



# Guide de Communication

VOUS ÊTES  
HUMANISTE ET ENGAGÉ  
DEVENEZ LIONS

REJOIGNEZ LES LIONS CLUBS ET SOUTENEZ LEURS ACTIONS.

[www.lions-france.org](http://www.lions-france.org)



## 2018/2019

Logos



Polices



Affiches



Presse



Web



Kakémonos



## Table des matières

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction.....                                                | 3  |
| Le plan de communication .....                                   | 5  |
| Les grands principes de la campagne de communication.....        | 9  |
| L'accroche « Vous êtes humaniste et engagé, devenez Lions »..... | 10 |
| Les fondamentaux de la charte du Lions Clubs.....                | 11 |
| La marque .....                                                  | 11 |
| Le logo .....                                                    | 13 |
| Typographie .....                                                | 17 |
| Devise, slogan, mission et charte identitaire.....               | 18 |
| Les affiches.....                                                | 21 |
| Annonces presse .....                                            | 23 |
| Dossier de presse .....                                          | 23 |
| Communiqués de Presse.....                                       | 23 |
| Les réseaux sociaux .....                                        | 24 |
| Un site internet.....                                            | 27 |
| Les outils hors médias .....                                     | 28 |
| Présentation animée et vidéos.....                               | 31 |
| Papeterie.....                                                   | 32 |
| Le rôle du délégué communication.....                            | 34 |
| Le contenu.....                                                  | 35 |
| Notions de formats d'images.....                                 | 36 |
| Annexe 1 : Téléchargement .....                                  | 38 |
| Annexe 2 : Boutique Lions en ligne .....                         | 55 |
| Annexe 3 : Panneau de Communication .....                        | 62 |
| Annexe 4 : Questions - Réponses.....                             | 66 |

# Introduction

Conçu par les membres de la Commission Communication France, ce guide a pour vocation d'accompagner les clubs dans leurs actions de communication, en précisant les règles d'utilisation de l'ensemble des supports de communication mis à la disposition des clubs.

Une fois les fichiers téléchargés, certains de ces supports peuvent être utilisés en l'état ou adaptés, en fonction de particularités de votre club ou région.

Le guide a pour objectif de faciliter le travail de communication des clubs, permettre de garder toute la variété et la spontanéité de vos communications au niveau des clubs, tout en préservant l'indispensable harmonie d'ensemble (logo, charte graphique, messages clés).

Pour être efficaces, nos communications doivent privilégier la **simplicité**, la **sobriété** et la **cohérence**.

Ce guide donne également de nombreux éléments en support des prochaines **Campagne de communication nationale**, qui ont pour objectif de continuer à apporter une cohésion et une dynamique aux actions de communication menées par les Lions, les clubs, les districts et le district multiple.

La base de la communication reste l'implication des membres eux-mêmes, quand ils parlent avec fierté et enthousiasme de leur Club Lions à leur entourage (famille, amis, collègues).

La commission communication nationale (email : [communication@lions-france.org](mailto:communication@lions-france.org)) est à votre écoute pour vous conseiller et vous accompagner dans la réalisation de vos actions de communication. N'hésitez pas à contacter le délégué communication de votre district.

## Quelques principes importants pour utiliser ce guide :

- **Consultez-le systématiquement en ligne**, pour être sûr d'utiliser toujours la dernière version. Nous faisons des modifications tout le long de l'année. Conservez donc le lien vers cette version en ligne sur Calaméo.
- Vous pouvez passer en mode plein écran en cliquant sur : 
- Vous pouvez zoomer sur une page (cliquez-gauche dessus), cliquez à nouveau pour dézoomer
- Cliquez sur l'icône  Télécharger en annexe puis sur l'icône  en haut de la page quand le visuel s'affiche dans Google drive.
- Soyez patient, certains fichiers sont volumineux, donc longs à télécharger
- Si vous souhaitez faire parvenir un des fichiers disponibles en téléchargement à un imprimeur, le plus simple est de leur envoyer le lien vers le Guide de communication sur Calaméo.

### **Vous voulez télécharger ce Guide ?**

Pour télécharger ce guide en version pdf sans vous enregistrer sur Calaméo, fichier que vous pourrez également imprimer, cliquez sur cette icône :



# Le plan de communication

Tous les clubs sont aujourd'hui confrontés à la nécessité de communiquer, à l'intérieur du club et vers l'extérieur. Communiquer est essentiel pour faire connaître nos manifestations, pour recruter de nouveaux membres, mais il faut savoir adapter sa communication selon l'objectif souhaité et la cible vers laquelle on souhaite s'adresser, adapter le message et les outils utilisés.

Le plan de communication de votre club doit répondre aux questions suivantes : qui, quoi, à qui, quoi dire, comment ?

## Qui ?

La première chose est de décider qui chez vous peut transmettre vos messages. *C'est pour cela qu'il est important d'avoir un responsable de communication dans chaque Club et / ou au niveau de la zone, (de la région), et dans chaque ville où se trouve plus d'un club. Il sera le seul à prendre contact avec les journalistes, les institutionnels, les réseaux sociaux ... Il doit avoir une légitimité et être reconnu par tous comme ayant la capacité et la connaissance pour le faire.*

## Quoi ?

Quel est l'objectif de ces messages ? La rédaction de vos messages sera différente selon chacun de ces objectifs.

3 objectifs possibles en communication :

1. **Faire connaître** : pour faire venir du monde à une manif et donc informer, faire connaître qui nous sommes, faire connaître le lionisme dans notre ville, région, zone.  
 Il faut éviter les listings ou catalogue d'actions, car si vous donnez trop d'informations, votre interlocuteur ne retiendra rien.
2. **Faire aimer** : sans attendre forcément un retour immédiat. L'idée est de chercher à donner du sens.  
 Quand vous aidez des jeunes à monter une manifestation qui leur tient à cœur, quand vous êtes présents sur des campus de jeunes, vous cherchez à faire aimer nos valeurs, qui nous sommes... Cela n'aura pas un impact immédiat, mais vous semez une graine, qui germera quand ils seront établis dans leur vie... Certains peuvent réagir plus vite en adhérant aux LEO.  
 Quand vous travaillez pour des associations, vous les aidez et vous faites apprécier le Lionisme. Vous donnez également à leurs membres l'envie de rejoindre nos clubs.
3. **Faire agir** : acheter auprès d'un club des billets pour une manifestation, se rendre sur un site internet, aller dans un lieu bien précis pour encourager par exemple des coureurs

## A qui ?

Une fois les objectifs fixés, vous déterminez la cible de votre communication : à qui adressez-vous votre message ?

- Des institutionnels
- Des sponsors possibles
- Des participants
- Des prescripteurs-influenceurs
- Des leaders d'opinion
- Des lions
- Les conjoint(e)s des lions
- Des non lions



Pour chaque cible, votre message doit être adapté, et vos moyens seront différents. Si vous ciblez mal, votre objectif ne sera pas atteint, soyez donc précis en déterminant votre cible.

## Quoi dire ?

Nous arrivons ensuite au message (fond-forme).

Il se conçoit autour des idées que l'on veut transmettre.

Il faudrait avoir un « code lions », qui fasse que votre cible repère tout de suite qu'il s'agit bien d'un message lions, donc appliquer un style que vous allez reproduire à chaque fois, comprenant un logo, une police, un visuel... que vous trouverez dans ce document.

Signez vos mails avec le logo lions, de la même façon que vous portez votre insigne.

**Un message pour être efficace doit respecter les étapes suivantes :**

- **Attirer l'attention** : exceptionnel, grand marathon 30 km dans votre ville
- **Agir sur l'intérêt** : multiples lots, (à préciser), en présence d'un coureur connu, compte pour le classement xyz, ouvert à tous (néophytes, classement à part), bénéfice pour les handicapés
- **Éveiller le désir** : inscription du 3 au 4/11 de 8h à 15h, et réduction si le 3 avant 15h
- **Déclencher l'action** : les inscriptions

Quelques conseils pour que le message soit retenu :

- Il ne faut pas hésiter à **répéter**, mais sans excès sous peine de rejet
- Essayez si possible de **personnaliser** votre message, en mettant le prénom et/ou le nom, par exemple dans les mails
- **Surprendre** : on est assailli par de multiples messages que l'on ne perçoit pas tous... donc pour être vu et retenu dans la multitude, l'originalité est un bon moyen, votre message sera retenu et il aura beaucoup plus d'impact

## Comment ?

Enfin, le dernier point de votre plan concerne le choix des outils et canaux de communication.

