



# VITALIONS NEWS



Mensile online di informazione Lionistica

Distretto 108 Ib1

## NUMERO ZERO

**15 Ottobre 2010**

Comunicare il lionismo... in poche parole!

Viviamo in un'epoca nella quale la notizia è veloce (il giorno dopo è già vecchia), ed è ben costruita, il messaggio è sempre chiaro, la grafica è curata, di alto livello e ricca di belle immagini. Ma noi lions facciamo finta di non saperlo, perché diamo tempi sempre più lunghi alla nostra informazione e immagini non sempre all'altezza dell'evento. Pertanto, per ovviare alla "notizia stagionata" realizzeremo, nei mesi che non prevedono l'uscita del nostro periodico interdistrettuale, un "Vitalions News Ib1", con il quale via mail trasmetteremo, in modo telegrafico e di facile presa per il lettore, le notizie che scadono prima dell'uscita programmata dell'edizione cartacea della rivista. In definitiva, il periodico on line accorcerà i tempi che intercorrono tra l'avvenimento e il destinatario dell'informazione e anticiperà un evento al quale i lions sono interessati, ma sarà necessario scrivere testi brevi, che ben sintetizzino la notizia, dando così efficacia al messaggio. Ovviamente, senza il "fascino" della novità, senza una "scadenza" del messaggio e senza la giusta "lunghezza" dei testi rischieremo di creare un pericoloso doppione della rivista cartacea. Sta a noi evitare che ciò accada...

Sirio Marcianò

Chi

Tutti i Lions, officer distrettuali, presidenti e officer di club, soci lionisticamente giovani e anziani, che hanno voglia di raccontare agli altri soci quello che di bello e importante facciamo ogni giorno nel nostro distretto e nei nostri Club. Tutti i soci che hanno domande da porre o risposte da proporre. Tutti i Lions che vogliono costruttivamente criticare esponendo valide alternative a quanto e a come si fa. Tutti i Lions che desiderano raccontare la loro visione del lionismo e la sua attualizzazione nei giorni d'oggi. Insomma, tutti i Lions che hanno, educatamente e sinteticamente, qualcosa da dire su di noi.

Ercole Milani

Come

Comunicare deve essere visto ed affrontato come un service. La nostra società ha sempre meno valori sociali, valori di riferimento, valori etici. L'apparire prevale sull'essere ed i diritti prevalgono sui doveri. I risultati si vedono nei disservizi che sempre più affliggono la nostra comunità. Comuniciamo i nostri valori morali ed etici. Molti sono i service di grande valore sociale ed importanti sono i risultati che otteniamo. Comuniciamo quanto di buono facciamo. Questo ci servirà come esempio e stimolo oltre che farci acquisire sempre più credibilità e rispetto utile per le nostre prossime iniziative. Comuniciamo per informare. Quanti convegni bene organizzati, quante iniziative di sensibilizzazione vanno deserti. Quanta fatica sono costati e quale avvilimento come risultato. Diamo evidenza a quanto facciamo, facciamo sentire la nostra presenza. Perché la comunicazione sia efficace occorre che venga letta, quindi se da un lato c'è la raccomandazione affinché essa sia scritta in modo che risulti interessante, dall'altro c'è l'esortazione a leggere, a mantenerci informati sul nostro essere Lions. La comunicazione via internet ci dà due grandi vantaggi, l'immediatezza dell'informazione ed una minor remora che a volte ci prende quando dobbiamo preparare un articolo per la carta stampata. Approfittiamo di questa nuova opportunità.

Rosario Marretta

Perché

Perché abbiamo bisogno di maggiore spirito di appartenenza, abbiamo bisogno di poter anticipare gli eventi, abbiamo bisogno di ricevere prima il resoconto della vita associativa, abbiamo bisogno di leggere dei grandi ideali lionistici, abbiamo bisogno di leggere la cronaca del quotidiano dei club, abbiamo bisogno di leggere tutto quello che accade, abbiamo bisogno di sfruttare i vantaggi, risparmio e velocità, che internet ed una rivista on line ci offrono, ecco il perché di "Vitalions News".

