



Lions Clubs International

GUIDA AL MARKETING E ALLA COMUNICAZIONE



Guida al marketing e alla comunicazione per i Lions

Indice

Cosa sono le Pubbliche Relazioni?	2
Quali sono le responsabilità di un Presidente di Comitato Marketing e Comunicazione?	3
Come stabilire quali sono i fatti che meritano di essere pubblicizzati?	3
Come contattare i Media?	4
Come condividere i messaggi dei Lions con il pubblico?	4
Quali potrebbero essere altre idee pubblicitarie?	8
Quali risorse mette a disposizione la sede centrale internazionale?	8

Cosa sono le Pubbliche Relazioni?

Per Pubbliche Relazioni si intendono le varie forme di comunicazione che vanno dai comunicati stampa, alla distribuzione di depliant informativi, fino alla semplice conversazione tra amici, membri della stessa famiglia o colleghi. Anche indossare un distintivo Lions o prendere parte a una marcia sono importanti forme di comunicazione.

Un'adeguata attività di pubbliche relazioni, finalizzata a informare la comunità che il vostro club sta costruendo un parco, o sta conducendo un controllo gratuito della vista o una raccolta di occhiali, favorirà il sostegno da parte della stessa comunità.

Le pubbliche relazioni possono persino favorire la crescita associativa del vostro club. Le persone desiderano appartenere a un'organizzazione di successo e affidabile. Promuovendo attivamente il vostro club e i suoi programmi, diffonderete un'immagine positiva del vostro club all'interno della comunità, con il risultato che molti desidereranno entrare a farne parte.



Quali sono le responsabilità di un Presidente di Comitato Marketing e Comunicazione?

Sebbene tutti i Lions siano responsabili delle PR, il presidente di Comitato Marketing e Comunicazione è responsabile di:

- Informare la comunità e i mass-media sul vostro club.
- Informare il vostro club sulle attività di pubbliche relazioni e sui loro risultati.
- Fornire alla Sede Centrale tutte le informazioni sui programmi e sulle attività Lions degne di maggior attenzione, utilizzando il link **“Invia una storia”** sul sito Internet di LCI (www.lionsclubs.org).

Per cominciare:

- Stabilite degli obiettivi – Analizzate le attività in cui il vostro club è stato precedentemente impegnato. Individuate i successi, i fallimenti e le loro ragioni.
- Definite il budget annuale per le PR – I programmi di pubbliche relazioni possono essere avviati anche con un budget limitato. All'interno del budget accertatevi di includere le spese per le attività di pubbliche relazioni condotte continuamente e gli eventi speciali.
- Pianificate per tempo – Un'attenta e puntuale pianificazione è indispensabile per le pubbliche relazioni.
- Definite le tempistiche – Stabilite come e quando darete inizio alla campagna di promozione del vostro club e quando avvierete una campagna informativa sugli eventi speciali organizzati dal club. Siate però aperti ad altre attività meritevoli di particolare attenzione che potrebbero svolgersi nel corso dell'anno.
- Utilizzate le risorse – Visitate il sito di LCI per trovare risorse che vi saranno utili per lo svolgimento dei vostri programmi di PR.
- Discutete il vostro piano – Svolgete degli incontri con il vostro presidente di club e con i presidenti di comitato per discutere dei vari eventi e progetti.
- Siate costanti – Garantire al vostro club la giusta visibilità all'interno della comunità richiede costanza e tempo.
- Create un registro – Annotate le date e i nomi dei destinatari dei comunicati stampa e chi li ha utilizzati. Conservate gli articoli sul vostro club. Indicate il nome della pubblicazione da cui è stato tratto l'articolo e la data in cui è stato pubblicato. Registrate le trasmissioni televisive e radiofoniche e mettetele a disposizione del club.

- Informate il club – Durante le riunioni di club fornite tutti gli aggiornamenti sulle attività di promozione e sui loro risultati. Scrivete articoli per la newsletter del club sulle attività di pubbliche relazioni e sui loro esiti. Chiarite in che modo il vostro club può beneficiare di un'efficace campagna di pubbliche relazioni.

Come stabilire quali sono i fatti che meritano di essere pubblicizzati?

