

# Programa de Subsídios de Marketing (AL 2024-2025)

**Este formulário não se aplica a subdistritos.**

Programas eficazes de marketing e relações públicas podem fazer uma diferença significativa em como os Leões envolvem as comunidades e como as comunidades veem os Leões. O Programa de Subsídios de Marketing, pode apoiar suas atividades de marketing e relações públicas em todo o distrito múltiplo e único. Todas as inscrições serão analisadas pelo Comitê de Marketing para avaliar o impacto geral do clube e do aumento do quadro associativo e alcance, valor e capacidade de aumentar a conscientização pública.

## Datas do programa

|                |                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1º de julho    | Novas solicitações de subsídios de marketing aceitas. O financiamento do programa é renovado.                                                                                                                                                |
| 15 de julho    | Prazo para relatórios posteriores devidos dos recebedores dos subsídios do ano Leonístico anterior.                                                                                                                                          |
| 15 de setembro | Última data para solicitar um subsídio de marketing para o ano Leonístico corrente.                                                                                                                                                          |
| Outubro        | O Comitê de Marketing analisa todas as solicitações de subsídios em conjunto e fornece fundos de subsídios com base no potencial impacto do clube e quadro associativo, alcance, valor e capacidade para aumentar a conscientização pública. |

## Categorias de análise das solicitações

Todas as inscrições e solicitações de financiamento de subsídios são analisadas em outubro e aprovadas a critério exclusivo do Comitê de Marketing.

Os programas deverão impactar totalmente os distritos múltiplos e únicos. Será dada consideração extra a programas que serão conduzidos por uma porcentagem maior de clubes dentro do Distrito Múltiplo (DM) ou Distrito Único (DU), planos enfocados nas metas da **MISSÃO 1.5**, e aqueles que envolvem LEO clubes nas propostas de marketing ou atividades de RP.

Os Subsídios de Marketing são analisados considerando as seguintes categorias:

- **ALCANCE** - Alcance refere-se à capacidade de envolver uma grande porcentagem de públicos externos (não-Leões), como jornalistas, consumidores de mídia (ou seja, telespectadores, leitores de jornais), mídias sociais ou visualizações de sites.
- **CONSCIÊNCIA DA MARCA** — O reconhecimento da marca envolve o destaque e a frequência com que a marca Lions International será exibida durante as atividades propostas do subsídio. Os exemplos de como promover o reconhecimento da marca podem incluir criar anúncios, vídeos, itens promocionais ou folhetos que incorporem as cores, logotipos ou emblemas oficiais da marca Lions International.

- **CRESCIMENTO** - Crescimento refere-se à probabilidade das atividades de subsídio propostas resultarem na obtenção de novos associados ou clubes.
- **VALOR** - O CM avaliará se o valor do financiamento solicitado parece adequado às atividades de subsídios propostas. Sempre que possível, envie cotações ou estimativas de orçamento com sua inscrição para consideração.

## Critérios para o financiamento

O orçamento total para o Programa de Subsídios de Marketing é de US\$ 500.000 por ano. A tabela a seguir identifica os limites de financiamento conforme decidido pelo Comitê de Marketing.

### Limites de financiamento para categorias de solicitação

| Categoria da solicitação                                                    | Valor máximo do subsídio | Valor do primeiro pagamento | Valor do segundo pagamento | 10% de equiparação necessária |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Divisões Provisórias - o Leão Coordenador tem que enviar a solicitação      | US\$ 1.500               | US\$ 1.500                  | Não se aplica              | Sim<br>US\$ 150               |
| Regiões Provisórias - o Leão Coordenador tem que enviar a solicitação       | US\$ 3.000               | US\$ 3.000                  | Não se aplica              | Sim<br>US\$ 300               |
| Outras áreas sem distrito - o Leão Coordenador tem que enviar a solicitação | US\$ 3.000               | US\$ 3.000                  | Não se aplica              | Sim<br>US\$ 300               |
| Distrito Único** (quando não faz parte de um DM)                            | US\$ 5.000               | US\$ 3.500                  | US\$1.500                  | Sim<br>US\$ 500               |
| Distrito Múltiplo                                                           | US\$ 15.000              | US\$ 10.000                 | US\$ 5.000                 | Sim<br>US\$1.500              |

\*\* Os subdistritos de um DM têm que solicitar subsídios como parte desse DM e não podem solicitar separadamente.

As solicitações de subsídios de marketing aprovadas de distritos únicos e múltiplos receberão uma parte do financiamento do subsídio aprovado antecipadamente, com o segundo pagamento final a ser reembolsado depois que um relatório posterior completo seja entregue e todas as atividades do subsídio de marketing forem concluídas.

Todos os recebedores de subsídios de marketing têm que contribuir com um mínimo de 10% do valor do subsídio. Consulte a seção de limites de financiamento nas diretrizes do programa para obter mais informações. O relatório posterior final deve documentar claramente a evidência de uma equiparação de 10%. A equiparação de 10% tem que vir de fundos coletados dos distritos múltiplos ou únicos, divisões, regiões ou áreas e não de bens ou serviços doados.

Todos os fundos devem ser gastos até 30 de junho do ano Leonístico no qual o subsídio foi concedido, e quaisquer fundos não gastos devem ser devolvidos a Lions International até 15 de julho do ano Leonístico seguinte. EUA e seus territórios têm que preencher um [formulário W-9](#).

## **Regras do Programa de Subsídios de Marketing, elegibilidade e diretrizes para o relatório posterior**

### **Regras do Programa de Subsídios de Marketing**

Os subsídios só podem ser para fins de marketing, relações públicas e/ou publicidade e devem usar materiais de Lions International ou materiais desenvolvidos localmente aprovados pelo Departamento de Relações Públicas de Lions International.