Danilo F. Guerini Rocco

Quando

Quando il credere nella nostra associazione richiede non solo la condivisione di principi e valori etici e morali, ma anche il loro tradursi in azioni concrete di amicizia, solidarietà, sussidiarietà come impegno costante verso gli altri. Allora l'informazione continua e tempestiva del nostro agire diviene stimolo e supporto alla vita lionistica di ciascuno di noi soci. E rimettere al centro dell'Informazione il club, come nucleo portante della associazione che interagisce con la società, anche attraverso le strutture come il Distretto, significa rivitalizzare lo spirito stesso della nostra associazione e testimoniare la grande vitalità che tutti i giorni, nonostante qualche apparenza, caratterizza la grande famiglia dei Lions.

Norberto Gualteroni

# COMITATO MERL



**FORMAZIONE OBBLIGATORIA**

Naturalmente scherziamo! Naturalmente, scherziamo, sul termine obbligatorio, non sulla formazione. Il Comitato MERL ha organizzato due sessioni di formazione aperte a tutti i Soci Lions ed indirizzate in particolare ai Presidenti, ai Vice Presidenti, ai Segretari, ai Presidenti Comitato Soci ed agli Advisor

**SABATO 13 Novembre 2010**

**Gallarate dalle ore 9,00 alle ore 12,30 per la Seconda e Terza Circoscrizione**

**SABATO 20 Novembre 2010**

**Monza dalle ore 9,00 alle ore 12,30 per la Prima, Quarta, Quinta Circoscrizione**

A tutti i Presidenti di Club al fine di una capillare divulgazione ai Soci verrà inviata una lettera esplicativa con maggiori dettagli .

## INDICAZIONI PER L'USO

Chi scrive per "Vitalions News"

Il prossimo numero di "Vitalions News" uscirà il **15 novembre 2010** .

Chiusura del numero: **10 novembre**.

Invio dei testi in **word** all'indirizzo mail: **danilo\_guerinirocco@tin.it**

I testi non dovranno superare le 1.500 battute, bianchi compresi. Lo stile dovrà essere conciso, semplice e piano, con frasi brevi (max 21 parole) e paragrafi brevi (max 65 parole).

Format: non sottolineate il testo per dare enfasi (la sottolineatura è riservata ai link). Non usate maiuscole, corsivo o grassetto per dare enfasi. Usate le lettere maiuscole solo per lettera iniziale di frase o titolo, nome di una specifica persona o ente, acronimi o abbreviazioni. Non scrivere in maiuscolo altre parole. Inserite un titolo (racchiude in poche parole il significato di tutto l'articolo) e un abstract (è il sottotitolo, cioè la parte dell'articolo che viene letta per prima ed è fondamentale per convincere il lettore a proseguire con la lettura).

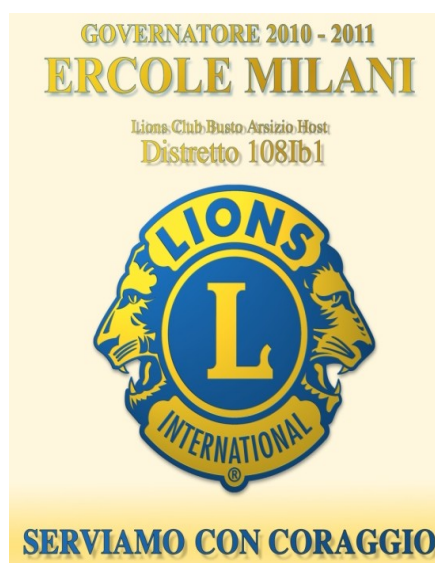
L'importanza della fotografia

Invio foto formato **Jpg** all'indirizzo mail: **danilo\_guerinirocco@tin.it**

Nella comunicazione l'immagine fotografica determina un'informazione immediata, grazie alla quale il lettore decide di leggere questo o quell'articolo. Pertanto, le fotografie devono essere "a fuoco", chiare, ad alta risoluzione e possibilmente scattate con macchine digitali. No alle fotografie con tavole apparecchiate e bottiglie in primo piano.



*Logo*  
*Presidente Internazionale*  
**SID L. SCRUGGS III**



*Logo*  
*Governatore Distrettuale*  
**ERCOLE MILANI**