

# Distretto 108 Ib3

Governatore a.s. 2020 – 2021  
Cesare Senzalari

## La comunicazione

FONDAMENTI E LINEE GUIDA

# Quali sono i ruoli della comunicazione lionistica?

- ▶ Informativo: diffondere e far conoscere a tutti i livelli le attività che svolgiamo
- ▶ Promozionale: sensibilizzare, coinvolgere e orientare le scelte delle persone, diffondendo con le nostre azioni i valori del Lionismo ed evidenziando i cambiamenti positivi che ci auguriamo di innescare nel sistema
- ▶ Motivazionale e formativo: stimolare tutti noi ad agire responsabili e coinvolti, consapevoli di ciò che possiamo rappresentare per la nostra comunità e il territorio e di quello che possiamo fare per loro, rendendoci protagonisti e non spettatori delle azioni descritte.

# A chi è rivolta la nostra comunicazione?

- ▶ Ai Lions del Club, della Zona, della Circoscrizione, del proprio e degli altri Distretti
- ▶ Ai destinatari e ai Partner delle nostre attività e dei nostri service
- ▶ Alle istituzioni e al territorio
- ▶ Ai media
- ▶ Ai cittadini tutti

# Chi comunica?

- ▶ Il responsabile del service e i Lions coinvolti
- ▶ L'addetto alla comunicazione (o addetto stampa e simili)
- ▶ Tutte le persone che appartengono alla Comunità e con le quali veniamo direttamente o indirettamente a contatto (beneficiari dei nostri service, familiari, amici, conoscenti, cittadini, ecc.)
- ▶ Più in generale, tutti, anche solo chi parla di noi con amici, conoscenti, colleghi - soprattutto sui social network

# Cosa comunichiamo?

È fondamentale trasmettere con chiarezza il **“contenuto”**, il messaggio che vogliamo comunicare, che non è solo fatto di parole e testi, ma anche di immagini ed emozioni

Dal contenuto della comunicazione lionistica devono emergere:

- ▶ **la motivazione dell'informazione**: chi legge o ascolta deve comprendere chiaramente il contenuto e la finalità del messaggio, oltre all'importanza che questo assume per i destinatari dell'iniziativa
- ▶ **i nostri scopi e i nostri valori**: diamo sempre visibilità precisa allo spirito della **missione solidaristica** che anima la nostra Associazione
- ▶ **il valore delle risorse umane interne ai Club** in termini di competenze, attitudini possedute sensibilizzando la pubblica opinione sull'importanza della cittadinanza umanitaria

# Come comunichiamo?

- ▶ **Verbalmente**, in occasione di assemblee, congressi, meeting, charter e serate conviviali, eventi, seminari, momenti di vita associativa
- ▶ **In modalità cartacea**, attraverso pubblicazioni, articoli, manifesti, poster, locandine, depliant, brochure, pieghevoli, riviste, newsletter, bollettini
- ▶ **In modalità digitale**, attraverso sito internet, app, podcast e videostreaming, blog, forum, chat, social network

# Linee guida della comunicazione: il testo

- ▶ **I titoli devono attirare l'attenzione del destinatario**, introducendo il tema specifico della comunicazione: di norma è bene suddividere in titolo vero e proprio e sottotitolo, che svolge il compito di dare maggior chiarezza al primo consentendogli una forma più "accattivante";
- ▶ **Il corpo deve trasferire tutte le informazioni necessarie**, relative all'oggetto ed allo scopo della comunicazione, con chiarezza e sinteticità: è la parte più consistente del testo e contiene la descrizione dell'attività (service, iniziativa, evento...) e tutte le informazioni ad essa collegate;
- ▶ **Il pay off**, la **firma** che chiude il testo, accompagnando il nostro logo ufficiale, rappresenta un elemento di caratterizzazione e continuità e ci rende riconoscibili immediatamente. Nella parte sottostante il testo, in posizione di minore evidenza, possono essere posizionati anche i loghi degli altri (eventuali) partner della specifica attività che stiamo comunicando.

# Linee guida della comunicazione: le immagini

**La parte visiva** di una comunicazione è essenziale per catturare l'attenzione e migliorare l'efficacia del messaggio.

Non potendo, per ragioni evidenti, utilizzare una sola immagine sarà opportuno adottare poche semplici regole nella loro scelta ed applicazione.

**Le immagini** che completeranno la nostra comunicazione dovranno essere ispirate a realismo e credibilità, evocative e, al tempo stesso, corrispondenti a situazioni, volti e circostanze vicine alla dimensione quotidiana di chi parla e dei destinatari del messaggio.

# Come comunichiamo?

**Le parole, le immagini, lo stile che adoperiamo per comunicare** rappresentano ciò che siamo e quello che possiamo fare per chi ci ascolta

**La coerenza tra quello che diciamo e la realtà** è il principale valore della comunicazione, poiché stimola il consenso emotivo di chi ci ascolta, rendendolo assolutamente partecipe.