostegno della crescita associativa con campagne coordinate con il MD



Comunicazione verso i Media regionali e locali delle attività del Distretto, Supporto alla comunicazione dei Comitati service e dei Club, individuati come asset strategico per la capillare presenza sul territorio

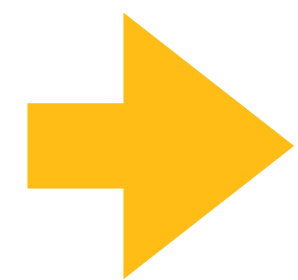


Distribuzione dei materiali prodotti dal Distretto e dal MD a supporto all'attività di comunicazione (Newsletter, Bilancio di missione, manuali, video, brochure)

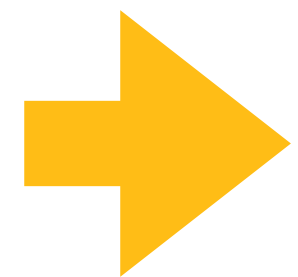


Supporto agli eventi di carattere multidistrettuale e distrettuale (Lions Day, congressi, etc) e alle strutture distrettuali, Fondazione Marchitelli, Service di rilevanza distrettuale, Convenzione Fondazione M9

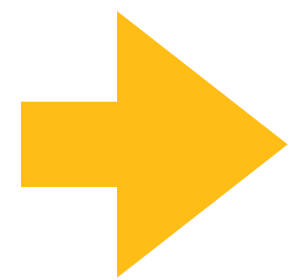
AZIONI NECESSARIE



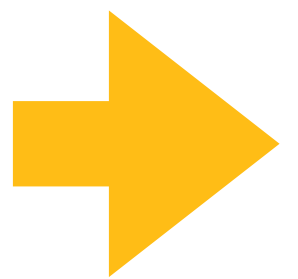
Adeguamento al restyling visual multidistrettuale



Modernizzazione del sito Web Distrettuale



Gestione della nuova Newsletter per i soci e creazione della Newsletter per non soci



Formazione per i responsabili dei Comitati Marketing e Comunicazione di Club

GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ESTERNA

WEBSITE

Strumento di comunicazione esterna ed interna. Deve diventare una vetrina in grado di attrarre l'attenzione dei non soci e degli stakeholder. Da sviluppare l'interazione con i contenuti della Newsletter

Da aggiornare

SOCIAL

Facebook e Instagram.
Strumenti di comunicazione solo esterna. Aggiornamento quotidiano delle news provenienti da MD, Distretto, Club e Comitati Service tramite le chat di Whatsapp

Da far crescere

MEDIA

Il ComCom comunica l'immagine del Governatore, le attività distrettuali e aiuta Club e Comitati a migliorare le relazioni con i Media: incentivando l'integrazione con i service, formando i responsabili comunicazione al fine di promuovere una solida cultura della comunicazione di club..

Da far crescere

NEWSLETTER 2.0

Strumento di comunicazione esterna coincidente con la nascita del nuovo sito web con funzioni comunicative pensate per i non soci e per i potenziali soci (podcast, pillole video)

Da creare con il sito

PODCAST/ RADIO

Podcast e collaborazioni con piattaforme di streaming radio
Strumenti di comunicazione esterna ma anche interna (formazione). Creazione di un apposita finzione interna al ComCom

Da creare

2024-2027



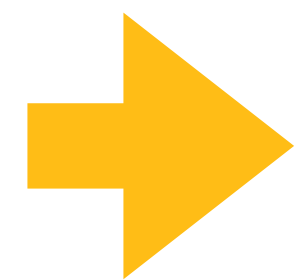
Lions Club International

DISTRETTO 108 Ta3 - Italia



Comunicazione Interna

PREMESSA



Per definire le strategie di comunicazione interna, è essenziale condurre un'analisi della composizione e dell'evoluzione della base associativa alla luce della Missione 1,5 ed esaminare gli strumenti di comunicazione già in uso a livello distrettuale e nei Club. L'obiettivo è individuare eventuali criticità e creare prodotti riconoscibili e di interesse per i soci, includendo il nome e l'immagine del Governatore. Nel Distretto, infatti, il Governatore rappresenta un punto di riferimento cruciale per i soci e la comunicazione rivolta a loro dovrebbe vederlo come protagonista.

