



MEETING AGENDA

1

Marketing strategy
of
Multidistrict
108 Italy

2

Case study:
'Ambiente' campaign
(social year
2023-2024)

3

Development
of the
financial plan
for the social year
2023-2024



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



A JOURNEY THAT BEGAN IN JUNE 2021

A marketing project
built
on the **analysis**
of the actual situation
of visibility
of the Italian Lions
towards the outside
and divided
into 6 macro objectives:

- to create a recognizable and pleasant **graphic and editorial line**
- to identify the best **external communication channels**
- to create a **sharing network** with districts/clubs/members
- to improve the **communication ability** of the Clubs
- to have **visibility** in the national **press and television**
- to provide **marketing support** to multiple district officers



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



GRAPHIC IMAGE

THE *CIRCLE IN THE SQUARE*:
MULTIPLE VERSIONS IN A SINGLE, RECOGNIZABLE AND PLEASANT GRAPHIC LINE



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



GRAPHIC IMAGE

THE *CIRCLE IN THE SQUARE*:

MULTIPLE VERSIONS IN A SINGLE, RECOGNIZABLE AND PLEASANT GRAPHIC LINE



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



GRAPHIC IMAGE

THE *CIRCLE IN THE SQUARE*:

MULTIPLE VERSIONS IN A SINGLE, RECOGNIZABLE AND PLEASANT GRAPHIC LINE



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



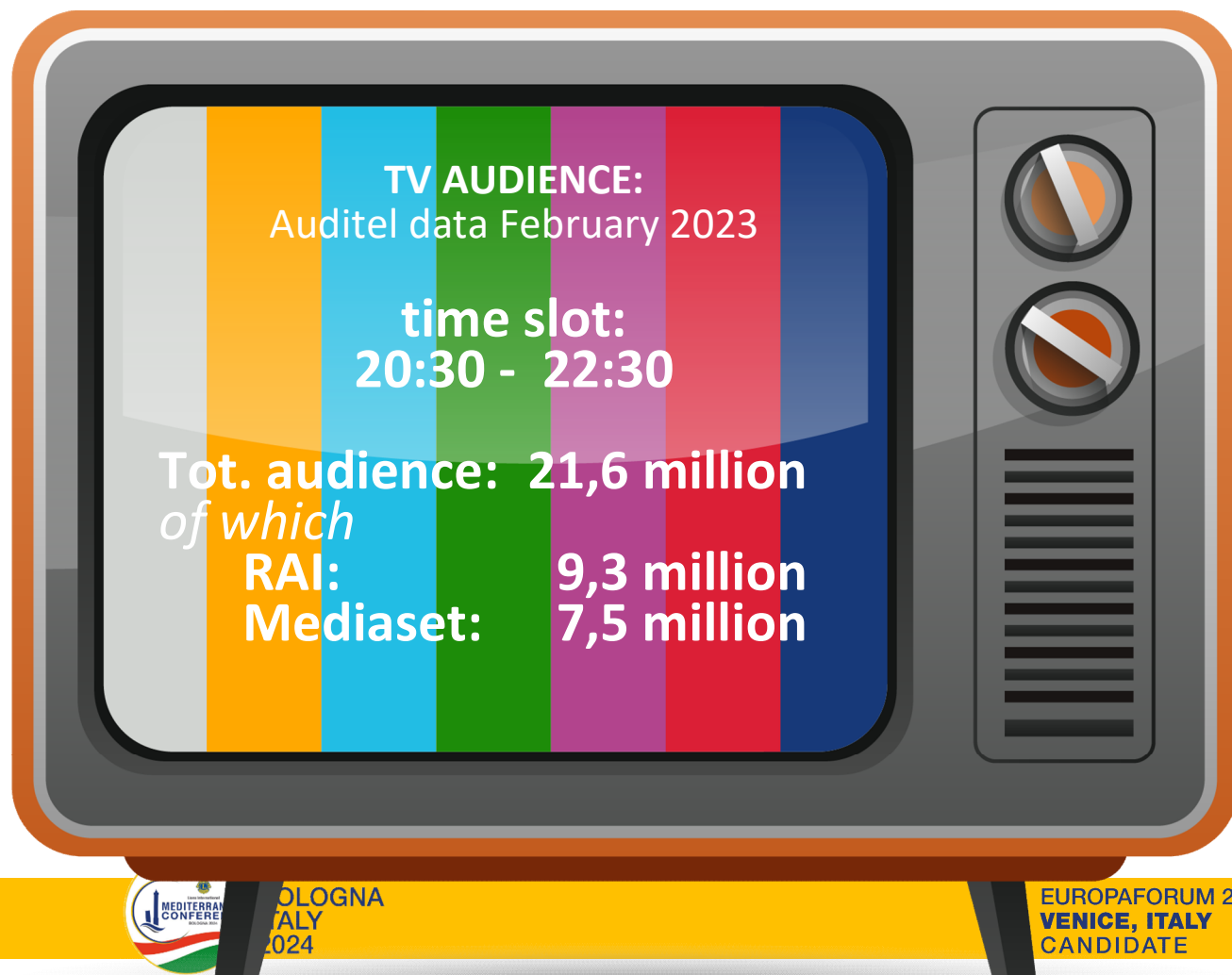
BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



