Programma di contributi per il Marketing (ANNO SOCIALE 2024-2025)

Modulo non utilizzabile dai sottodistretti

I programmi efficaci di marketing e di pubbliche relazioni possono fare una differenza significativa su come i Lions rendono partecipi le nostre comunità e su come le nostre comunità vedono i Lions. Il Programma di contributi per il Marketing può supportare le attività di marketing e PR su tutto il vostro multidistretto e distretto singolo. Tutte le domande saranno esaminate dal Comitato Marketing in merito all'impatto complessivo potenziale sui club e l'affiliazione, la crescita associativa, il raggio d'azione, il valore e l'abilità di sensibilizzare maggiormente l'opinione pubblica.

Date del programma

1° luglio	Accettazione delle nuove richieste di contributo per il marketing. Aggiornamenti al programma di contributi.
15 luglio	Scadenza invio dei rapporti finali da parte dei destinatari dei contributi del precedente anno sociale.
15 settembre	Ultima data utile per richiedere un contributo per il marketing per l'anno sociale in corso.
Ottobre	Il Comitato Marketing esamina tutte le richieste di contributo e fornisce i contributi in base ai club potenziali e all'impatto per la membership, al raggio d'azione, al valore e all'abilità di maggiore sensibilizzazione dell'opinione pubblica.

Categorie per l'esame delle domande

Tutte le domande e le richieste per ricevere un contributo sono esaminate in ottobre e approvate a sola discrezione del Comitato Marketing.

Il programma dovrà avere un impatto su tutto il multidistretto o distretto singolo. I programmi condotti da un'elevata percentuale di club all'interno del Multidistretto (MD) o Distretto Singolo (SD), i piani che si concentrano sugli obiettivi della *MISSION 1.5* e quelli che coinvolgono i Leo club nelle attività proposte di marketing or PR, saranno maggiormente considerati.

I contributi per il marketing sono esaminati seguendo queste categorie:

- **RAGGIO D'AZIONE:** il raggio d'azione si riferisce all'abilità di coinvolgere un'ampia percentuale di pubblico esterno (non-Lions), come giornalisti, utilizzatori di media (ossia, telespettatori, lettori di quotidiani), social media o visualizzazioni del sito web.
- **RICONOSCIBILITÀ DEL MARCHIO:** la riconoscibilità del marchio riguarda in che maniera significativa e quanto frequentemente sarà esposto il marchio di Lions International durante le attività proposte del contributo. Gli esempi di riconoscibilità del marchio possono includere lo sviluppo di pubblicità, video, articoli promozionali o brochure che includano i colori ufficiali del marchio, i loghi o l'emblema di Lions International.

- **CRESCITA:** la crescita si riferisce a quanto sia probabile che le attività proposte del contributo risultino in assicurare nuovi soci o club.
- **VALORE:** il Comitato Marketing valuterà se l'importo richiesto del contributo sembra appropriato per le attività proposte del contributo. Si prega di inviare preventivi o previsioni di bilancio insieme alla domanda per l'esame, ove possibile.

Criteri per l'assegnazione dei fondi

Il budget totale per questo Programma di contributi per il Marketing è di 500.000 USD all'anno. La tabella seguente indica i limiti dei fondi stabiliti dal Comitato Marketing.

Limiti dei fondi per categoria di domanda

Categoria della domanda	Importo massimo del contributo	Importo del primo pagamento	Importo del secondo pagamento	10% di integrazione richiesta
Zone provvisorie - Il Lions Coordinatore deve presentare la domanda	1.500 USD	1.500 USD	Non applicabile	Sì 150 USD
Circoscrizioni provvisorie - Il Lions Coordinatore deve presentare la domanda	3.000 USD	3.000 USD	Non applicabile	Sì 300 USD
Altre aree prive di distretto - Il Lions Coordinatore deve presentare la domanda	3.000 USD	3.000 USD	Non applicabile	Sì 300 USD
Distretto Singolo** (quando non fa parte di un MD)	5.000 USD	3.500 USD	1.500 USD	Sì 500 USD
Multidistretto	15.000 USD	10.000 USD	5.000 USD	Sì 1.500 USD

** I sottodistretti all'interno di un MD devono richiedere i contributi come parte di tale MD e non possono presentare domanda separatamente.

Le domande approvate di contributi per il marketing provenienti da distretti singoli e multidistretti riceveranno una parte del contributo approvato in anticipo e, successivamente, un secondo pagamento finale dopo che sarà stato inoltrato un rapporto finale completo e a conclusione di tutte le attività previste per il contributo per il marketing.

Tutti gli assegnatari del contributo dovranno contribuire con almeno il 10% del totale del contributo assegnato. Per maggiori informazioni, si prega di consultare la sezione sui limiti dei fondi all'interno delle linee guida del programma. Nel rapporto finale dovrà risultare chiaramente che è stata fatta l'integrazione del 10%. Quest'ultima deve provenire dai fondi

raccolti dai multidistretti o distretti singoli, dalle circoscrizioni, zone o aree prive di distretto, e non da donazioni di beni o servizi.

Tutti i fondi devono essere impiegati entro il 30 giugno dell'anno sociale nel quale il contributo è stato concesso e tutti i fondi inutilizzati dovranno essere restituiti a Lions International entro il 15 luglio del successivo anno sociale. Gli Stati Uniti e i territori degli Stati Uniti devono compilare il [modulo W-9](#).