Les délégués communication de votre club et de votre district peuvent vous aider à vous orienter vers des fournisseurs, personnaliser des formats existants avec les éléments de votre club (nom du club, fanion, adresse mail ou internet...).

Ils comprennent (liste non exhaustive) :

- Le pin's ou épinglette, un petit insigne à ne pas oublier
- Site internet du club
- Sites internet spécialisés pour les manifestations (brocantes, course à pied...) – [gratuit]
- Site de votre mairie - [gratuit]
- Dérouleurs (ou « roll-up stand » ou kakémono)
- Affiches
- Dépliants/tracts/flyers
- Flammes
- Annonces dans des revues papiers spécialisés
- Articles de presse revues/journaux généralistes
- Radio/Télévision/Cinéma
- Lettre électronique - [gratuit]
- Courriers papier
- Mailing électronique ponctuel - [gratuit]
- Enquêtes en ligne (formulaires) - [gratuit]
- Banderoles / calicots
- Plaquette institutionnelle
- Réseaux sociaux - [gratuit]
- Auto-collant
- Stands
- Evènement (conférence...)
- Cartes de visite
- Signature de courriers électroniques
- Cartes de vœux
- Vêtements, casquettes, chemises, tee-shirts...
- Goodies : stylos, ballons de baudruche...



## *Le bilan*

Malgré avoir suivi tous ces points, il se peut que votre message n'ait pas été perçu comme vous auriez aimé ... c'est le mystère de la communication ; on sait ce que l'on veut dire à notre cible, mais on ne sait jamais comment le récepteur de votre message va le recevoir.

Votre message a pu être brouillé par d'autres messages équivalents, émis par exemple par d'autres associations humanitaires ou clubs services qui œuvrent sur des actions semblables (d'où l'importance du code publicitaire pour être reconnu).

Il peut y avoir eu du « bouche à oreille » négatif qui a perturbé la réception de votre message : « j'y suis allé l'année dernière, et honnêtement je me suis embêté ». Il peut être également positif.

Ou du buzz (bourdonnement) si vous utilisez les réseaux sociaux.

La fin d'une campagne de communication est également le moment de se poser la question des résultats obtenus, en comparaison avec les ceux attendus, pour pouvoir mesurer les actions et mettre en place des axes d'améliorations pour les événements futurs.



# Les grands principes de la campagne de communication

## Les objectifs

### Institutionnel

**L**a campagne permet de communiquer au niveau institutionnel auprès des leaders d'opinion, des partenaires, de la presse...

| Objectifs de communication Externe           | Objectifs de communication Interne, en corollaire |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Augmenter la notoriété du Lions Clubs France | Conforter la fierté des Lions de France           |
| Améliorer et rajeunir l'image du Lions Clubs | Rappeler les valeurs et missions du LCI           |
| Attirer de nouveaux membres                  | Retenir les nouveaux membres                      |
| Attirer de nouveaux Partenaires              | Retenir, valoriser, remercier les Partenaires     |

### Opérationnel

Elle met également à disposition des Lions clubs des outils de communication efficaces et attrayants et permet une souplesse d'utilisation en fonction des supports et des situations :

- Les affiches et annonces presse
- Les outils internet (bannières,...)
- Les outils hors médias (kakémonos, flammes, bâches, triptyques...)

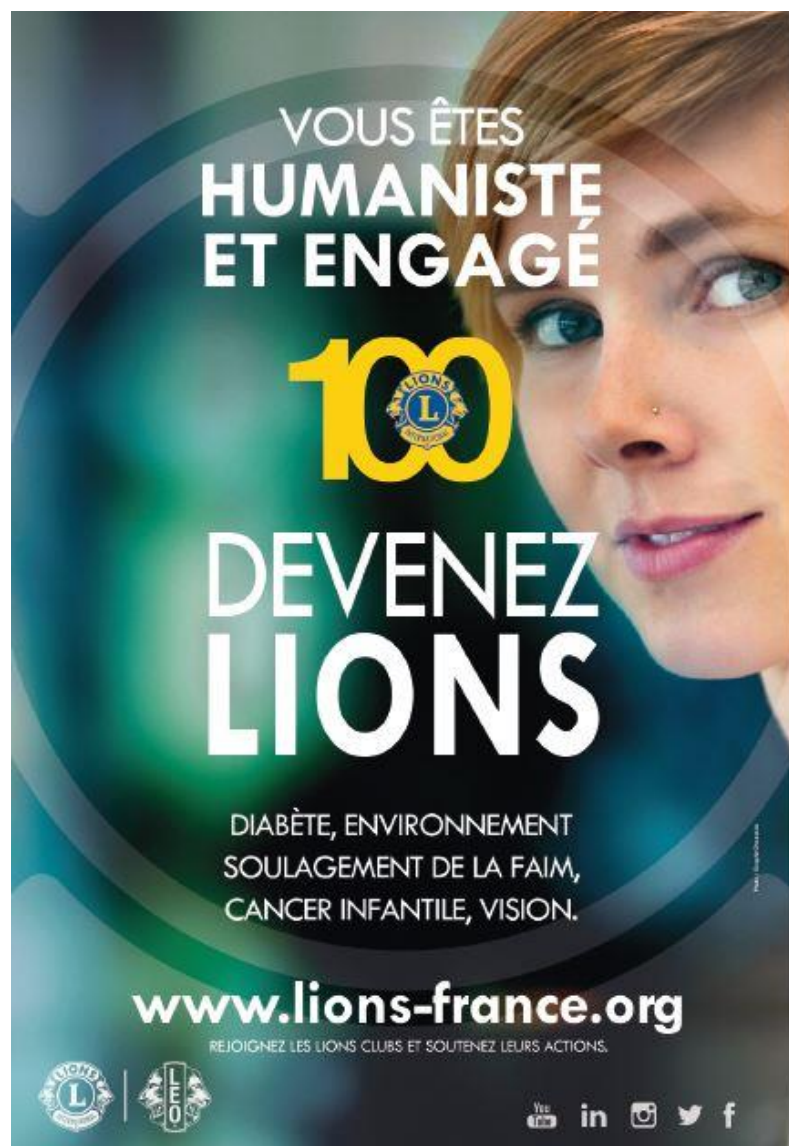


## L'accroche « Vous êtes humaniste et engagé, devenez Lions »

Faisant écho à la campagne internationale « Be a Lion », cette accroche transmet un message « interpellant », décrivant les actions phares du Lions Clubs et invitant à le rejoindre – sans agressivité aucune mais en générant une forte complicité d'action.

Un style direct destiné à inciter le plus grand nombre à s'impliquer, voire à susciter des vocations : « devenez ».

Un style « interpellant », créant un lien profond dans le partage de valeurs.



# Les fondamentaux de la charte du Lions Clubs

Les supports de communication que vous souhaitez réaliser - annonces presse, outils hors média, outils internet... - doivent respecter les principes fondamentaux de la Charte de style Lions Clubs présentés ci-dessous. Un manuel de référence existe : [Directives concernant la marque du Lions Clubs International](#)

## La marque



**Lions Clubs  
International**

La dénomination officielle de notre association est **LIONS CLUBS INTERNATIONAL**.

Ce nom s'emploie avec l'article défini au masculin singulier : le **Lions Clubs International**.

Lions est un **acronyme**, n'y mettez d'apostrophe (~~Lion's~~).

Dans les communications avec l'extérieur, il faut évidemment éviter d'utiliser notre jargon interne, et notamment l'expression « District Multiple 103 » ou « DM 103 », qui ne signifient rien pour nos cibles externes.