THE SCENARIO

ANALYSIS
OF THE *ITALIAN SCENARIO*
TO IDENTIFY
THE BEST
EXTERNAL COMMUNICATION
CHANNELS



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



EUROPAFORUM 2024
BOLOGNA
ITALY

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



SCENARIO ANALYSIS:

ANALYSIS OF THE MOST POPULAR NEWSPAPERS AND MAGAZINES IN ITALY



168.696



95.689



102.693



93.817

Source: FIEG February 2023 paper + digital edition

TESTATE	FEBBRAIO 2023
CORRIERE DELLA SERA CORRIERE DELLA SERA	255.866
La Gazzetta dello Sport LA GAZZETTA DELLO SPORT	161.417
la Repubblica LA REPUBBLICA	153.683
24 ORE IL SOLE 24 ORE	133.188
Avvenire AVVENIRE	101.446
LA STAMPA LA STAMPA	90.501
Il Messaggero IL MESSAGGERO	67.650
ON il Resto del Carlino ON-IL RESTO DEL CARLINO	64.107



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



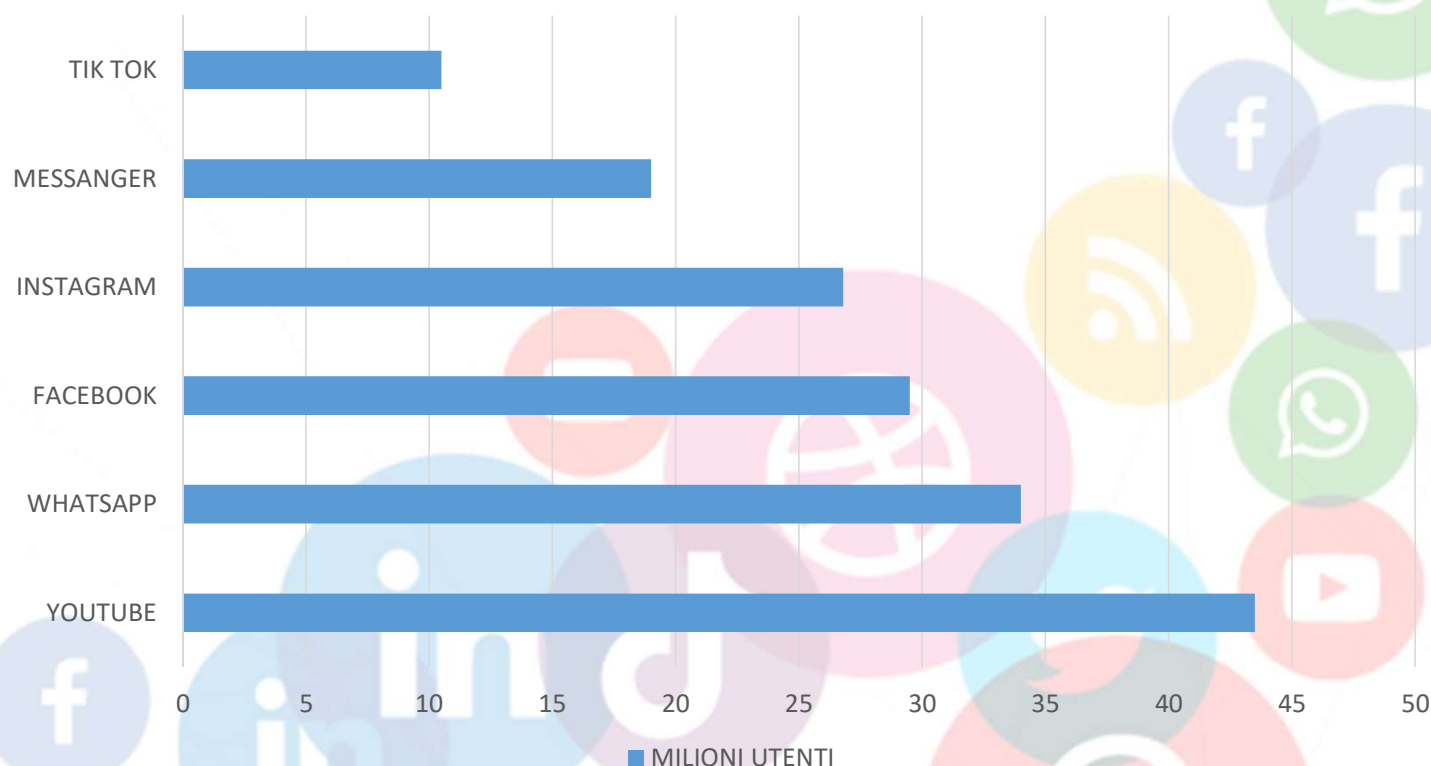
SCENARIO ANALYSIS:

SOCIAL NETWORKS

In Italy
50.8 million people have access to the internet, of these **43.2 million** regularly use social networks, that correspond to **80.20%** of population over 13 years old.

Source:
Digital 2022 Global Overview Report

MILLION USERS



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



SCENARIO ANALYSIS:

SOCIAL NETWORKS: USES AND PURPOSES

In Italy people spend almost 6 hours per day online and almost 2 hours on social networks on a daily basis. These data show an increase compared to the previous year.

The **main reasons** people access social networks and participate in online conversations are: **to keep informed** (48%), then **to entertain themselves** (46%) and **to stay in touch** with others (45%), moreover 30% of the Italian population use them **to find inspiration** on things to do and 22% to find **products to buy**.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



OUR NETWORK

*SOCIAL MEDIA
USE AND OBJECTIVES*

MULTIDISTRICTS

DISCTRICTS

CLUBS

MEMBERS

sharing messages
to reach
a greater number
of people in civil society



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



IMPROVE THE COMMUNICATION ABILITIES OF THE CLUBS BY PROVIDING AGILE TRAINING SUPPORTS



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



THE CASE STUDY

MARKETING CAMPAIGN
TO INFORM ABOUT SERVICES ABOUT THE ENVIRONMENT,
IN A COORDINATED MANNER,
WITH CREATIVE GRAPHIC SUPPORT FOR THE REALIZATION OF THE SERVICE



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



MARKETING PLAN

September - December 2022

January - March 2023

24 March 2023

Service
for schools

Poster
for
schools

Lions
Widespread
Forest

Communication
campaign on
social media

National
conference



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



EDUCATIONAL SUPPORT FOR LIONS TRAINERS FOR VARIOUS ACTIVITIES IN SCHOOLS

Content created by prof. Paolo Trivero – Full professor at the University of Eastern Piedmont

1

Lions Clubs International
NOME DEL CLUB
Distretto 108 XX
Governatore: Nome Cognome

2

L'ACQUA È VITA

3

IL DIRITTO UMANO ALL'ACQUA NEL MONDO

L'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha sancito esplicitamente che l'acqua è un diritto umano essenziale per il realizzazione di tutti i nostri esseri umani.

Nonostante oltre il 70% dei Paesi abbia riconosciuto l'acqua come diritto umano e il 67% abbia ratificato i servizi igienico-sanitari come tale, negli un numero elevato di nazioni ancora non prevale il diritto di accesso a risorse e infrastrutture adeguate.

Finire la discussione nelle agende politiche mondiali su l'accesso all'acqua potabile, abbia essere considerato: diritto universale, servizio pubblico, sapere merito.

4

IL DIRITTO UMANO ALL'ACQUA NEL MONDO

L'acqua è un bene fondamentale a cui tutti gli esseri umani hanno diritto. 40 litri al giorno per persona sono il limite minimo che è stato fissato come diritto dalle Nazioni Unite.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità afferma che al di sotto della soglia di 50 litri d'acqua al giorno si può già parlare di sofferenza per mancanza di acqua: di fatto più del 50% della popolazione umana (2,5 miliardi di individui) vive in condizioni igieniche impossibili soprattutto per carenza di acqua.

5

QUANTA ACQUA C'È SULLA TERRA?

Nonostante l'acqua degli oceani ricopra il 71% della superficie terrestre, l'volume d'acqua è in 0,12% di quello della terra.

1115 km
210 km
45 km

6

QUANTA ACQUA C'È SULLA TERRA?