Regolamento, idoneità e linee guida per i rapporti finali del Programma di contributi per il Marketing

Regolamento del Programma di contributi per il Marketing

I contributi possono essere usati solo per il marketing, le pubbliche relazioni e/o a fini pubblicitari; devono usare i materiali messi a disposizione da Lions International o quelli sviluppati a livello locale e approvati dal Dipartimento Pubbliche relazioni di Lions International.

Le richieste di contributo per il marketing sono approvate a esclusiva discrezione del Comitato marketing. Una volta ricevuta l'approvazione del Comitato marketing, non sarà possibile discostarsi dalle attività di marketing approvate senza l'approvazione scritta del suddetto comitato.

Non sarà possibile richiedere un finanziamento per attività di marketing in corso o già completate al momento della presentazione della domanda.

Gli assegnatari del contributo dovranno:

- Indicare e mostrare chiaramente il logo Lions nei materiali della loro campagna.
- Condividere il concetto grafico con Lions International prima di entrare in produzione.
- Utilizzare le linee guida sull'uso del marchio e i loghi ufficiali del Lions International www.lionsclubs.org/brand.

Al momento della domanda dovrà essere nominato un presidente del programma e, prima che il primo pagamento venga inviato da Lions International, dovrà essere nominato un Comitato congiunto di PR e di Programma.

Nel caso di un multidistretto, la domanda dovrà essere firmata dal presidente del Consiglio dopo aver ricevuto l'approvazione di tutti i governatori distrettuali. La domanda dovrà essere firmata anche dal presidente del programma. Nel caso di un distretto singolo, saranno il governatore distrettuale e il presidente del programma a dover firmare la domanda. Il Lions Coordinatore deve presentare la domanda per le zone provvisorie, le circoscrizioni provvisorie e altre aree prive di distretto.

I contributi per il marketing possono essere usati per fornire fondi alle pubbliche relazioni, attività pubblicitarie o di marketing verso il pubblico esterno (non Lions) e i membri dei media. Fra gli esempi di impiego dei fondi dei contributi per il marketing citiamo:

- Creazione di brochure o volantini per promuovere un prossimo progetto di servizio
- Incaricare venditori o agenzie per la conduzione di PR, marketing, campagne pubblicitarie o digitali
- Acquisto di omaggi recanti il marchio da distribuire al pubblico durante un evento
- Costi di produzione, inclusa la stampa e la spedizione, di materiali di marketing
- Costi di produzione di video o siti web
- Attività di marketing esterno o pubbliche relazioni mirate ai professionisti dei media o al pubblico

I fondi dei contributi per il marketing non possono essere usati per:

- Finanziare le attività di service (ad esempio, acquistare cibo per una mensa dei poveri)
- Acquisto di forniture per il club
- Premi in denaro o donazioni
- Riunioni interne, sessioni formative o comunicazioni riservate unicamente ai soci Lions
- Acquisto di qualsiasi articolo o servizio non relativo alle attività approvate di contributo per il marketing

Idoneità

Possono richiedere un contributo per il marketing i multidistretti, i distretti singoli che non fanno parte di un multidistretto, le zone non distrettuali e le aree e zone provvisorie.

Grandi idee per i contributi possono provenire da qualsiasi parte, ma al momento i Lions club, i singoli Lions e i sottodistretti appartenenti a un multidistretto non possono richiedere un contributo per il marketing. Se avete un'idea per un contributo per il marketing, potrete contattare il vostro presidente di Consiglio o il Lion vostro coordinatore.

Linee guida per i rapporti finali

Entro 30 giorni dal completamento del progetto, gli assegnatari del contributo dovranno inviare un dettagliato rapporto finale. I rapporti finali possono essere inviati online dalla pagina <https://lionsclubs.jotform.com/222704539815055?language=it>. I beneficiari del contributo che non inviano un rapporto finale non potranno ricevere ulteriori contributi per il marketing.

I rapporti devono essere ricevuti entro il 15 luglio del successivo anno sociale. L'anno sociale di Lions International decorre dal 1° luglio al 30 giugno.

I rapporti finali sono costituiti da tre sezioni.

Sezioni del rapporto finale	
Tema della sezione	Dettagli suggeriti sulla sessione

Sezione 1: Valutazione del progetto	<p>Fornire una valutazione dettagliata del programma.</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Qual era il vostro obiettivo o scopo? ☐ Descrivere tutte le attività condotte e/o qualsiasi materiale o articolo realizzato. ☐ Fornire esempi di materiali di marketing realizzati, comunicati stampa, foto, video, filmati per i media e annunci pubblicitari
Sezione 2: Impatto del progetto	<p>Condividere tutte le informazioni pertinenti alle attività del vostro programma. Queste potranno includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Numero di nuovi soci Lions ☐ Impressioni del pubblico ☐ Numero di articoli di giornale garantiti ☐ Numero di coinvolgimenti sui social media
Sezione 3: Dati finanziari del progetto	<p>Fornire una contabilità dettagliata su come sono stati spesi i fondi del contributo</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Indicare tutte le spese e l'importo totale speso per il progetto ☐ Allegare le copie di tutte le ricevute di pagamento e delle fatture saldate per ogni voce di spesa della tabella o foglio elettronico ☐ Indicare in che modo è stata applicata l'integrazione del 10% richiesta a questo programma

Domande? Il nostro team è a disposizione per aiutarvi.

Il nostro team è sempre a disposizione per rispondere a qualsiasi domanda o fornire una guida per le vostre attività legate ai contributi per le marketing. Non esitate a contattarci via email all'indirizzo publicrelations@lionsclubs.org.