



*Seminare idee
per raccogliere grandi risultati*



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

FARE E NON FAR SAPERE EQUIVALE A NON AVER FATTO! perciò... Che cosa comunicare? Perché? Come?

La visibilità del lionismo è strettamente legata alla qualità dell'informazione per questo la comunicazione è fondamentale ai fini della nostra crescita associativa, senza una comunicazione attenta, adeguata e coerente, il nostro messaggio lionistico viene veicolato in modo distorto e, di conseguenza, non può favorire la crescita e, come ha detto il Presidente Internazionale A.P. Singh, "se non hai le persone, non hai un'organizzazione".

Facciamo sentire la nostra voce forte, chiara, autorevole perché COMUNICARE BENE È GIÀ SERVIRE! Ricordiamoci sempre che il contenuto è fondamentale, il nostro compito è valorizzarlo e renderlo accessibile e da qui **l'importanza della comunicazione visiva**, a cui quest'anno verrà dato particolare rilievo.

Quando un fatto lionistico è importante per noi e per gli altri? Quando ha **una rilevanza sociale degna di arrivare alle persone che ci piacerebbe raggiungere** e quando è **in grado di offrire all'opinione pubblica un'immagine chiara della nostra attività di servizio** a favore degli altri.

La società di oggi è un mondo veloce e frenetico, perciò la buona comunicazione è costituita da un **TESTO CHIARO, CONCISO ED IMMEDIATO**, supportato da un'**IMMAGINE EMPATICA**.

COMPITI DELL'ADDETTO STAMPA DI CLUB

- **Elabora il flusso di informazioni verso l'esterno.**
- **Si accredita presso la stampa locale.**
- **Seleziona gli avvenimenti e li promuove sia all'esterno, sia attraverso il Notiziario Distrettuale. (bianchi.email@gmail.com)**
- **Gestisce un rapporto costante con i media del territorio e con i canali informativi Distrettuali.**

L'IMPORTANZA DEL COMUNICATO STAMPA

In generale è la semplice descrizione di un evento, senza l'aggiunta di opinioni personali o commenti o di valutazioni autocelebrative.



*Seminare idee
per raccogliere grandi risultati*



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

Va considerato che gli elementi essenziali di un comunicato sono: farsi capire e trasmettere informazioni fondamentali, perciò **bisogna tenere sempre presenti 5 punti: CHI? COSA? QUANDO? DOVE? PERCHÈ?**

È opportuno mettere più dati numerici possibili per accrescere l'interesse (es. quanti Kg di derrate alimentari sono stati donati); è importante la quantità di persone coinvolte, l'attualità, la notorietà dei personaggi presenti all'evento.

Si deve usare la terminologia lionistica: l'Associazione è Lions International, la parola Lions, invece, si riferisce solo ai soci.

Si ricorda che, ad ogni causa umanitaria globale, è associata un'icona, che ci permette di essere più riconoscibili, più forti nella comunicazione interna ed esterna.

(<https://www.lionsclubs.org/it./resources-for-members/resource-center/logos-and-emojms>)

IMPORTANTE: Partire sempre con la notizia, essere chiari e onesti, ma cercare anche di capire gli interessi del giornale a cui ci si rivolge e, in conseguenza, adattare il comunicato. (es. c'è chi predilige i nomi delle persone coinvolte ecc...)

Gli articoli non devono essere autoreferenziali e si devono evitare la cronaca delle attività istituzionali dell'Associazione (Charter, "Apertura", "Chiusura", "Festa degli auguri", "Immissione soci", "Visita del Governatore") **ed i lunghi elenchi di ospiti.**

Inoltre, va precisato che **la descrizione delle serate con relatore dev'essere molto sintetica, perché sulle riviste Lions viene riservato ampio spazio esclusivamente ai service.**

Gli articoli devono usare un linguaggio chiaro, titoli e foto d'impatto per renderli piacevoli da leggere, perché troppo spesso la comunicazione si perde in tanti inutili fronzoli, che finiscono inevitabilmente con il distogliere l'attenzione da quello che è il cuore pulsante dell'attività di un'associazione: **la finalità sociale.**

I nostri club trovano il loro spazio soprattutto a livello locale, perciò la prima cosa da fare quando si contatta una redazione per promuovere un progetto è spiegare qual è l'iniziativa promossa, quale obiettivo essa si pone, a chi è destinata e in che modo e grazie all'attività di quali soggetti verrà realizzata. **Ricordiamoci di usare il linguaggio di chi ci legge,** evitando sigle che risultano incomprensibili ai non Lions (es. LCIF, IPDG, GST, GMT ecc...).