Meno dell'1% è di fatto disponibile per il nostro uso e quello degli altri animali, per bere, lavarsi, irrigare i campi, far funzionare le fabbriche...

È sbagliato considerarlo con tutti gli altri esseri viventi. Purtroppo non è così, perché...

7

L'IMPRONTA IDRICA

È l'indicatore del volume totale di risorse idriche utilizzate da un paese per produrre i beni e i servizi consumati dagli abitanti delle nazioni straniere.

IMPRONTA IDRICA ITALIA (in km²) 2.302 (2019)

IMPRONTA IDRICA MONDO (in km²) 1.392 (2019)

8

CONSUMO DELL'ACQUA POTABILE

4.539.130.979 Acqua consumata quotidianamente (milioni di litri)

842.011 Morti a causa di malattie associate all'acqua quest'anno

779.134.685 Persone senza accesso ad acqua potabile

Rispetto ai nostri nonni nel consumiamo il doppio la quantità giornaliera d'acqua

3,8 miliardi di persone (2019) Population: 7,5 miliardi

3,8 miliardi di persone (2019) Population: 8 miliardi

9

DISPONIBILITÀ DELL'ACQUA POTABILE

La disponibilità di acqua potabile è un problema globale. In molte parti del mondo, l'acqua potabile è scarsa o manca del tutto.

10

DISPONIBILITÀ DELL'ACQUA POTABILE

Circa 800 milioni di persone non hanno accesso all'acqua potabile. Le malattie per l'acqua contaminata sono molto diffuse nelle popolazioni che vivono in condizioni di povertà estrema. Molte organizzazioni sono frequentate a casa di latente, veri o microorganismi possono uccidere.

Queste malattie colpiscono in particolare ogni anno 1.700.000 bambini con una mortalità di circa 500.000 bambini di età inferiore a cinque anni.

11

EFFETTI DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Tra gli effetti del riscaldamento globale ci sono periodi di prolungata siccità alternati a rovesci intensi. A causa dell'aumento dei periodi di siccità si aggrava la siccità delle aree nelle montagne che ha sempre generato, come risultato dell'assottigliamento d'acqua a portata delle precipitazioni.

In alcuni Paesi, l'acqua è scarsa in certe zone d'inverno, ma una carenza grave della acqua è una vera e propria minaccia delle nei periodi invernali. Inoltre i livelli di precipitazioni non sono sempre sufficienti a nutrire importanti usi in agricoltura e nei casti, alcuni fenomeni nei Paesi con maggiore siccità dell'acqua.

12

EFFETTI DEL RISCALDAMENTO GLOBALE

lo scioglimento dei ghiacciai

13

COSA POSSIAMO FARE?

L'acqua che beviamo, che usiamo in cucina, quella contenuta nei cibi che mangiamo e usiamo per lavare non è l'unica che consumiamo.

Ogni oggetto che cerchiamo ha richiesto una grande quantità di acqua per essere fatto.

14

COSA POSSIAMO FARE?

Servono 13.000 litri di acqua per produrre un telefono di ultima generazione.

Servono 2.700 litri di acqua per realizzare una t-shirt di cotone: per la coltivazione della stoffa cotone e per i processi di lavorazione.

Servono 14.500 litri di acqua per un paio di stivali.

15

AVVERTENZE SPECIFICHE

Controllare il contatore dell'acqua per vedere i consumi e per accorgersi di eventuali perdite.

Riparare i rubinetti che gocciolano, un rubinetto può perdere fino a 21.000 litri di acqua all'anno.

Chiudere il rubinetto centrale dell'acqua in caso di vacanze per evitare perdite in caso di guasti.

16

AVVERTENZE SPECIFICHE

Preferire la doccia al bagno: si può arrivare a risparmiare fino al 75% del consumo d'acqua.

Ridurre i tempi della doccia: il consumo di una doccia è intorno agli 8 litri di acqua al minuto.

Ridurre i tempi di apertura del rubinetto: un rubinetto aperto consuma intorno ai 6 litri d'acqua ogni minuto.

17

AVVERTENZE SPECIFICHE

Scegliere gli alimenti all'aria, sotto l'acqua corrente si sprecono 6 litri al minuto.

Riutilizzare l'acqua per risciacquare le verdure, una bacinella di raccolta permette di utilizzare quest'acqua ad esempio per bagnare i fiori.

18

AVVERTENZE SPECIFICHE

Non buttare liquidi nel lavandino

Bere l'acqua del rubinetto, utilizzando bottiglie non di plastica ed evitando le bottiglie di acqua minerale.