Le notizie informano su attività o a eventi che possono risultare interessanti e coinvolgere il pubblico, come la notizia della realizzazione di un parco da parte dei Lions. Alcuni progetti, per quanto lodevoli, potrebbero, tuttavia, non rivelarsi interessanti per l'informazione. Per stabilire cosa può essere definito come “interessante”, ponetevi la seguente domanda: “Un individuo non Lion troverebbe interessante o utile questa notizia?”. Il servizio pubblico fornisce informazioni su specifici argomenti per aiutare o assistere la gente; descrivere la sintomatologia del diabete o incoraggiare il volontariato, potrebbero essere, pertanto, considerati argomenti interessanti.

Individuate le attività che possono essere definite eccezionali e che, con ogni probabilità, attirerebbero l'attenzione dei media. Notizie di interesse pubblico potrebbero pertanto considerarsi eventi o attività che:

- migliorano le comunità (nuovi parchi, programmi nelle scuole)
- coinvolgono il pubblico o particolari gruppi all'interno delle comunità (raccolte di fondi, raccolte di articoli per la scuola).
- forniscono un servizio pubblico (controlli medici/ della vista, campagne informative sull'uso della droga).

Leggete i giornali locali, guardate i telegiornali e ascoltate programmi radiofonici per farvi un'idea su come la vostra notizia potrebbe essere diffusa.

Partecipate alla pianificazione degli eventi nella loro fase iniziale per stabilire, fin dall'inizio, il loro potenziale per le pubbliche relazioni. Di seguito, è riportata una lista di esempi di attività di club che potrebbero rappresentare notizie rilevanti per l'informazione:

- Progetti di service a favore di gruppi come i videolesi, i disabili e gli anziani
- Programmi per i giovani come il concorso Un Poster per la Pace, borse di studio

- Speciali eventi di beneficenza, anniversari di club e donazioni cospicue
- Contributi elargiti dalla Fondazione di Lions Clubs International (LCIF), assistenza in caso di disastri
- Elezioni di club, riconoscimento per le opere di volontariato, riconoscimenti Melvin Jones
- Progetti per le festività

Visitate il sito di LCI per [guide alle attività](#) che contengono idee per la pianificazione e le PR per vari programmi.

Come contattare i Media?

Create una lista dei mezzi d'informazione, indicando quotidiani, radio e reti televisive della vostra area, e i loro indirizzi, le loro email e i recapiti telefonici. Contattate i mezzi di informazione per individuare gli editori o i giornalisti a cui poter inviare informazioni sulle attività Lions.

Accertatevi di essere in possesso dei nominativi corretti e chiedete quando desiderano ricevere le informazioni. Chiedete, inoltre, in che modo preferiscono ricevere le informazioni (via email, via fax o tramite posta).

In linea di massima, le notizie dovrebbero essere inviate:

- ai direttori dei piccoli quotidiani o dei settimanali
- ai giornalisti dei principali quotidiani che si curano degli eventi comunitari
- al responsabile delle notizie e del servizio pubblico delle stazioni radiofoniche o televisive

Non tutte le notizie sui Lions potrebbero essere pubblicate o diffuse. Infatti i direttori dei giornali locali e delle stazioni televisive o radiofoniche stabiliscono giorno per giorno quali notizie pubblicare e trasmettere. Non vi arrendete. Non smettete mai di cercare aneddoti e particolari per rendere le storie dei Lions oggetto di interesse da parte dei media.

Come condividere i messaggi dei Lions con il pubblico?

Utilizzate tutti questi preziosi strumenti e risorse per trasmettere il vostro messaggio ai membri della comunità attraverso i media.

Comunicato Stampa

I primi due paragrafi di un comunicato stampa devono contenere le risposte alle seguenti sei domande: Chi? Che cosa? Quando? Dove? Perché? Come? I paragrafi successivi forniranno informazioni aggiuntive in ordine di importanza. I comunicati stampa sono più facilmente scelti per la pubblicazione se sono scritti in modo semplice e se contengono informazioni importanti. Per aumentare le probabilità che il vostro comunicato stampa sia pubblicato:



- accertatevi che l'evento a cui si fa riferimento nel comunicato stampa sia interessante per i media.
- Elaborate il testo utilizzando frasi e paragrafi brevi e limitatelo a una singola idea.
- Utilizzate citazioni per arricchire le informazioni che fornite. Indicate il nome e il titolo della persona che viene citata.
- Indicate il nome della persona da contattare in alto alla pagina, insieme al suo recapito telefonico e indirizzo email.
- Utilizzate un formato standard di comunicato stampa e scaricate un [“Modello di comunicato stampa”](#) dal sito di LCI.
- Almeno due settimane prima dell'evento, distribuite i comunicati stampa ai direttori, ai giornalisti e ai responsabili contenuti nella vostra lista che solitamente scrivono di storie simili alla vostra.
- Nel caso di un evento particolarmente rilevante, ricontattate i media una settimana prima dell'evento. Offritevi di rispondere ad eventuali domande e a fornire foto da pubblicare. Assumete un atteggiamento positivo e ottimista spiegando perché il pubblico si interesserebbe alla vostra storia.