N.B. Inviare sempre il testo in formato Word e le foto, in formato .jpeg, separate dal testo!



*Seminare idee
per raccogliere grandi risultati*



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

La conferenza stampa è lo strumento che stabilisce un contatto diretto con gli organi d'informazione e costituisce, di fatto, l'alternativa al comunicato stampa quando si vuole comunicare all'esterno un fatto di rilievo.

Per quanto concerne **la comunicazione a livello Distrettuale e Multidistrettuale, l'Addetto Stampa di Club dovrà trasmettere le informazioni al Referente di Circoscrizione**, che coordina e filtra l'attività dei club di propria competenza, curando la divulgazione di notizie relative ad eventi rilevanti della Circoscrizione.

A ciascun Referente di Circoscrizione dovrà essere fornito il nominativo degli Addetti Stampa di Club, con relativo recapito, per avere la possibilità di comunicare più facilmente.

Il Referente di Circoscrizione provvederà ad inviare gli articoli che riceverà al Coordinatore Distrettuale; sarà il Coordinatore che li trasmetterà alla redazione di Vitalions (o di Lion), alla redazione del Libro Bianco e al servizio informatico distrettuale per la pubblicazione sul sito www.lions108ib3.it

- **1° Circoscrizione:**
Alessandra Papagni Bertini (L.C. Lodi Quadrifoglio): alebortini.p@libero.it
- **2°Circoscrizione:**
Maria Clelia Spallarossa Pasi (L.C. Pavia Le Torri): marina.pasi2009@libero.it
- **3° Circoscrizione:**
Celestina Coppini Faticati (L.C. Cremona Duomo): celecoppini@gmail.com
- **4° Circoscrizione:**
Fabio Pilastro (L.C. Piacenza Il Farnese): f_pilastro@virgilio.it
- **5° Circoscrizione:**
Luigina Nai Carnevale Miino (L.C. Garlasco La Torre): luigina.nai@gmail.com

ACCENDIAMO I SOCIAL MEDIA SUI NOSTRI SERVICE

Alla fondamentale domanda: è utile per un club aprire una propria pagina social? La risposta è Sì, per aumentare la visibilità della nostra azione, offrendo ai Lions, MA SOPRATTUTTO AI NON LIONS, un'immagine immediata, chiara e sintetica di chi siamo e



*Seminare idee
per raccogliere grandi risultati*



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

delle nostre attività, perciò si consiglia ai club che ne sono ancora sprovvisti di aprire una pagina social FB e/o Instagram e si sta potenziando l'iscrizione a TikTok.

Certamente i risultati dipendono da come viene utilizzata, perciò:

- Individuare un socio che se ne occupi per evitare pubblicazioni inopportune.
- Utilizzare i loghi ufficiali di Lions International evitando variazioni e personalizzazioni.
- Una chiave per il successo della pagina è la partecipazione dei soci che, condividendo a loro volta quanto pubblicato, permettono di raggiungere moltissime persone, perché vale la regola **SEGUIRE e CONDIVIDERE**, utile a divulgare tutte le attività che i Lions realizzano, non solo a livello di club, ma anche di Distretto e Multidistretto.
- Non dimentichiamo che la pagina social (FB e/o Instagram) è la vetrina del club, ma anche di tutta la nostra Associazione, perciò è importante utilizzare un linguaggio adatto, di immediata e facile comprensione, riserviamo alle comunicazioni interne l'utilizzo delle sigle: DG, GMT... incomprensibili a chi non è Lions.

Come “spaccare” nella comunicazione digitale?

- 1) **Le immagini sono il punto di forza dei social** per cui, quando scattiamo le foto, pensiamo al messaggio da trasmettere a chi le vedrà, rendendoci riconoscibili come Lions.
- 2) **Utilizziamo testi brevi a commento**, tenendo presente che **sintesi non è scrivere poco, ma è comunicare l'essenziale**, pena la mancata lettura.
- 3) **Raccontiamo i nostri service** e tutte le attività a favore della comunità: screening, raccolte fondi, consegna di generi alimentari ecc...
- 4) **Utilizziamo un #** la cui funzione è di rendere più facile per gli utenti trovare messaggi su un tema o contenuto specifico.

CONSIGLI PER FOTO EFFICACI

- **Catturiamo l'azione, non la posa!**
- **Focalizziamoci sul service che dev'essere il vero centro dell'immagine.**
- **Cerchiamo l'autenticità nei volti e nei gesti: catturiamo momenti spontanei**, le foto in cui tutti sono allineati e quelle con tavole imbandite e similari sono perfette come ricordo, ma poco efficaci nella comunicazione.