EDUCATIONAL SUPPORT FOR SCHOOLS
Content created by the MD External Communication team

The poster summarizes the multitude of problems of daily life at home, where many of the activities take place and where a large part of our time is spent.

WATER SAVING

ENERGY SAVING

**SEPARATE WASTE COLLECTION
WHICH INCLUDES RECIRCULATION**



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



MARKETING PLAN

September - December 2022

January - March 2023

24 March 2023

**Service
for schools**

**Poster
for
schools**



**Lions
Widespread
Forest**

**Communication
campaign on
social media**

**National
conference**



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



LIONS' WIDESPREAD FOREST: *mobilizing clubs in urban planting*

The project consists of a service proposal to clubs for planting of trees in urban areas, in agreement with local administrations, involving schools and dedicating the trees to the memory of deceased Lions members.



BOSCO DIFFUSO LIONS

UN LUOGO DELLA MEMORIA,
DELL'EDUCAZIONE E DEL FUTURO



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



LIONS' WIDESPREAD FOREST: mobilizing clubs in urban planting

Brochure of the Service for Clubs and informative document on the LIONS/ANCI agreement



BOSCO DIFFUSO LIONS

UN LUOGO DELLA MEMORIA, DELL'EDUCAZIONE E DEL FUTURO

Il progetto **BOSCO DIFFUSO LIONS** si ispira ed è la naturale evoluzione della campagna lanciata dalla rivista nazionale **TRE ALBERI PER SALVARE IL PIANETA**. Al progetto sono invitati a partecipare i Club Lions e Leo del Multidistretto, i quali metteranno a dimora, in collaborazione con le amministrazioni comunali, alberi autoctoni o arbusti in aree verdi dei Comuni italiani.

Qual è l'obiettivo?

Realizzare idealmente un unico, grande bosco nazionale che diverrà il **Luogo della memoria** (ogni albero messo a dimora sarà dedicato ad un Lions scomparso), il **Luogo dell'educazione** (verranno coinvolte le scuole nella piantumazione degli alberi e nella tutela del territorio) e il **Luogo del futuro** (in ogni spazio piantumato sarà affissa una targa-ricordo per l'impegno dei Lions per un futuro sostenibile).

Cosa dovrebbero fare i club?

Piantare alberi... I Club Lions e Leo possono usufruire dei protocolli sottoscritti con il Dipartimento di Protezione Civile, per la tutela del territorio, e con l'Associazione Nazionale Comuni d'Italia (ANCI), per avere gli spazi necessari per la piantumazione e la manutenzione degli alberi. Inoltre, i Club dovrebbero avviare incontri con le scolaresche e con la cittadinanza, per sensibilizzarle al rispetto dell'ambiente e per istruirle sui rischi esistenti sul loro territorio e come comportarsi in caso di emergenza.

Come partecipare al progetto?

Creare un bosco non è facile, creare un bosco *diffuso* è quasi impossibile, ma diventerebbe possibile se centinaia di club italiani — il top sarebbe 500 — si mettessero insieme per combattere l'inquinamento, la fragilità territoriale e il non corretto uso del suolo. I 500 Club dovrebbero semplicemente mettere a dimora alberi (si possono avere gratuitamente, fino all'altezza di 2 metri, da numerose istituzioni nazionali) e provvedere, con l'aiuto dei Comuni, alla loro manutenzione e innaffiatura.

Il Messaggio

La difesa dell'ambiente è un obiettivo mondiale del Lions International. Il **BOSCO DIFFUSO LIONS** è un obiettivo dei Lions italiani. Il messaggio del club verrà supportato dalla rivista nazionale LION e, al di fuori della nostra associazione, dalla Comunicazione esterna, attraverso la stampa quotidiana e i social. I Club Lions e Leo aderenti, che invieranno una foto della loro piantumazione alla rivista nazionale, riceveranno un adesivo del nostro bosco da esporre sul loro standard.

www.lions.it



Lions Clubs International



Lions Clubs International



PROTOCOLLO D'INTESA CON ANCI NELL'AMBITO DELLA PROTEZIONE AMBIENTALE

Oggetto del Protocollo d'Intesa è avviare ogni forma di fattiva collaborazione con i Comuni italiani volta a favorire l'impiego volontario e gratuito dei Lions per l'attività di supporto con le seguenti finalità:

- partecipazione di cittadinanza attiva ponendo al centro delle attività la materia ambientale con particolare riferimento alla cura e all'adozione delle aree a verde;
- incentivazione di iniziative di rimboschimento principalmente nei centri abitati;
- promozione della partecipazione attiva dei cittadini alla manutenzione del verde pubblico quale occasione di collaborazione fra questi e le istituzioni;
- partecipazione attiva della cittadinanza, attraverso interventi occasionali o con l'adozione delle aree a verde — da intendersi quest'ultima quale messa a disposizione da parte delle amministrazioni comunali per il perseguimento delle finalità e lo svolgimento delle attività indicate nel protocollo —, questa attività permette un'utilizzo più soddisfacente delle aree da parte dei cittadini e può rappresentare uno stimolo alla coesione sociale;
- l'adozione di aree a verde può rappresentare, secondo un modello di intervento dettagliatamente definito e regolato nei singoli contesti territoriali e in armonia con i vigenti principi nazionali regolanti i rapporti tra P.A. e soggetti privati, un utile strumento in grado di supportare il rilancio dell'attività di cura di alcune aree verdi cittadine tra quelle non di pregio, restituendo le stesse alla migliore fruibilità da parte dell'utenza in generale.

Il Multidistretto, sulla base di appositi accordi e convenzioni locali, offre la collaborazione di tutti i Club operanti nel territorio di competenza destinati a fornire, a titolo volontario e gratuito, il recupero e la cura di aree destinate a verde rese disponibili dai Comuni.

In particolare, i Lions Club/Distretti per il periodo di validità delle convenzioni definite a livello territoriale possono svolgere le seguenti attività:

- cura del verde orizzontale, pulizia, manutenzione degli arredi ed eventualmente custodia e/o sorveglianza, secondo un livello qualitativo/quantitativo di interventi conforme ai criteri ambientali minimi richiamati nel Decreto del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare del 10 marzo 2020, Allegato 1, lettera E);
- donazione di alberi e arbusti di specie autoctone, la cui messa a dimora sarà eseguita esclusivamente da parte di personale tecnico abilitato e secondo le migliori tecniche agronomiche;
- conservazione dell'area messa a disposizione dai Comuni, creazione di corsi di sensibilizzazione per i cittadini, promozione dell'uso delle stesse da parte di comunità scolastiche e/o in occasione di eventi collegati alla conservazione dell'ambiente.

www.lions.it



BOSCO DIFFUSO LIONS UN LUOGO DELLA MEMORIA, DELL'EDUCAZIONE E DEL FUTURO



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

VENICE, ITALY
CANDIDATE

JM 2027



MARKETING PLAN

September - December 2022

January - March 2023

24 March 2023

**Service
for schools**

**Poster
for
schools**

**Lions
Widespread
Forest**



**Communication
campaign on
social media**

**National
conference**



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



COMMUNICATION CAMPAIGN

We have posted the web link to the page of the Multiple District website on different social media.

WEB PAGE POST ON SOCIAL MEDIA SPONSORED CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA VIDEO FOR THE SPONSORED CAMPAIGN CONFERENCE



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



COMMUNICATION CAMPAIGN

WEB PAGE

The web page is entirely dedicated to the Lions activities on the environmental issue and includes photos, videos and documents.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



COMMUNICATION CAMPAIGN

POST ON SOCIAL MEDIA

Institutional posts spread across the network of districts and clubs, and linked to the Multiple District web page



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



COMMUNICATION CAMPAIGN

SPONSORED CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA

The sponsored campaigns were created to reach users responding to parameters of associational interest: age, level of education, type of profession, propensity for social commitment or charity.

The campaign include **the link to visit the Multidistrict website page**

**OGNI GIORNO
40 TONNELLATE
DI PLASTICA*
FINISCONO IN MARE
E SULLE SPIAGGE.**

**TU COSA
FARESTI?**



**NOI CI SIAMO SPORCATI LE MANI
SEGUICI e SCOPRI COME >> #SeguiLions**

*dati ISPRA

**CON 6,6 MILIONI DI ALBERI*
SI POTREBBERO
RISOLVERE I PROBLEMI
LEGATI AL CAMBIAMENTO
CLIMATICO IN ITALIA.**

**NOI NE STIAMO
PIANTANDO
3 A TESTA.**

**TU COSA
FARESTI?**



**VUOI UNIRTI A NOI?
SEGUICI e SCOPRI COME >> #SeguiLions**

*dati Ministero della Transizione Ecologica / PNRR



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



COMMUNICATION CAMPAIGN

VIDEO FOR THE SPONSORED CAMPAIGN



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



COMMUNICATION CAMPAIGN

RESULTS ACHIEVED

People reached by the
Institutional Campaign

approx. 35.000

People reached by the
Sponsored campaign

1.940.091

of which

43.094

Visited our web page



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



MARKETING PLAN

September - December 2022

January - March 2023

24 March 2023

Service
for schools

Poster
for
schools

Lions
Widespread
Forest

Communication
campaign on
social media

National
conference



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



CONFERENCE

The conference was held in a room of the **Senate of the Italian Republic** in Rome and broadcasted live throughout Italy on the Senate and Multiple District Italy channels.