Contattate i media locali per suggerire una storia esemplare ai giornalisti e ai redattori, qualora non riteniate esauriente la descrizione fornita nel comunicato stampa. Suscite l'interesse del giornalista sulla storia, sottolineando elementi come l'importanza del volontariato nella vostra comunità piuttosto che soffermarvi su un singolo evento o attività.

Interviste e discorsi in pubblico

Un valido portavoce del club dovrà essere pronto a fornire informazioni precise con entusiasmo e sicurezza. Di seguito troverete una lista di suggerimenti per interviste di successo:

- Conoscete bene l'argomento – Siate pronti a fornire altre risposte oltre alle domande su “chi, cosa, quando, dove, come e perché”, a cui avete già risposto nel materiale inviato ai media.
- Preparate dei messaggi chiave – Piuttosto che rispondere alle domande con un semplice “sì” o “no” utilizzate le domande dell'intervistatore come occasione per arrivare al vostro messaggio chiave. Prima dell'intervista, esercitatevi a rispondere a domande che potrebbero esservi rivolte. Rivedete i messaggi chiave dell'Associazione sul [sito web](#) di LCI e adattateli ai messaggi del vostro club.

- Fornite risposte brevi e chiare– Fate riferimento all'argomento principale all'inizio dell'intervista, utilizzando una frase breve e chiara. Se non conoscete la risposta alla domanda che vi è stata rivolta, offrite di effettuare delle ricerche, per fornire, al più presto, la risposta.
- Ripetete il nome del vostro club – Evitate di dire soltanto “Io” o “noi.”
- Fate attenzione a quello che dite – Non fate mai commenti non ufficiali.
- Scegliete un abbigliamento appropriato–Indossate sempre il vostro distintivo Lions. Se rilasciate interviste televisive, ricordate di non indossare tessuti rigati, camice bianche, capi troppo vistosi e fate un uso moderato dei gioielli.
- Sorridete Conversate –Trasmettete al giornalista il vostro entusiasmo di Lion.

Publicità dopo l'evento

Fornite tutte le informazioni alla comunità sull'esito del programma e sulla raccolta di fondi, nei seguenti modi:

- Comunicato Stampa – Preparate un breve comunicato stampa in cui siano esposti i risultati del progetto. Allegate le foto dell'evento.
- Lettera all'editore – Scrivete un messaggio di ringraziamento alla comunità.
- Annuncio Pubblicitario – Considerate di diffondere un annuncio pubblicitario in cui esprimerete il vostro “grazie” alla comunità. Molte testate giornalistiche potrebbero offrire riduzioni per le organizzazioni no profit e garantirvi uno spazio per un annuncio gratuito.

Annunci di servizio pubblico (solo per alcuni paesi)

Gli annunci per il Servizio Pubblico sono solitamente brevi messaggi (10, 15 o 30 secondi) che in alcuni paesi vengono trasmessi gratuitamente sulle stazioni televisive e radiofoniche come servizio alla comunità. Grazie a tali messaggi, non solamente il vostro club, ma anche l'intera comunità, riceverà dei vantaggi.

Lions Clubs International offre ai club una serie di annunci di questo tipo su diversi argomenti, che possono essere scaricati senza alcun costo (formato MPEG per le stazioni televisive). Vi invitiamo a visitare il sito di LCI per prendere visione dell'elenco [degli annunci disponibili](#).

Quando lavorate alla stesura di un annuncio per il servizio pubblico, ricordate che questo dovrà

necessariamente essere breve e chiaro, dal momento che avrete a disposizione dai 10 ai 30 secondi per comunicarlo. Informazioni sulla prevenzione della cecità, sui servizi per i giovani, sulle raccolte di fondi a favore della comunità, sugli eventi pubblici sponsorizzati dal vostro club, sono argomenti particolarmente adatti a questo tipo di messaggi. Questo tipo di annunci deve:

- catturare l'attenzione degli ascoltatori.
- chiarire i vantaggi che gli ascoltatori potranno trarre dalle vostre indicazioni.
- Informare gli ascoltatori su dove andare, cosa fare e quando, fornendo anche un numero da chiamare per ulteriori informazioni.