Pour désigner l'organisation compétente pour la France métropolitaine, dire et écrire : le Lions Clubs International France, ou le Lions Clubs International en France.

En abrégé dans un texte, après avoir dit ou écrit : Le Lions Clubs International on peut évoquer :

→ **Le Lions Clubs** (toujours avec un « s » à « Clubs »).

Il est également admis, après avoir dit ou écrit : « Le Lions Clubs International » d'utiliser des expressions comme :

- Les Lions de France
- Les Lions

On peut également utiliser le terme : le **lionisme**.

**Liberty,  
Intelligence,  
Our  
Nation's  
Safety**

« Liberté,  
Compréhension,  
Sauvegarde de notre  
Nation »

## Fondation des Lions de France ou FLDF

Notez bien que pour améliorer la notoriété, il vaut mieux privilégier l'usage des formes « en toutes lettres » des noms des institutions plutôt que des sigles. Nous préférons donc par exemple la formulation

« La Fondation des Lions de France » au sigle « FLDF ».

En parlant de nos activités, pour clarifier et unifier la sémantique que nous utilisons, le vocabulaire recommandé est le suivant :

- Pour les opérations montées par les Clubs : manifestation, opération ou événement
- Pour l'objet, la raison de cette manifestation : action, cause ou bénéficiaire

## Lions Clubs ou Lions Club ?

Les fédérations de clubs prennent un « s », comme le Lions Clubs International, ou les Lions Clubs Ile-De-France Est ou les Lions Clubs de France.

Mais on écrit le club au singulier quand on parle d'un club précis, ex. le Lions Club de Rambouillet.

## Sigle ou acronyme ?

Un sigle est l'abréviation d'une locution qui n'en garde que les initiales (voire suivies de points). Ex : FLDF.

Un acronyme est un sigle dont l'enchaînement des lettres se lit comme un mot simple (il est prononçable au lieu de devoir être épelé). Ex : LIONS

## Et le LEO Clubs ?

LEO est également un acronyme

« **L**eadership, **E**xperience, **O**pportunity »

Pour se référer à un membre, vous écrivez : il/elle est un Leo.

En référant à un groupe de Leos, vous écrivez : ils sont des Leos.



## Le logo



**L**e logotype, plus couramment appelé « logo », est une représentation graphique qui sert à identifier de manière unique et immédiate notre association, dans le but d'être immédiatement reconnue et identifiée.

Il est constitué d'un emblème (le Lions à 2 têtes) et de la marque écrite à l'aide d'une fonte de caractères spéciale. Chaque fois que ce sera possible, on s'efforcera d'utiliser le logo dans sa version « pleine » : « L » + nom Lions Clubs International, ceci afin de communiquer clairement le nom du mouvement. L'utilisation de l'emblème « L » seul suppose que la cible reconnaît déjà le nom du mouvement, ce qui n'est pas forcément le cas.



**Lions Clubs  
International**

ou



**Lions Clubs International**

L'emblème « L » seul pourra être utilisé en rappel.

Autres présentations possibles :



**Lions Clubs International**



**Lions Clubs  
International**

**Lions Clubs**  **International**



**Lions Clubs International**



**Lions Clubs  
International**



**Lions Clubs International**



Les logos peuvent être téléchargés sur le site du Lions Clubs International,

- Pour les sites Web comportant un arrière-plan transparent, utilisez les logos GIF.
- Pour les sites Web et les présentations Powerpoint® (JPG)
- Pour les bulletins d'informations, le papier à lettres et les petites publications (TIFF ou PDF)
- Pour les bannières, les affiches et les supports à imprimer de grande taille (EPS ou PDF)
- Pour la production à l'aide de fichiers Adobe Illustrator® (AI)

## Couleurs de l'emblème et du logo

Le logo existe sous 3 aspects, bicolore, monochrome bleu et noir et blanc. Le logo bicolore doit être privilégié.



Logo EPS  
monochrome  
(EPS 287)



Logo EPS  
bicolore  
(EPS 287+7406)



Logo EPS  
noir et blanc



## Logos, ne pas...

Ne pas déformer



Ne pas inverser



Ne pas reconfigurer les éléments



Ne pas modifier la police de caractères



Ne pas modifier les couleurs en dehors de celles autorisées



Ne pas tronquer la signature



Ne pas afficher en transparence



Garder la signature horizontale



## Logos, on peut...

RECOMMENDED CROPPING



Note: When the cropped logo is used, it must always accompany one of the Lions International signatures.

## Les anciens logos et emblèmes

Les anciens logos et emblèmes ne doivent plus être utilisés, que les membres les trouvent plus beaux ou non. C'est la cohérence de notre communication qui est en jeu.



## Logos de clubs et de districts

Exemples :

Clubs :



Districts :



## Création de logos spécifiques

Les logos de clubs doivent être de préférence créés au format ci-dessus. Il est cependant possible de créer un logo de club individualisé.

L'emblème Lions doit dans ce cas être intégré avec soin en suivant les instructions suivantes :

- La couleur de l'emblème doit respecter la charte graphique décrite en page 10.
- Le texte et autres éléments graphiques ne doivent pas recouvrir aucune partie de l'emblème. Aucune partie de l'emblème ne doit être obscurcie. Le texte du nom du club doit être disjoint de l'emblème.
- L'emblème doit être ajouté de telle sorte qu'il apparaisse positionné par-dessus d'autres éléments. Il ne doit pas comporter des éléments qui viendraient s'y attacher.

Acceptable



Couleur acceptable  
Le texte reste séparé de l'emblème



Couleur acceptable - Le texte reste séparé de l'emblème - L'emblème est au 1er plan du dessin



Inacceptable



Utilisation inacceptable d'éléments graphiques intégrés à l'emblème



Superposition d'éléments graphiques sur l'emblème inacceptable



Couleur inacceptable



Couleur inacceptable

# Typographie

1 Police  
2 Police  
3 Police  
4 Police  
5 *Police*  
6 **Police**

La police de caractères à utiliser pour la communication du Lions Clubs en France est :

## TW Cen MT

### 1 - TW CEN MT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
nopqrstuvwxyzéèàù% 1 2 3 4 5 6 7 8 9“(§'!)\$£+=? , ; . / :

### 2 - TW CEN MT ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
nopqrstuvwxyzéèàù% 1 2 3 4 5 6 7 8 9“(§'!)\$£+=? , ; . / :

### 3 - TW CEN MT BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
nopqrstuvwxyzéèàù% 1 2 3 4 5 6 7 8 9“(§'!)\$£+=? , ; . / :**

### 4 - TW CEN MT BOLD ITALIC

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
nopqrstuvwxyzéèàù% 1 2 3 4 5 6 7 8 9“(§'!)\$£+=? , ; . / :***

Vous pouvez télécharger cette police ici.



[Télécharger](#)



[Télécharger](#)

Si cette police n'est pas disponible, les polices Helvetica, Arial et Times peuvent être utilisées.

# Devise, slogan, mission et charte identitaire

## Notre devise

***Nous servons*** (ou « We serve » en anglais) ... et non pas « ~~Servir~~ » ou « ~~Servir d'abord~~ » (qui est la devise du Rotary)

## Un slogan

Toujours par souci de cohérence, le slogan recommandé pour vos nouvelles communications est :

→ « ***Vous êtes humaniste et engagé, devenez Lions*** »

Phrase de Melvin Jones :

→ « ***On ne peut aller bien loin dans la vie si l'on ne commence pas d'abord à faire quelque chose pour quelqu'un d'autre*** ».

Le slogan « Partenaires dans la cité » est à éviter. Il fait l'impasse sur la dimension nationale et internationale de notre club services.

## Notre mission

Déclaration de mission :

Donner les moyens aux bénévoles de **servir leur communauté**,

De répondre aux besoins **humanitaires**,

De favoriser la **paix**

De promouvoir la **compréhension internationale**

Par le biais des Lions clubs.

## Charte identitaire

### **QUI SONT LES LIONS ?**

Les Lions sont des hommes et des femmes libres qui ont décidé d'ajouter à leur vie une dimension humaniste et humanitaire. Leur devise est " Nous Servons ".