The **Lions' services for the environment** in different areas: **school, community, prevention and environmental protection** have been presented to the authorities and the public.

Speakers included the **International President Emeritus Giuseppe Grimaldi**, the **Minister of the Environment Hon. Gilberto Picchetto Fratin**, the **President of the Association of Italian Municipalities Hon. Enzo Bianco**, the **head of the Italian Civil Protection Ing. Fabrizio Curcio** and the **International Director Elena Appiani**.

Su iniziativa di  **Lions Clubs International** 



L'IMPEGNO DEI LIONS PER L'AMBIENTE

24 MARZO 2023 ORE 9:30

Sala capitolare
Presso il chiostro
del convento
di Santa Maria
Sopra Minerva

I lavori del convegno saranno trasmessi in diretta streaming al link www.youtube.com/user/Senatotaliano

Le opinioni e i contenuti espressi nell'ambito dell'iniziativa sono nell'esclusiva responsabilità dei proponenti e dei relatori e non sono riconducibili in alcun modo al Senato della Repubblica o ad organi del Senato medesimo.
L'accesso alla sala – con abbigliamento consoni e, per gli uomini, obbligo di giacca e cravatta – è consentito fino al raggiungimento della capienza massima.

9.30 <i>Saluti</i> Fabrizio SCIARRETTA Eddi FREZZA Nome COGNOME	Governatore Distretto 108 L - Lazio Presidente Consiglio dei Governatori Lions Rappr. Ministero Ambiente e Sicurezza Energetica
10.00 <i>L'educazione dei giovani al rispetto per l'ambiente Insegnare il risparmio energetico nelle scuole</i> Prof. Paolo TRIVERO	Ordinario Università Piemonte Orientale
<i>Acqua sorgente di vita: un bene da non sprecare Concorso fotografico per studenti</i> ing. Cristian BERTOLINI	DG Distretto 108 TB I social come strumento educativo Nome COGNOME Comunicazione Lions
10.45 <i>L'impegno sul Territorio in collaborazione con le Amministrazioni Locali e la Protezione Civile</i> Bosco Diffuso Lions Cittadella della Protezione Civile Giardini Sensoriali Lions: <i>Introduzione al progetto</i> <i>Proiezione video su quanto realizzato nel 2022 su tutto il territorio Italiano</i>	dr. Sirio MARCIANO direttore rivista Lion PDG ing Giovanni Castellani PCC Avv. Mariella Sciammetta
11.45 <i>Conclusioni</i> Dr. Pio VISCONTI	DG Distretto Lions 108IA2 delegato MD Ambiente Presidente Consiglio Nazionale A.N.C.I. Capo Dipartimento Protezione Civile Direttore Internazionale Lions Clubs International
on. Enzo BIANCO ing. Fabrizio CURCIO Dr.ssa Elena APPIANI	



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



OUR FUTURE IS NOW!



MISSION 1.5



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



OUR FUTURE IS NOW!

Created in collaboration with GMT and multi-district GST, the marketing plan involve all Clubs in Mission 1.5 by providing communication tools to support their actions.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA







BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



4 POINTS of the EXTERNAL COMMUNICATION for **MISSION 1.5**

The contribution of the communication campaign for **MISSION 1.5** is based on 4 points:

-  Institutional activity on **social media** using the MD/districts/clubs/members network.
-  **Sponsored campaign** on social media to promote the services of the districts.
-  **Direct marketing** activities.
-  **Support to the events** organised in-presence.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



INSTITUTIONAL ACTIVITY ON SOCIAL MEDIA USING THE MD/DISTRICTS/CLUBS/MEMBERS NETWORK.

Posts and short videos (reels) are created to enhance the service activity, in particular on major topics (sight, environment, etc.) following the theme of MISSION 1.5. Not only the material is published on the MD channels (FB, Instagram, LinkedIn, TikTok), but it is sent to the Districts for sharing within the Clubs.