Come riferimento, uno spot pubblicitario della durata di 10 secondi può contenere 20 parole e uno spot di 30 secondi può contenerne circa 65.

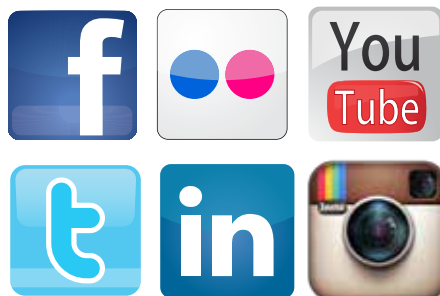
Contattate il direttore dei notiziari o del servizio pubblico delle reti televisive o radio locali per conoscere il calendario e il formato richiesto e sapere se possono fornire assistenza nella produzione. Le stazioni spesso prevedono costi agevolati per la produzione di annunci pubblicitari per le organizzazioni no profit.

Canali televisivi di servizio pubblico

Attraverso i canali di servizio pubblico è possibile trasmettere annunci per il servizio pubblico, mandare in onda video sulle attività dei club, diffondere le notizie riguardanti gli eventi in cui il club è coinvolto e partecipare a dei talk show. Contattate il direttore del servizio pubblico presso la stazione televisiva via cavo locale sui programmi disponibili.

Video

Mostrate un video (per esempio un Video Magazine di LQ-Lions trimestrale o uno spot pubblicitario) durante gli eventi della comunità o durante gli incontri con gli altri gruppi della comunità. Guardate i nostri video sul sito web di LCI per saperne di più dei servizi che offriamo alle comunità. Trovate i video anche su [YouTube](#) e potrete scaricare [LQ](#) da iTunes.



Siti web e social media

I siti web e quelli dei social network sono degli ottimi canali informativi per diffondere informazioni sulle attività del vostro club. Utilizzate l'e-Clubhouse per creare il sito web del club utilizzando i semplici formati disponibili a costo zero. Una volta creato il vostro sito, è importante tenerlo aggiornato e inserirlo nel materiale pubblicitario. I social media come Facebook, LinkedIn, e Twitter si riveleranno preziosi canali di informazione per la promozione dei Lions club. Includete recapiti, indirizzi email attraverso cui contattare il club, foto di progetti recenti e la lista dei prossimi eventi. Visitate [LCI sul Web](#) per i link ai social media su Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr e LinkedIn.

Materiale stampato promozionale

Il materiale stampato promozionale per il vostro evento dovrà:

- rispondere alle domande chi?, cosa?, quando?, dove? e perché?.
- utilizzare un linguaggio chiaro e contenere unicamente informazioni necessarie.
- avere un bell'aspetto, essere stampato con una stampante laser o professionalmente.
- utilizzare un carattere di facile lettura.
- contenere il nome del vostro club, i recapiti e il logo Lions.

Verificate se è possibile ottenere dalle tipografie una riduzione sui costi di stampa per i vostri volantini come materiale per le ONLUS.

Chiedete a un socio di diffondere e affiggere i volantini e i poster nella vostra area -, nei centri messaggi, nelle biblioteche, nelle vetrine, alle fermate degli autobus, nelle stazioni ferroviarie etc. Chiedete alle aziende del posto e agli uffici pubblici l'autorizzazione per lasciare alcune copie per i loro clienti.



Fotografie

Le fotografie arricchiranno i bollettini informativi del vostro club e i materiali pubblicitari. Inoltre, tutti i vostri comunicati stampa dovranno sempre essere accompagnati da foto. Inserite foto raffiguranti le attività del vostro club o persone che avete aiutato nell'ambito di un programma per la comunità. Quando vi accingete a scattare delle fotografie, ricordate di:

- utilizzare possibilmente una macchina fotografica digitale. Questo vi darà la possibilità di inviare e archiviare facilmente le vostre foto. Inviare le foto digitali come file allegati. Non modificate le foto per incollarle nelle email.
- utilizzate solamente fotografie nitide.
- Scegliete le foto che ritraggono “scene dal vivo”, non soggetti in posa. Mentre le foto di gruppo e di soggetti in posa possono essere utilizzate per il bollettino informativo del club, le foto che ritraggono soggetti in azione catturano maggiormente l'attenzione. Chi pubblica le foto potrebbe volere utilizzare solamente delle foto raffiguranti scene spontanee.
- Se dovete far posare i vostri soggetti, ritraeteli in un atteggiamento spontaneo durante un'attività. Ritagliate le foto con attenzione in modo da non escludere alcun soggetto dalla foto.
- Riprendete la scena da vicino.
- Limitate il numero dei soggetti e non utilizzate uno sfondo variegato.
- Scattate diverse foto e scegliete le migliori.
- Contattate i quotidiani locali per vedere se accettano formati elettronici per le foto.
- Inviare le vostre foto alla sede centrale utilizzando la funzione “[Invia una foto](#)” del sito di LCI.