### **QUELLES SONT LEURS VALEURS ?**

Les Lions définissent leurs actions au cours de réunions souvent bimensuelles, où ils partagent des valeurs d'amitié et de solidarité, leur diversité socioculturelle permettant à chacun d'élargir sa vision de la société.

### **QUE FONT LES LIONS ?**

Les Lions visent à l'épanouissement de la personne humaine. Ils développent de multiples opérations locales, nationales et internationales dans le domaine du savoir, de l'éducation et de la culture. Ils favorisent le rapprochement entre les peuples par les échanges de jeunes du monde entier.

Les Lions apportent leur soutien aux plus démunis. Leurs actions peuvent être mondiales, comme lors de catastrophes naturelles majeures ou pour des programmes en faveur de grandes causes telle la lutte contre la cécité évitable. Au quotidien, elles sont nationales et locales, reflétant l'implication profonde des Lions dans la vie de la cité.

### **COMMENT SE FINANCENT - ILS ?**

Les Lions financent leurs multiples actions en organisant des opérations menées par eux-mêmes. La totalité des résultats financiers de ces manifestations est affectée à l'œuvre définie au préalable. Les frais de fonctionnement du Lions Clubs sont entièrement couverts par les cotisations des Lions.

### **COMBIEN DE LIONS ?**

Le Lions Clubs International est le plus grand Club Service du monde, avec ses 1 400 000 membres rassemblés dans 46 000 clubs et implantés dans 210 pays et zones géographiques, dont 26 600 en France dans 1 207 clubs.

## Identité, valeurs et pratiques

| Identité              | Valeurs                             | Pratiques                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Humanistes et engagés | <b>Solidarité et responsabilité</b> | <p>→ <b>S'impliquer dans sa communauté et son pays.</b><br/> <i>Les Lions se sont donné pour mission de servir leur communauté, de répondre aux besoins humanitaires.</i></p> <p>Chaque Lion est impliqué, <b>engagé</b>, <b>solidaire</b> et responsable dans son club et sa communauté. Les Lions suivent leur empathie et altruisme en témoignant de la compassion envers ceux qui souffrent, ainsi qu'en apportant leur <b>aide</b> aux plus faibles et leur soutien aux nécessiteux.</p>                                                                                                                                |
|                       | <b>Respect de la diversité</b>      | <p>→ <b>Respecter les différences de point de vue</b><br/> <i>Les Lions se sont donné pour mission de favoriser la paix et de promouvoir la compréhension internationale.</i><br/>           Les clubs sont par principe apolitique et non religieux. La liberté, la tolérance, l'indépendance, l'ouverture et la curiosité...caractérisent l'<b>humanisme</b> des Lions. Les différences sont autant de richesses.</p>                                                                                                                                                                                                      |
|                       | <b>Intégrité et exemplarité</b>     | <p>→ <b>Une éthique et une transparence irréprochables</b><br/>           Les Lions ont un comportement dans leur activités professionnelles et extra-professionnelles basé sur la confiance et la loyauté.<br/>           Les Lions considèrent l'amitié comme une fin et non comme un moyen.<br/>           Les Lions financent leurs multiples actions en organisant des opérations menées par eux-mêmes. La totalité des résultats financiers de ces manifestations est affectée à l'œuvre définie au préalable. Les frais de fonctionnement du Lions Clubs sont entièrement couverts par les cotisations des Lions.</p> |



# Les affiches

## Les objectifs

Destinées à valoriser l'image du Lions Clubs grâce au rappel de nos valeurs et nos missions.

Les messages créent une surprise par l'antagonisme des mots ou des rapprochements inhabituels.

Les 5 formats d'annonces institutionnelles valorisent notre identité humaniste et doivent donner envie de nous rejoindre.

Les photos ont été choisies pour représenter qui nous sommes, dans notre diversité culturelle, de sexe et d'âge à laquelle le Lions Clubs est particulièrement attaché et souhaite encore développer. Une diversité soulignée par la présence de collaborateurs de différentes origines avec un équilibre des genres.

## Les messages

### 1 message principal

« VOUS ÊTES HUMANISTE ET ENGAGÉ, DEVENEZ LIONS »

### 4 messages complémentaires parlant de nos valeurs et de notre engagement

« DÉFENDEZ LA NATURE HUMAINE, DEVENEZ LIONS »

« LUTTEZ POUR LA GÉNÉROSITÉ, DEVENEZ LIONS »

« LIBÉREZ DU TEMPS POUR AIDER, DEVENEZ LIONS »

« AFFIRMEZ VOTRE SOLIDARITÉ, DEVENEZ LIONS »

### 1 message Spécial "Actions pour la vue" pouvant être décliné pour d'autres actions

« DITES STOP À LA CÉCITÉ, DEVENEZ LIONS »

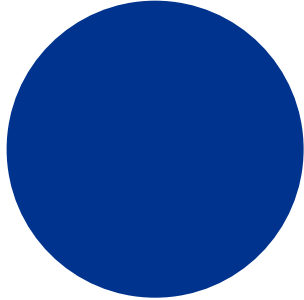
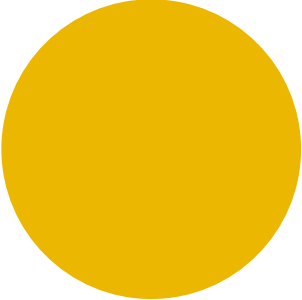
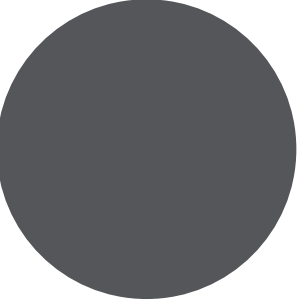
Mise en scène TEXTE seul des Messages :



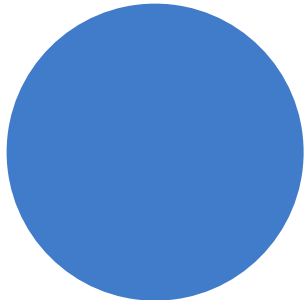
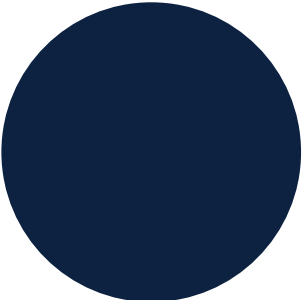
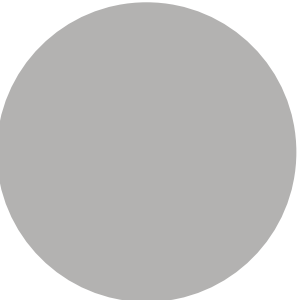
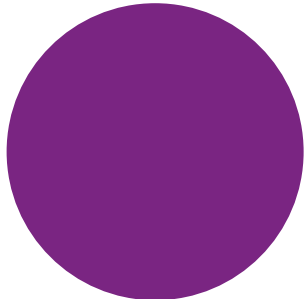
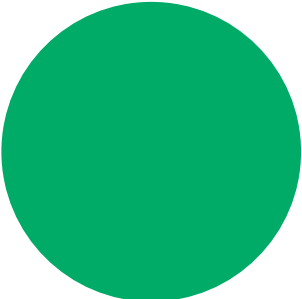
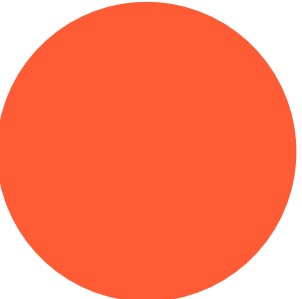
## La palette colorielle

Les 3 couleurs institutionnelles (bleu, jaune et gris) sont le repère de la marque.