As solicitações de subsídios de marketing são aprovadas a critério exclusivo do Comitê de Marketing. Depois que o Comitê de Marketing aprovar a sua solicitação, você não poderá se desvincular das atividades de marketing aprovadas sem a aprovação por escrito do Comitê de Marketing.

Não é permitido solicitar financiamento para atividades de marketing que estejam em andamento ou já tenham sido concluídas no momento da solicitação.

Os recebedores de subsídios têm que:

- Mostrar e exibir claramente o logotipo do Lions nos materiais da campanha.
- Compartilhar a arte conceitual com Lions International antes da produção.
- Usar as Diretrizes de Marcas e logotipos oficiais de Lions International.

[www.lionsclubs.org/brand](http://www.lionsclubs.org/brand).

Um coordenador do programa deve ser nomeado no momento da inscrição e um comitê conjunto de RP e Programa deve ser nomeado antes que o primeiro pagamento seja enviado por Lions International.

No caso de um distrito múltiplo, o presidente de conselho tem que assinar a solicitação após garantir a aprovação dos governadores de distrito. O coordenador do programa também terá que assinar a solicitação. No caso de um distrito único, o governador de distrito tem que assinar, bem como o coordenador do programa. Para divisões provisórias, áreas provisórias e outras áreas sem distrito, a solicitação tem que ser enviada pelo Leão coordenador.

Os subsídios de marketing podem ser usados para bancar o trabalho de relações públicas, publicidade ou marketing para públicos externos (não-Leões) e membros da mídia. Os exemplos de despesas aprovadas para o uso dos fundos de subsídios de marketing podem incluir:

- Criação de livretos ou folhetos para promover o próximo projeto de serviço
- Contratação de empresas ou agências para realizar campanhas de relações públicas, marketing, publicidade ou digitais
- Compra de brindes da marca para serem entregues ao público em um evento

- Custos de produção de material de marketing, como a impressão e remessa
- Custos decorrentes da produção de vídeos ou sites
- Esforços externos de marketing ou relações públicas voltados a profissionais da mídia ou ao público

O financiamento de subsídios de marketing não pode ser usado para:

- Financiamento de atividades de serviço (por ex.: comprar comida para um posto de alimentos)
- Compra de materiais para clubes
- Prêmios ou doações em dinheiro
- Reuniões internas, sessões de treinamento ou comunicações somente para associados Leões
- Compra de algum item ou serviço não relacionado às atividades aprovadas do subsídio de marketing

### **Elegibilidade**

Distritos múltiplos, Distritos únicos que não fazem parte de um Distrito múltiplo, Divisões sem distrito, e Áreas e Divisões Provisórias são elegíveis para solicitar um subsídio de marketing.

Ótimas ideias para subsídios podem vir de qualquer lugar, mas, no momento, Lions clubs, Leões individuais e subdistritos dentro de um distrito múltiplo não se qualificam para solicitar um subsídio de marketing. Caso tenha uma ideia para um subsídio de marketing, entre em contato com o Presidente do Conselho ou com o Leão Coordenador.

### **Diretrizes para o relatório posterior**

Em até 30 dias após a conclusão do projeto, os recebedores do subsídio de marketing têm que enviar um relatório posterior detalhado. Os relatórios posteriores podem ser enviados on-line em <https://lionsclubs.jotform.com/222704539815055?language=en>. Os recebedores de subsídios que não enviarem um relatório posterior não serão elegíveis para futuros subsídios de marketing.

Os relatórios têm que ser enviados até 15 de julho do ano Leonístico seguinte. O ano Leonístico de Lions International vai de 1º de julho a 30 de junho.

Os relatórios posteriores possuem três seções.

| <b>Seções do relatório posterior</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tópico da seção</b>               | <b>Sugestões de detalhes para as seções</b>                                                                                                                                                                                                                                              |
| Seção 1: Avaliação do projeto        | <p>Forneça uma visão geral detalhada do programa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Qual foi o seu objetivo ou meta?</li> <li><input type="checkbox"/> Descreva todas as atividades realizadas e/ou quaisquer materiais e itens produzidos.</li> </ul> |

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | <input type="checkbox"/> Forneça amostras de materiais de marketing criados, comunicados à imprensa, fotos, vídeos, clipes de mídia e publicidade no mercado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2ª seção: Impacto do projeto  | <p>Compartilhe todos os dados relevantes das atividades do seu programa. Os dados podem incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Número de associados que participaram</li> <li><input type="checkbox"/> Impressões do público</li> <li><input type="checkbox"/> Número de artigos de notícias garantidos</li> <li><input type="checkbox"/> Número de engajamentos na mídia social</li> </ul>                                                    |
| 3ª seção: Finanças do projeto | <p>Forneça um registro contábil detalhado de como o financiamento do subsídio foi gasto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Mostre todos os gastos e o valor total gasto no projeto</li> <li><input type="checkbox"/> Tem que fornecer cópias de todos os recibos e faturas pagas para cada item de linha no gráfico/planilha</li> <li><input type="checkbox"/> Mostre como a equiparação de 10% necessária foi aplicada a este programa</li> </ul> |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

**Está com dúvidas? A nossa equipe está aqui para ajudar.**

Nossa equipe está sempre aqui para responder a quaisquer perguntas ou fornecer orientação para suas atividades de subsídios de marketing. Você pode nos contatar pelo e-mail [publicrelations@lionsclubs.org](mailto:publicrelations@lionsclubs.org).