Rivista LION

Potrete inviare le foto sulle attività di service del vostro club alla rivista LION e ricevere un riconoscimento a livello nazionale. Sebbene non tutto il materiale inviato potrà essere pubblicato, ecco delle indicazioni da seguire per inviare la vostra storia:

- Inviare informazioni dettagliate – chi, cosa, quando, dove, perché e come – sul progetto di servizio o sull'attività di raccolta fondi condotte dal vostro club.
- Non inviare immagini ottimizzate per l'utilizzo in Internet. Le immagini per il web sono troppo piccole e non hanno la risoluzione adatta alla pubblicazione sulla rivista LION.
- Allegare foto chiare, nitide e che ritraggano i Lions impegnati in un'attività del progetto. Indicare tutti i nomi dei Lions presenti nella foto.
- Non inviare foto di circostanza (persone che si stringono la mano, che assistono ad una presentazione, etc.).
- Indicare i nomi, gli indirizzi e il recapito telefonico e/o l'indirizzo e-mail di un socio che dispone di tutte le informazioni sul progetto.
- La nuova versione [della rivista digitale LION](#) contiene video, storie, materiali supplementari e collegamenti.
- La app della rivista LION vi consentirà di leggere la rivista su Android o su iPad.

Inviare storie e foto che rispettino queste indicazioni a: LION Magazine, 300 W 22nd Street, Oak Brook, IL 60523 USA o via [email](#). Spesso gli articoli possono essere pubblicati anche dopo un anno.



Quali potrebbero essere altre idee pubblicitarie?

Ci sono diversi modi per informare la comunità riguardo al vostro club Lions e le attività che conduce. Se il vostro club è impegnato nella sponsorizzazione di un evento della comunità:

- Chiedete che le informazioni siano pubblicate sul sito Internet della vostra comunità o su una tabellone per i messaggi.
- Distribuite volantini o opuscoli sul vostro club e sulle sue attività. Se l'evento in causa è una raccolta di fondi, indicate a chi saranno devoluti i fondi raccolti.
- Esponete bene in vista il logo Lions e il nome del club su tutto il materiale e durante le attività e gli eventi.

Perfino quando il vostro club non ha ancora pianificato un evento speciale, potreste:

- indossare il vostro distintivo e indumenti Lions.
- inserire il vostro club nell'elenco telefonico e sulle pagine gialle, insieme ai riferimenti per contattare il club (nome di una persona e recapito telefonico). Aggiornate periodicamente queste informazioni.
- Inserite le informazioni riguardanti il vostro club all'interno dei pacchetti di benvenuto, spesso offerti dalle agenzie locali o dalla camera di commercio.

- Invitate altre organizzazioni a presentare le loro attività durante le riunioni del club e offrite di presentare le vostre iniziative durante le loro riunioni.
- Esponete i Poster della Pace presso una biblioteca o nei centri di ritrovo della comunità.
- Chiedete al comune e alle scuole di inserire informazioni sul vostro club nei loro bollettini informativi, specialmente se siete impegnati in un progetto per la comunità o per una scuola, come il concorso Un Poster per la Pace, uno screening per il diabete, o la costruzione di un centro ricreativo.
- Esponete un cartello stradale all'ingresso del comune in cui risiede il vostro club e assicuratevi che sia sempre in buone condizioni. Potrete acquistare un cartello stradale presso il [Dipartimento Forniture per Club](#).
- Donate un abbonamento alla rivista LION alla biblioteca locale. Contattate il [Centro Servizi per i Soci](#) o chiamate il numero +1-630-203-3830 per informazioni su come ordinarlo.

Quali risorse mette a disposizione la Sede Centrale ?

Una serie di materiali sono a vostra disposizione per aiutare il vostro club a sviluppare un piano annuale per le pubbliche relazioni. Visitate la sezione "[Raccontate le vostre attività](#)" sotto "Risorse" nel Centro per i soci sul sito di LCI.