### LES COULEURS INSTITUTIONNELLES

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| CMJN : 100, 64, 0, 45<br>RVB : 0, 51, 141<br>HEX : #00338D                        | CMJN : 0, 22, 100, 8<br>RVB : 235, 183, 0<br>HEX : #EBB700                        | CMJN : 6, 4, 0, 65<br>RVB : 85, 86, 90<br>HEX : #55565A                            |

### LES COULEURS COMPLÉMENTAIRES

|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| CMJN : 68, 39, 0, 21<br>RVB : 64, 124, 202<br>HEX : #407CCA                         | CMJN : 80, 47, 0, 75<br>RVB : 13, 34, 64<br>HEX : #D2240                            | CMJN : 0, 1, 1, 30<br>RVB : 179, 178, 177<br>HEX : #B3B2B1                           |
|  |  |  |
| CMJN : 6, 72, 0, 49<br>RVB : 122, 37, 130<br>HEX : #7A2582                          | CMJN : 100, 0, 39, 33<br>RVB : 0, 171, 104<br>HEX : #00AB68                         | CMJN : 0, 64, 79, 0<br>RVB : 255, 91, 53<br>HEX : #FF5B35                            |



## Annonces presse



De format identique aux affiches.

5 formats d'annonces institutionnelles et un format qui parle de notre action en faveur de la vue.

### Principe d'utilisation d'une annonce presse institutionnelle :

si vous souhaitez utiliser ces annonces dans votre club ou région, elles sont téléchargeables en annexes.

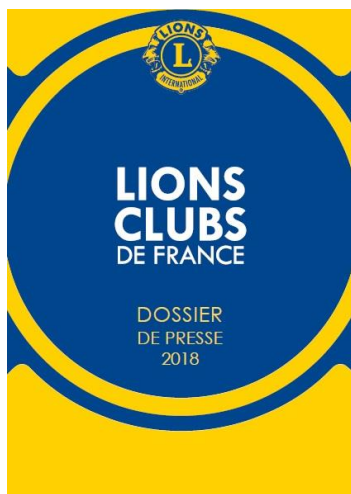
Une fois téléchargée, l'annonce doit être adaptée en fonction des caractéristiques techniques du support dans lequel vous souhaitez la diffuser.

Cette adaptation doit être faite dans le strict respect des grands principes de communication et des fondamentaux de la charte du Lions Clubs décrits dans ce document et validée par vos soins.

## Dossier de presse

Le dossier de presse national disponible en téléchargement en annexe devra être adapté à l'évènement ou l'objectif particulier du club.

Pensez également à remplacer les contacts presse page 18 par vos coordonnées. N'hésitez pas à demander de l'aide à votre délégué communication de district.



| DOSSIER DE PRESSE LIONS CLUBS                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| SOMMAIRE                                                                                     |    |
| LIONS CLUBS DE FRANCE DES FEMMES ET DES HOMMES HUMANISTES ET ENGAGÉS                         | 3  |
| Des femmes et des hommes humanistes et engagés                                               | 4  |
| Des valeurs d'action sur le terrain                                                          | 4  |
| CHIFFRES-CLÉS                                                                                |    |
| L'humanisme, valeur fondatrice du Lions Clubs                                                | 6  |
| QUARANTE LIONS PASSÉS À L'ACTION                                                             | 8  |
| Une étape à la réussite                                                                      | 8  |
| Un club pour la croissance                                                                   | 10 |
| Un club pour la réussite                                                                     | 11 |
| 2018 17 <sup>th</sup> CONGRÈS ET CHAMPIONNAT DE COMMUNICATION PORTUEUX DE MULTITUDES VALEURS | 12 |
| Les grands principes de la campagne                                                          | 13 |
| LIONS CLUBS INTERNATIONAL 17 <sup>th</sup> CLUB SERVICE AU MONDE                             | 14 |
| Actualités des actions depuis plus d'un siècle                                               | 15 |
| De Chicago à Paris                                                                           | 16 |
| En Grande-Bretagne                                                                           | 17 |
| Service Lions, trésorier du Lions Clubs International                                        | 17 |



## Communiqués de Presse

Disponibles au fil des actualités sur le site des Lions de France ([menu : « Actualités et média »](#)).



## Les réseaux sociaux

### *DM103 France*



Lieu de la stratégie Réseaux Sociaux du Lions Clubs en France.

- Une [page Facebook](#), qui parle de toutes les missions, actions, manifestation des clubs en France
- Une [page Viadeo](#) et une [page LinkedIn](#)
- Une [page Google+](#) et une [chaîne Youtube](#) associée
- Un [compte Twitter](#)

### *Districts*

Les districts peuvent créer une **page** (Viadeo de préférence pour les districts qui utilisent Viadeo pour les effectifs). Ils peuvent de façon alternative pointer vers la [page Viadeo nationale](#).

Les districts (comme les clubs) ne doivent pas dans tous les cas créer de **profil** (voir tableau page suivante).

### *Clubs*

La recommandation de la Commission Communication nationale :

- Fermer tous les **profils** créés pour des clubs ou manifestations
- Respecter les instructions du [guide Facebook](#) en cas de création de pages

### *Membres*

Inciter les membres à créer de profils sur :

Facebook

LinkedIn

### *Hashtag (ou mot-dièse)*

Utilisez les hashtags **#JMV** quand vous publiez des actualités sur la Journée Mondiale de la Vue Lions, **#Lions100** pour les actions qui entrent dans le champ du Défi de service du centenaire.



## Pour quels usages ?

Les outils de réseaux sociaux peuvent servir à

- Diffuser au plus large public possible des informations pratiques sur :
  - Ce qu'est le Lions Clubs (notoriété et modernisation de l'image)
  - Comment et pourquoi rejoindre le Lions Clubs ? (recrutement / accueil)
  - Les actions du club
  - Les manifestations du club
- Partager des informations privées au sein des membres du club (calendrier, annuaires, photos...)
- Se substituer à ou compléter un site internet



## Page ou groupe Facebook ?

Un club crée une **page** ou un **groupe** (ce dernier permet de partager un contenu entre les membres du groupe uniquement). Un membre un **profil**.

Facebook est, par essence, un réseau social destiné à faciliter la communication entre des personnes proches (de cœur) mais éventuellement éloignées (par la distance). Cela concerne donc la famille, les amis, les membres d'une association, les collègues de travail... C'est pour cela qu'on vous demande vos vrais nom et prénom lors de l'inscription sur ce réseau social et qu'une seule personne ne peut avoir qu'un seul compte.

Ne créez donc pas de profil pour votre club ou une manifestation (Lions Club de Maville ou Loto de Monclub). Car il s'agit là d'une violation des **Conditions Générales d'Utilisation** de Facebook. Créez une page et un évènement.

*« Les utilisateurs donnent leur vrai nom et de vraies informations les concernant »  
« Vous n'utiliserez pas votre profil personnel à des fins commerciales »*

Un profil doit donc appartenir à une vraie personne, une personne physique, avec son nom réel et ses coordonnées. Toute autre utilisation est sanctionnable par la plateforme. Facebook ferme régulièrement maintenant ces comptes sans aucun avertissement.

Les clubs concernés perdront alors tous leurs « amis » (« fans »), leurs publications, photos, infos, avec en plus l'impossibilité de recréer un compte puisqu'il faut dans ce cas redemander l'autorisation pour en créer un nouveau.



## Vous souhaitez transformer votre profil en page ?

Pour ceux qui auraient opté pour la mauvaise solution, Facebook propose un outil de migration permettant de transformer votre profil en page.

Tous les amis de votre profil deviendront automatiquement des fans de cette nouvelle page. En revanche, seule la photo de votre profil sera transférée. Tout le reste du contenu (publications notamment) sera effacé. Vous perdrez donc tout votre historique, puisque cette migration va faire disparaître le profil transformé en page.

C'est la raison pour laquelle nous vous conseillons d'agir le plus vite possible afin de perdre un minimum de données lors de la migration.