Using this network we expect to *reach between 30,000 and 35,000 people*, including many social contacts of the Members and supporting their efforts.





SPONSORED CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA TO PROMOTE THE SERVICES OF THE DISTRICTS

The campaigns are aimed at an audience with a specific profile (age, education, work, propensity for charity) which make it of potential associative interest.

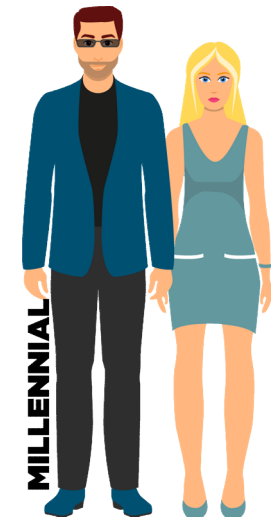
We plan to reach around **3 million people** and get **60/70,000 clicks** to district websites.



Approx.
1 million people



Approx.
0.8 million
people



Approx.
1 million people



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



SPONSORED CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA TO PROMOTE THE SERVICES OF THE DISTRICTS

The paid campaigns are carried out *individually for each of the 17 districts* in the relevant territory.

**2 CAMPAIGNS
PLANNED**

February/April

Environment, pediatric oncology, Lions Day

October/December

Sight, diabetes, hunger

As positively experienced last fiscal year, the post will be linked to a page on the district website where the list of services in which one can participate are detailed, with references.

With a click, the user is directed to the page where, in addition to a welcome message and a brochure of Lions International, he finds a list of the different activities in which he can participate with all the information needed: (place, date, club, type of activity, mobile phone and email to register the membership).

We believe that participation in a service, as a non-member volunteer, constitutes an important first step towards knowledge and subsequent membership.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



VIDEO ON THE TOPIC OF SIGHT



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



DIRECT MARKETING ACTIVITIES



The objective is to create a *continuation of contact* with people who demonstrate an initial interest in service activities, through communication on social media and participation in in-person events.

A button (curious about Lions?) will be included in all communications (paid and institutional) and on the district and MD websites.

By clicking, the user is asked to indicate the email address, name, surname and municipality of residence.

A specific message will be addressed to those who have not found / do not know a Lions Club in their community.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



Lions International

Lions Italia

Mantieniti aggiornato sulle attività di Lions Italia.

NOMINATIVO (OBBLIGATORIO)

Nome

Cognome

EMAIL (OBBLIGATORIO)

DATA DI NASCITA

gg/mm/aaaa

REGIONE (OBBLIGATORIO)

PRIVACY (OBBLIGATORIO)

Acconsento alla memorizzazione e al trattamento dei miei dati da parte di questo sito web. [Privacy Policy](#) *

INVIA

Seguici sui nostri canali



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



DIRECT MARKETING ACTIVITIES

The data, collected in compliance with privacy regulations, are inserted into a central database, which sends update newsletters and flags the names to the relevant district for subsequent in-person contacts.

Since this is an experimental phase, based on average national data, we believe we can **collect 1,000/2,000 names** of potentially interested people over the course of the year.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



SUPPORT TO IN-PRESENCE EVENTS

In-person meetings constitute an important opportunity for involvement, we provide a supports to the presentation of LCI and in particular the activities taking place in Italy.

We have created a *leaflet* that presents the beauty of being Lions, based on what was prepared by the Headquarters, with particular attention to the results achieved in Italy in terms of service.

The QR Code on the leaflet can be read with any mobile phones, allowing you to receive information on the LCI according to the direct marketing campaign illustrated before.



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



SUPPORT TO IN-PRESENCE EVENTS

With the brochures you will receive these *T-shirts*, that members can wear during an event. They show the QR Code readable by any mobile phone, to enter the direct marketing campaign.

THE SUPPORTS REPRESENT:

a contact opportunity for non-members

a reminder to members on MISSION 1.5 campaign



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BO
ITA
202



THE TEAM



**Franco
BIANCHI**



**Rosy
CASALI**



**Lucio
LAUGELLI**



**Silvia
MURATORE**



**Anna Maria
PASTORINO**



**Roberto
PECCHININO**



**Elena
LUPÒ**



**Marina
RICCI**



**Andrea
SPIOMBI**



**Andrea
TOMAYER**



**Virginia
VIOLA**



**Simona Lucia
VITALI**



EUROPAFORUM 2023
KLAGENFURT
AUSTRIA



BOLOGNA
ITALY
2024

EUROPAFORUM 2027
VENICE, ITALY
CANDIDATE



Grazie