Esempi di comunicati stampa: Dal sito web di LCI potrete scaricare una varietà di esempi di formati per comunicati stampa.

Messaggi chiave e domande: Quando abbiamo in previsione di parlare di un Lions club e di Lions Club International ai media o ai membri della nostra comunità, è importante pensare prima al messaggio che intendiamo trasmettere.

"Messaggi Chiave" sono disponibili sul sito Internet dei Lions per fornire il supporto necessario per interviste o attività che prevedono la presenza dei media. Questi si rivelano particolarmente utili per presentazioni a gruppi, scuole e altre organizzazioni. Inoltre è disponibile una serie di domande chiave e risposte consigliate. Esercitatevi a rispondere a questa tipologia di domande insieme ai vostri soci Lions e ricordatevi di mettere sempre in evidenza gli aspetti positivi.



Foglio informativo: Le pubblicazioni contengono informazioni aggiornate sull'associazione e sulla sua storia. Disponibili in tutte le lingue, possono essere scaricate dal sito di LCI o possono essere ordinate presso la [Divisione Pubbliche Relazioni e Comunicazione](#).

Foglio informativo sulla storia dell'associazione: Le pubblicazioni contengono informazioni aggiornate sull'associazione e sulla sua storia. Disponibili in tutte le lingue, possono essere scaricate dal sito di LCI o possono essere ordinate presso la [Divisione Pubbliche Relazioni e Comunicazione](#).

Loghi e grafica: I loghi LCI e LCIF, disponibili in diversi formati (TIF, GIF, JPG, EPS, AI), possono essere scaricati dal sito web di LCI.

Video Lions: Il Notiziario Lions (LNN) contiene tutti i video disponibili e gli annunci per il servizio pubblico (PSAs) realizzati da LCI e dalla LCIF. È possibile guardare e ordinare i video in questa sezione del sito web Lions Clubs International.

LQ-Lions - Video-rivista trimestrale LQ, di cui sono previste quattro uscite durante l'anno (gennaio, aprile, luglio e ottobre), presenta storie suggestive di club Lions nel mondo che vogliono fare la differenza nelle loro comunità e nelle vite della gente. Della durata di 14 minuti circa, LQ costituisce un'eccezionale presentazione per i Lions e non-Lions e può essere utilizzata sulle stazioni con accesso alla tv via cavo.

Guida alle risorse online per i Lions: Troverete risorse per e-Clubhouse, centri messaggi, Facebook, Twitter, blogs, e altro.

Newswire: Questa newsletter mensile online contenente le ultime notizie, le informazioni e i programmi proposti dalla sede centrale, è disponibile sul sito Web di LCI. Le informazioni sono adatte a essere inserite nelle pubblicazioni curate dai club, distretti e multidistretti.



Concorso “Un Poster per la Pace” di Lions International:

Il Concorso Lions Clubs International, “Un Poster per la Pace”, consiste in un programma consolidato che ha come scopo quello di promuovere la pace, coinvolgendo i giovani, e promuovendo un buon sistema di pubbliche relazioni. Visitate il sito web di Lions International per ulteriori informazioni, per prendere visione delle regole del concorso e dei poster finalisti delle edizioni precedenti. Ordinate un [kit per il Concorso Un Poster per la Pace \(PPK-1\)](#) online presso il Dipartimento Forniture per Club, o chiamate il numero +1 (630) 571-5466 U.S. Per le chiamate da Stati Uniti, Puerto Rico, Isole Vergini e Canada il numero è (800) 710-7822.

Come essere inseriti all'interno della rivista LION:

Questa pubblicazione fornisce preziosi suggerimenti su come elaborare articoli per la pubblicazione al suo interno e offre indicazioni su come realizzare fotografie d'effetto.

Per ulteriori informazioni, scrivete un'email alla Divisione Pubbliche Relazioni e Comunicazione o chiamate il numero +1-630-468-6817.

Per inviare le vostre storie, [inviare un'email al](#) Dipartimento Rivista LION o chiamate il numero +1-(630) 468-6909.



Lions Clubs International

Pubbliche Relazioni
Lions Clubs International
300 W 22ND ST
Oak Brook IL 60523-8842 USA
www.lionsclubs.org;
e-mail pr@lionsclubs.org
Telefono: 001-630-571-5466

PR-710 IT 11/17