ANALISI DELLO SCENARIO

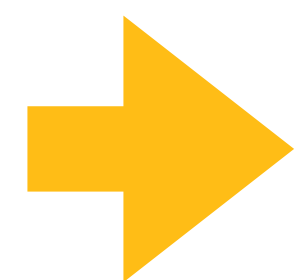
Dai dati esposti, sia pure macro, emergono criticità e aspetti positivi.

- La quota dei **soci over 75** anni rappresenta il 30% del totale ed è destinata, nel medio periodo, ad una progressiva riduzione per uscita.
- Le dimissioni di soci **under 65** è di gran lunga la componente principale delle uscite e di questi il 60% ha una esperienza lionistica inferiore ai 5 anni.
- I nuovi ingressi si collocano principalmente (76%) in età **under 65** con una percentuale di donne quasi paritetica.

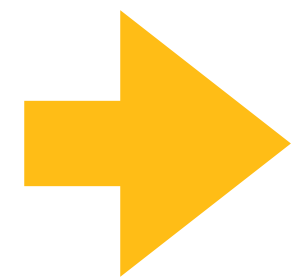
*In estrema sintesi dimostriamo una **buona capacità attrattiva** verso fasce di età di sicuro interesse, in particolare verso il mondo femminile, ma una **concreta difficoltà a mantenere questi soci**.*

Ovviamente principale competenza su questi settori è della struttura G.M.T. ai vari livelli coordinati dai Governatori. La comunicazione deve fornire supporti strategicamente utili ad affrontare questa criticità.

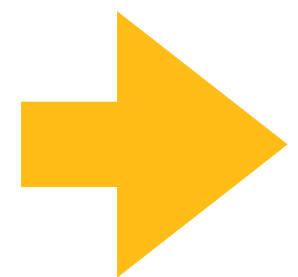
LINEE GUIDA



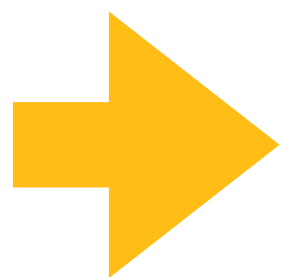
Fidelizzazione dei soci, contenimento del drop-out, crescita associativa, conoscenza delle opportunità di formazione dei soci



Uso di una corretta immagine Lions negli strumenti dei Club e dei Service



Veicolazione delle attività del MD, del Distretto e dei Comitati Service, verso i Club e viceversa



Gestione e sviluppo degli strumenti di comunicazione interna distrettuali, con particolare riferimento alla Newsletter, al sito Web, e alle Chat di Whatsapp

GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTERNA

WEBSITE

Strumento di comunicazione esterna ed interna in cui integrare la newsletter e dare ampio spazio alla comunicazione esterna del Distretto, dei Club e dei Comitati Service.

Da aggiornare

NEWSLETTER

Strumento di comunicazione solo interna.
Essendo periodico, rispetto al sito deve soprattutto essere orientato ai Service, possibilmente anticipandone le attività.

Da gestire

EVENTI DISTRETTUALI

I congressi (apertura, intermedi e chiusura), gli eventi Distrettuali e della Fondazione, devono caratterizzarsi anche come veicolo di divulgazione e fidelizzazione dei soci.

Da gestire

WHATSAPP

Strumento di comunicazione solo interna.
Le chat distrettuali devono essere strumenti di veicolazione di immagini e testi per Website, Newsletter, Rivista e Comunicazione Esterna.

Da incentivarne
l'uso nei club

Comitato Comunicazione 2025-2026

