

Campagna di Comunicazione "LIONS 2008"

Anche quest'anno il Consiglio dei Governatori ha deliberato la pubblicizzazione del marchio e delle attività Lions sulla stampa periodica nazionale.

Il Governatore del Distretto 108L (Lazio, Umbria e Sardegna), Vincenzo Mennella, delegato alla Stampa e Pubbliche Relazioni del Multidistretto, ha esaminato con uno staff di esperti volontari le necessità di comunicazione e l'offerta dei vari media ispirandosi ai seguenti criteri:

1. La campagna, divulgando il marchio, i valori fondanti del Lionismo e gli obiettivi raggiunti a livello mondiale, dovrà rafforzare il senso di appartenenza e di coinvolgimento di ciascun socio Lions con la propria associazione e il proprio Club. Essa dovrà anche incentivare per i non soci il loro percorso di avvicinamento al mondo Lions
2. L'immagine dei Lions dovrà essere recepita dal grande pubblico per quello che è, cioè una Associazione di Club accomunati da un programma di sussidiarietà nella lotta ai bisogni basilari dell'individuo in ogni paese del mondo ed in particolare in quelli più poveri.
3. La lotta alla cecità prevenibile, con i Programmi Sight First dovrà essere particolarmente evidente e coinvolgente nel mese di Aprile in corrispondenza alla giornata mondiale per la vista che si celebra il giorno 20.
3. Compatibilmente con il budget approvato dal Consiglio dei Governatori, si dovrà raggiungere un target di lettori molto ampio e rappresentativo di tutte le condizioni sociali, ma soprattutto giovane, femminile ed aperto ai cambiamenti.

Con gli obiettivi esposti nei precedenti tre punti, la scelta è caduta sui due settimanali a diffusione nazionale "Panorama" e "L'Espresso", sul settimanale femminile "Donna Moderna" e sul quotidiano "Il Giornale". La programmazione delle uscite, in accordo con gli editori è stata così confermata:

1°avviso 1 pag su:

PANORAMA n 14 uscita in edicola il 28 03 08 2.850.000 lettori di cui
1.089.000 donne (*)

DONNA MODERNA n 15 uscita in edicola 3 04 08 2.465.000 lettori di cui
2.187.000 donne (*)

ESPRESSO uscita in edicola 04 04 08 2.290.000 lettori di cui
1.050.000 donne (*)

2° avviso SIGHT FIRST 1 pag su:

PANORAMA n 17 uscita in edicola del 18 04 08 2.850.000 lettori di cui 1.089.000 donne (*)

DONNA MODERNA n 16 uscita in edicola 17 04 08 2.465.000 lettori di cui
2.187.000 donne (*)

ESPRESSO uscita in edicola del 18 04 08 2.290.000 lettori di cui
1.050 mila donne (*)

2° avviso SIGHT FIRST su quotidiano:

IL GIORNALE 45 moduli formato 230,9x262 il 20 04 08 655.000 lettori
dicui 255.00 donne (*)

(*) dati Audipress 2007/01

Il totale numero di contatti che sarà raggiunto è quindi garantito in non
meno di 15 milioni 865 mila lettori di cui 8 milioni 907 mila donne.

Per gli esperti diciamo che il costo medio per contatto è inferiore a 0,31
centesimi di Euro e che questo costo ritornerà con un forte fattore
moltiplicativo dagli avvisi di Aprile che includeranno la campagna di
solidarietà pubblica con la raccolta fondi a mezzo SMS convenzionati.

Sulla pagina pubblicitaria, che non anticipiamo per mantenere l'effetto
"sorpresa", sono indicati i siti Lions www.lionsclubs.org,
www.mondolions.org e www.newsletterlions.it.

Quest'ultimo rilancia temporaneamente il nostro www.newsletterlions1081.it
ma è già predisposto alla aggregazione di eventuali nuovi siti di newsletter
operati separatamente ed indipendentemente da altri distretti del nostro
Multidistretto.