## Profils, groupes et pages, quelles différences ?

|                              | Profil                                                                                                                                       | Page                                                                                                                                                                       | Groupe                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pour quoi faire ?            | Communiquer avec son réseau personnel, d'individu à individu                                                                                 | Développer une communauté autour d'un projet, d'une organisation                                                                                                           | Echanger entre des personnes partageant une communauté d'intérêt                                                                                                                                                                   |
| Pour qui ?                   | 1 <b>individu</b> (les règles de Facebook interdisent d'avoir plusieurs profils et obligent de s'enregistrer avec ses vrais noms et prénoms) | Une <b>entité</b> (organisation, établissement, marque ou produit, personnalité publique, cause ou communauté) - La communication y est majoritairement unidirectionnelle. | Un <b>groupe d'individu</b> - La communauté peut être ouverte ou fermée et est dotée d'un ou plusieurs administrateurs qui en assurent la modération. Les groupes sont en quelque sorte l'équivalent des clubs dans le monde réel. |
| Nom de relation              | Ami                                                                                                                                          | Fan de ou abonné                                                                                                                                                           | Membre                                                                                                                                                                                                                             |
| Modalité de mise en relation | Demander à "devenir amis"                                                                                                                    | S'abonner ou devenir fan (totalement libre)                                                                                                                                | Rejoindre le groupe, sur invitation d'un membre ou en faisant la demande                                                                                                                                                           |
| Limitations quantitatives    | 5000 amis                                                                                                                                    | Nombre de fans par page illimité                                                                                                                                           | 5000 membres par groupe                                                                                                                                                                                                            |
| Visibilité entre les comptes | <b>Réciprocité</b> (accès réciproque au compte de l'autre) - Possibilité de limiter la visibilité de certains contenus                       | <b>Non-réciprocité</b> (l'administrateur ne voit pas le compte du fan s'ils ne sont pas amis)                                                                              | <b>Non-réciprocité</b> (l'administrateur ne voit pas le compte du membre s'ils ne sont pas amis)                                                                                                                                   |
| Visibilité des listes d'amis | Les amis ont accès à la liste d'amis, sauf paramétrage de confidentialité contraire                                                          | Seuls les administrateurs ont accès à la liste complète des autres fans                                                                                                    | Les membres ont accès à la liste des membres                                                                                                                                                                                       |
| Confidentialité du compte    | Différents niveaux de paramétrage                                                                                                            | Une page est par définition publique (restriction par âge / pays possible)                                                                                                 | 3 paramétrages : groupe public, privé (liste des membres publique, contenu privé), secret                                                                                                                                          |
| Indexation                   |                                                                                                                                              | Indexé par les moteurs de recherche                                                                                                                                        | Pas indexé par les moteurs de recherche. L'utilisateur doit le chercher une fois connecté                                                                                                                                          |

Vous trouverez plus d'informations dans 2 guides dédiés à Facebook et Twitter et disponible en téléchargement.





## Un site internet

**C**réer un site internet peut s'effectuer de multiples façons, en utilisant de multiples outils. Au-delà de l'aspect technique, qui nécessite toujours une bonne débrouillardise en informatique, développer et maintenir un site prend du temps à son Webmaster.

### *Les étapes de création d'un site*

En fonction du type de site, du contexte et des moyens disponibles pour le mettre en œuvre, certaines de ces étapes sont optionnelles voire inutiles.

#### 1. **Projet :**

- Réflexion sur l'objectif du site, sa cible, les moyens financiers à engager...
- Réflexion sur l'autonomie souhaitée et le type de moyens humains pour faire la mise à jour... choix du webmaster
- Réflexion sur le contenu : pages, services attendus, principes de navigation

#### 2. **Mise en œuvre :**

- Dépôt d'un nom de domaine (ex : [www.lions-nice-doyen.org](http://www.lions-nice-doyen.org))
- Choix d'un hébergeur.
- Choix et installation d'un Système de Gestion de Contenu ou SGC en français (Content Management System ou CMS en anglais), logiciel destiné à la conception et à la mise à jour dynamique de sites Web ou d'applications multimédia.  
*exemples : Drupal, Joomla, Wordpress... (gratuits pour la plupart)*

#### 3. **Conception :**

- Établissement d'une structure de pages
- Définition d'une arborescence
- Mise au point d'une charte graphique
- Mise au point d'une charte éditoriale.

#### 4. **Réalisation :**

- Création de pages via le Système de gestion de contenu ou l'éditeur. Les pages peuvent être créées individuellement ou reposer sur un système de gabarits.
- Mise en place de la charte graphique.
- Éventuels développements dynamiques (formulaire, services, etc.)

#### 5. **Suivi :**

- Recette du site une fois prêt.
- Lancement du site : mise en ligne.
- Annonce. Faire connaître le site peut se faire par plusieurs leviers : annonce, publicité, inscription dans des annuaires...

#### 6. **Maintenance** (nouveaux contenus, corrections, amélioration continue de la qualité).





## Les outils hors médias

La réalisation des outils hors média présentés ci-dessous est de la responsabilité des clubs. Les visuels sont téléchargeables en annexes de ce document, ou vous pouvez commander une sélection de produit sur la Boutique Lions en ligne, mise en place par la société Easyflyer. Voir [Page 62](#).

- **Voile**



- **Bâche** (plastique) 200x60cm



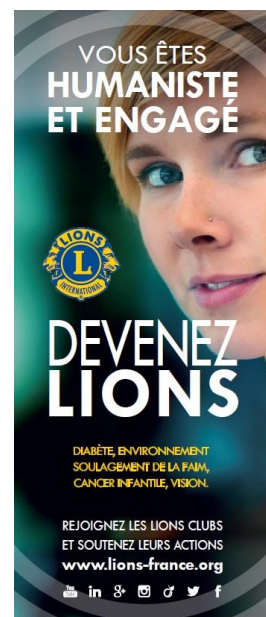
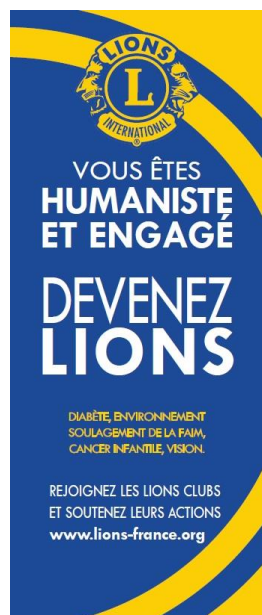
- **Kakémonos**

200 x 85 cm

Plusieurs types de kakémono sont à votre disposition, dont :

- Un kakémono « texte »
- Un kakémono « visage »
- Un kakémono texte personnalisable au nom du club ou du district

*Voir les modèles téléchargeables en annexes.*





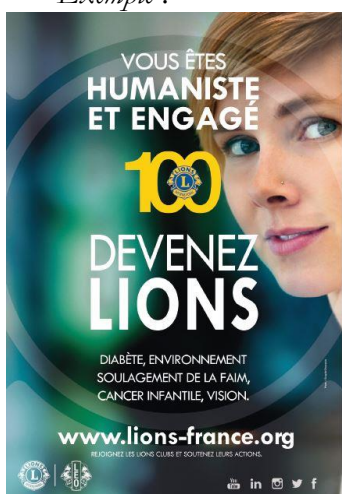
- Un exemple de stand intégrant des roll-up stands, flammes et panneaux A3 plastifiés, pour un forum des associations :



- *Signature de mails :*

Gratuit et visible. Vous pouvez attacher à tous vos mails une bannière, le logo du Lions Clubs, celui du centenaire, le site internet de votre club ou du district, un lien vers une page Facebook...

*Exemple :*



**Marc Durans**  
+33 (0)6 48 23 56 00 ou +33 (0)4 65 32 98  
[marc.durans@gerble.fr](mailto:marc.durans@gerble.fr)  
Lions Club Jolie Ville  
Président  
DM 103 District Nord Sud



contact



## • Triptyque de présentation du club :

Un format Powerpoint peut être téléchargé en annexes, adapté au club, imprimé en format pdf et transmis à votre imprimeur (2 versions proposées : avec ou sans fonds perdus).



Voir en annexes (Questions-Réponses) pour le mode opératoire.

## • Triptyque national :

A commander à la Maison des Lions ou à télécharger en annexe.



## • Présentation Powerpoint :

Téléchargez le document en annexe.