*Seminare idee
per raccogliere grandi risultati*



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

- **Mostriamo la dinamica di gruppo, ovvero le persone che lavorano insieme.**
- **Facciamo attenzione alla messa a fuoco ed ai dettagli: a volte un dettaglio specifico può raccontare l'essenza dell'attività.**
- **Ricordiamoci sempre di rispettare la privacy dei minori oscurandone i volti.**

IL NUOVO LINGUAGGIO DEI SOCIAL: I VIDEO

L'uso dei video si rivela sempre più veicolo efficace per diffondere messaggi sui social media, perché trasmette informazioni in modo chiaro e dinamico.

- **È fondamentale che il cuore di ogni video sia il service e che le persone siano mostrate in azione** per far risaltare risultati tangibili e ben visibili; questo approccio permette al pubblico di cogliere l'importanza dell'iniziativa e apprezzarne il lavoro concreto.
- **Linguaggio semplice e chiaro dedicato ad un pubblico che spesso non ha familiarità con il contesto lionistico;** evitare l'uso di acronimi!
- **Teniamo lo smartphone in posizione verticale, perché la maggioranza degli utenti lo visualizza sul cellulare;** inoltre viene suggerito di acquistare microfoni per smartphone per eliminare i rumori di fondo.
- **Controlliamo che ci siano buone condizioni di luce per garantire che il soggetto sia ben illuminato.**
- **La durata dei video dev'essere breve, perché i contenuti devono essere rapidi, accattivanti e diretti.**
- **La musica aumenta la visibilità del contenuto.** Si consiglia di scegliere i brani messi a disposizione dai social, perché si evita di incorrere nei problemi legati ai diritti d'autore.

L'IMPORTANZA DI IMPOSTARE BENE UNA LOCANDINA

Per quanto riguarda la progettazione di una comunicazione visiva, sia essa una locandina o un post sui social, è essenziale considerare alcuni elementi chiave:

- Ricordiamoci sempre che **il contenuto è fondamentale: il nostro compito è valorizzarlo in modo che il messaggio (tipo di evento, data, orario, location)**



*Seminare idee
per raccogliere grandi risultati*



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

- raggiunga il pubblico nel modo desiderato, perché il destinatario è il fattore su cui ci si deve concentrare, per fargli arrivare in modo chiaro quello che vogliamo che recepisca.
- È importante stimolare l'interesse del lettore attraverso una gerarchia visiva che faciliti la lettura del messaggio tramite: **l'uso dei caratteri, dello spazio bianco, dei colori e delle immagini.**
 - **I caratteri tipografici e la spaziatura devono garantire la leggibilità.**
 - **Il colore deve attirare l'attenzione.**
 - **Le immagini devono arricchire il contenuto e rafforzare il significato ed è preferibile utilizzare le banche immagini gratuite per non violare i diritti d'autore.**
 - **Loghi, stemmi e simboli istituzionali devono essere utilizzati correttamente.**
- Si rileva che, spesso, il logo viene sostituito dai guidoncini che, invece, andrebbero donati soltanto come omaggio agli ospiti.

STRUMENTI PER COMUNICARE ED INFORMARE

1) - A livello di Club

- La maggior parte dei club ha una pagina Facebook, altri un sito.

2) - A livello di Distretto

- Il Sito Distrettuale (www.lions108ib3.it) memoria del Distretto e principale fonte di informazione per i soci
- Il Notiziario Distrettuale
- Il Canale WhatsApp ufficiale "Distretto Lions 108 Ib3"
- I Social Network Distrettuali: la pagina Facebook Distretto Lions 108 IB3, Instagram ed il canale TikTok distrettolions108ib3
- Il Canale YouTube Distrettuale.

3) - A livello di Multidistretto

- Il portale www.lions.it
- La pagina Facebook Lions Italia
- Il profilo Instagram Lions italia
- Il canale YouTube Lions Italia
- La rivista periodica Vitalions (per i Distretti Ib) - 4 uscite (settembre, dicembre, marzo e giugno)
- La rivista periodica Lion - 5 edizioni cartacee e 10 digitali.



Seminare idee
per raccogliere grandi risultati



Lions International

Roberto Rocchetti | Governatore 2025-2026 | Distretto 108 Ib3

Il Multidistretto mette a disposizione un'ampia serie di supporti, tutti facilmente reperibili sulla homepage del sito internet www.lions.it cliccando su Area Comunicazione.

Evelina Fabiani

Coordinatore Distrettuale Comunicazione e Marketing