## Présentation animée et vidéos

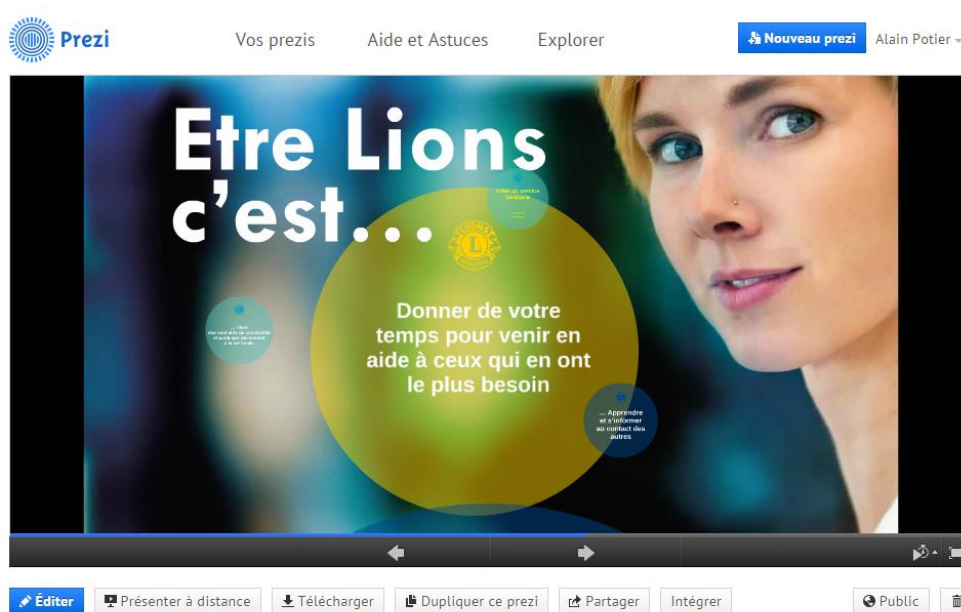
Une présentation des Lions Clubs de France est disponible dans un format « **Prezi** », en ligne (vous devez être connectés à internet donc) :

<https://prezi.com/hikixi0cctft/lions-clubs-international/>

Vous pouvez soit la lancer en diaporama (icône triangulaire en bas à droite), soit par page avec les flèches du bas.

Vous pouvez communiquer le lien ou l'intégrer sur un site.

Un fichier de type vidéo est également disponible en annexes, permettant de projeter sans être connecté à internet (en perdant la possibilité de naviguer à sa guise et à son rythme et de faire des zooms avant-arrière).



### LIONS CLUBS INTERNATIONAL

Les vidéos ayant fait l'objet des passages TV sur France télévision, sont disponibles en téléchargement en annexe.





## Papeterie

### Papier à en-tête

Les papiers à lettres sont construits selon l'architecture montrée ici. La principale contrainte est la séparation de la surface du papier à lettres en trois zones par des lignes invisibles : une zone horizontale en haut de la feuille, réservée à l'identification de l'émetteur, une zone verticale à gauche, réservée à l'adresse et aux indications indispensables.

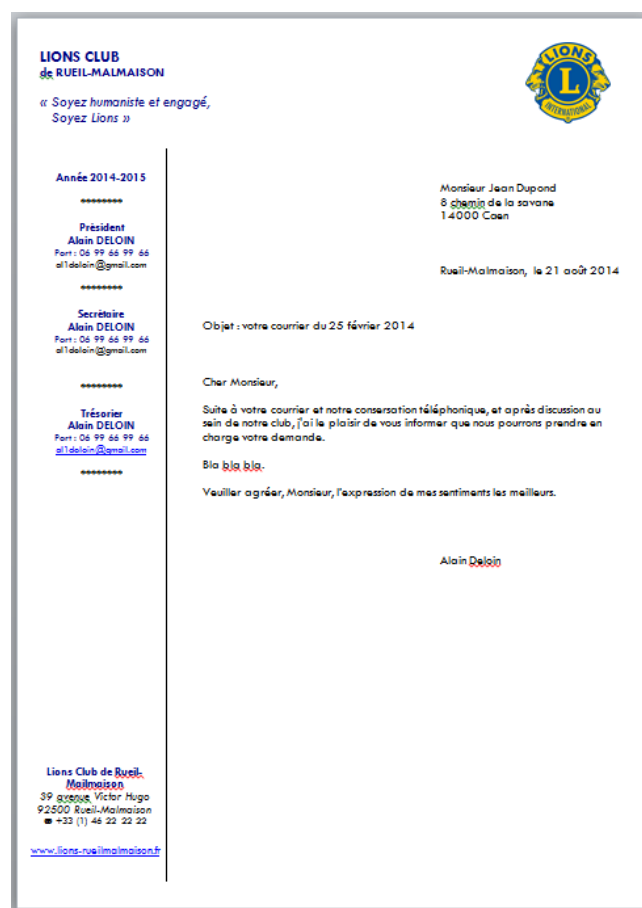
La zone constituée par le reste de la feuille, réservée à la correspondance.

En bas de la page figurent l'adresse postale du club et l'adresse du site web externe du club ou national.

Evitez de multiplier les logos ou autres éléments graphiques et/ou textuels. Veillez donc à utiliser les différents signes et blasons avec parcimonie. Posez-vous la question : est-ce que l'inclusion de tel ou tel signe graphique apporte une valeur ajoutée au lecteur ?

### Cartes de visite

Téléchargez le format ci-contre avec Powerpoint et sauvegardez le résultat au format pdf avant envoi à votre imprimeur.





## Cartes de vœux 2019 LIONS et LEO

Vous pouvez faire imprimer des cartes de vœux aux couleurs de notre campagne institutionnelle en vous connectant à la boutique d'imprimerie en ligne.

<http://franchise.easyflyer.fr/espace-franchise.html>

La procédure d'authentification est décrite en page [Annexe 2 : Boutique Lions en ligne](#)

Nous avons retenu 2 formats au choix 2481 x 1182 et 1773 x 1183 et une nouvelle carte spéciale LEO.





## Le rôle du délégué communication

**L**e délégué du club à la commission communication est chargé par le club de la communication interne et externe, et en particulier de :

- Faire remonter les informations du district vers le club, et du club vers le district,
- Envoyer les informations à publier dans la revue Lion, la lettre électronique du district
- S'assurer de la coordination et cohérence avec le projet de club, la vitalité des clubs
- Veiller à véhiculer une bonne image du Lions Clubs à l'extérieur
- Faire connaître le Lions Clubs dans la ville, le département, les institutions
- Faciliter l'organisation des événements
- Être le lien privilégié des médias / presse, radio, télé, web...
- Se charger des relations extérieures avec la mairie, le public, la cité
- Aider au recrutement et à l'accueil de nouveaux amis (réseaux sociaux, recherche de contacts et organisation de forums)
- Créer ou mettre en forme les documents du club pour présenter les actions et manifestations



## Le contenu

### Séparer communication interne et externe

Dans nos communications envers le monde extérieur, nous devons nous efforcer de privilégier :

- les effets bénéfiques de notre action pour les populations souvent défavorisées auxquelles elle est destinée,
- la convivialité, la solidarité et la citoyenneté, bref la générosité, qui caractérisent le bénévolat tel qu'il est exercé par les Lions.

En revanche, nos cibles externes sont a priori moins intéressées par :

- les actes de la vie associative interne : élections, nominations, passations de pouvoirs
- les cérémonies et le protocole
- et encore moins par les divergences d'opinion, les dissensions...

Ces considérations doivent nous guider dans la conception et la mise en forme tant des éléments graphiques (mises en page...) que des éléments iconographiques (photos...) et des textes.

Les cérémonies et le protocole sont un aspect fondamental de la vie des Lions Clubs. Il est normal que ces événements et les personnalités concernées soient pris en photo.

Mais attention. Les images qui incarnent notre personnalité (action, engagement, générosité), et qui intéressent d'ailleurs les autres, doivent être beaucoup moins formelles. Essayez de capter les moments forts, sympathiques et actifs, 'le plaisir de faire des choses ensemble', pour animer nos revues et donner envie aux autres de participer.





## Notions de formats d'images

**V**ectoriel : une image vectorielle (ou image en mode trait), en informatique, est une image numérique composée d'objets géométriques individuels (segments de droite, polygones, arcs de cercle, etc.) définis chacun par divers attributs de forme, de position, de couleur, etc. Elle se différencie de cette manière des images matricielles (ou « bitmap »), dans lesquelles on travaille sur des pixels.

Par nature, un dessin vectoriel est dessiné à nouveau à chaque visualisation, ce qui engendre des calculs sur la machine.

L'intérêt est de pouvoir redimensionner l'image à volonté sans aucun effet d'escalier. L'inconvénient est que pour atteindre une qualité photoréaliste, il faut pouvoir disposer d'une puissance de calcul importante et de beaucoup de mémoire.

Il existe de nombreux formats de fichiers vectoriels. On peut citer Postscript, PDF, Adobe Flash, Illustrator ou le SVG (extensions : .ps, .eps, .pdf, .svg, .ai)

**R**VB ou CMJN ? Le RVB et le CMJN sont deux standards colorimétriques utilisés lors de créations graphiques, le RVB (rouge vert bleu) est utilisé pour l'affichage de vos écrans. Vous pourrez donc constater aisément qu'un même code couleur RVB aura un rendu différent sur deux écrans si bien que leur configuration diffère !

Si vous avez l'ambition de vouloir imprimer une de vos créations, le CMJN (ou **quadrichromie**) s'imposera : en effet une couleur RVB affichée sur un écran ne sera pas forcément la couleur imprimée, c'est-à-dire que le rendu sera différent entre un Print (papier) et un Screen (écran). Ceci pourrait poser un véritable problème si vous êtes censé respecter un code couleur stricte comme on peut en avoir dans les chartes graphiques.

Nous utiliserons alors le standard CMJN : Cyan, Magenta, Jaune, Noir ou en anglais CMYK : Cyan, Magenta, Yellow, Black.

Un autre standard pour l'impression : **PMS** (Pantone Matching System)

**P**ixel : souvent abrégé px ou p, c'est l'unité de base permettant de mesurer la définition d'une image numérique matricielle. Son nom provient de la locution anglaise « picture element », qui signifie « élément d'image ».

La définition des images manipulées par les logiciels de graphisme s'exprime en **ppi** (Pixels Per Inch). En règle générale, les images à imprimer doivent être réalisées en 300 ppi, celles utilisées uniquement sur le web en 72 ou 96 ppi (pour une taille de fichier plus réduite, donc plus rapide à charger).

### Quelques outils gratuits :

|                                              |          |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                        |
|----------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Edition de graphismes vectoriels             | Logiciel | Inkscape                                                                                                                                                              | Génération fichiers vectoriels, import/export de pdf                   |
| PAO                                          | Logiciel | Scribus                                                                                                                                                               | Importation de .eps et export en .svg                                  |
| Retouche d'images                            | Logiciel |  paint.net                                                                                                                                                              | Facile, calques                                                        |
| Création fichiers animés (.gif)              | Logiciel | Microsoft GIF animator<br>ou<br>GIMP                                                                                                                                  |                                                                        |
| Gestion de fichiers .pdf                     | Logiciel | PDFArchitect                                                                                                                                                         |                                                                        |
| Partage / sauvegarde fichiers                | Site     | <a href="http://www.google.com/intl/fr/drive/start/index.html">http://www.google.com/intl/fr/drive/start/index.html</a>                                                                                                                                  | Google Drive - 15Go gratuits                                           |
| Formulaires / enquêtes en ligne              | Site     | <br><a href="http://www.emailmeform.com/">www.emailmeform.com/</a><br>ou <a href="#">Google forms</a>                                                                 |                                                                        |
| Conception et envoi de lettres électroniques | Site     | mailChimp.com <br>SG Autorépondeur  SG Autorépondeur<br>Votre marketing prend vie | Gratuit jusqu'à 2000 abonnés<br><br>Abonnement à partir de 8 € HT/mois |



# Annexe 1 : Téléchargement

Les fichiers présentés dans cette section sont tous disponibles en téléchargement



P40  
Affiches



P43  
Kakémonos



P45  
Flammes



P46  
Bâches



P47  
Triptyques



P48  
Présentations



P49  
Vidéos et  
Guides FB  
et TW



P50  
Plaquette



P51  
Papèterie



P52  
Cartes de  
Vœux  
2019



P53  
Dossier de  
presse



P54  
Logos LCIF  
et Causes  
mondiales

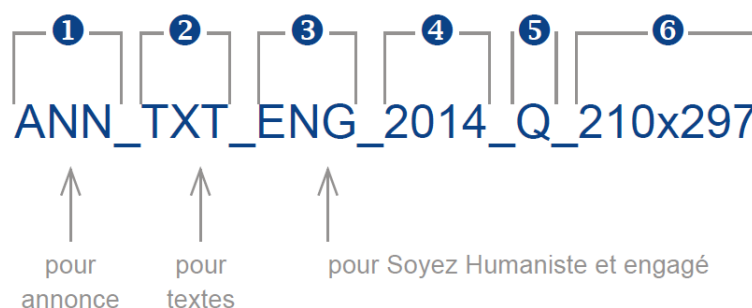


Pour toute question, merci de vous adresser à l'équipe communication /  
Courriel : [communication@lions-france.org](mailto:communication@lions-france.org)  
N'hésitez pas à contacter le Délégué Communication de votre district.

## CODIFICATION

Les fichiers téléchargeables sont nommés de la façon suivante :

- ❶ Type de support
- ❷ Version (Texte)
- ❸ Message (Thème)
- ❹ Année de création
- ❺ Interprétation (Quadrichromie)
- ❻ Format en mm (Échelle 1)



❶

|                         |      |
|-------------------------|------|
| Voile                   | VOIL |
| Kakémono                | KAK  |
| Bâche                   | BACH |
| Affiche/ Annonce presse | ANN  |
| Bannière                | BAN  |

❷

|        |      |
|--------|------|
| Texte  | TXT  |
| Visuel | VISU |

❸

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| « VOUS ÊTES HUMANISTE ET <b>ENGAGÉ</b> , DEVEZ LIONS » | ENG |
| « DÉFENDEZ LA NATURE <b>HUMAINE</b> , DEVEZ LIONS »    | HUM |
| « LUTTEZ POUR LA <b>GÉNÉROSITÉ</b> , DEVEZ LIONS »     | GEN |
| « LIBÉREZ DU TEMPS POUR <b>AIDER</b> , DEVEZ LIONS »   | AID |
| « AFFIRMEZ VOTRE <b>SOLIDARITÉ</b> , DEVEZ LIONS »     | SOL |
| « DITES STOP À LA <b>CÉCITÉ</b> , DEVEZ LIONS »        | CEC |

❺

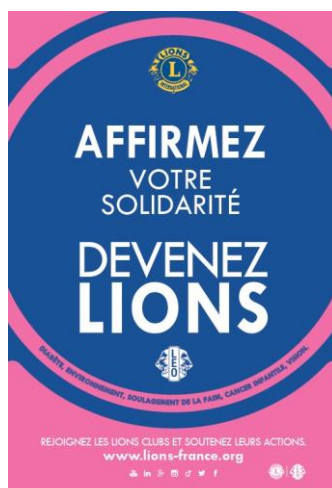
|                         |   |
|-------------------------|---|
| Quadrichromie (ou CMJN) | Q |
| RVB                     | R |



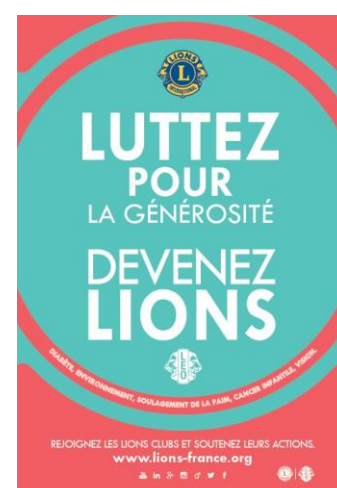
## Affiches ou Annonces presse, axe couleurs (format A4, jpeg)



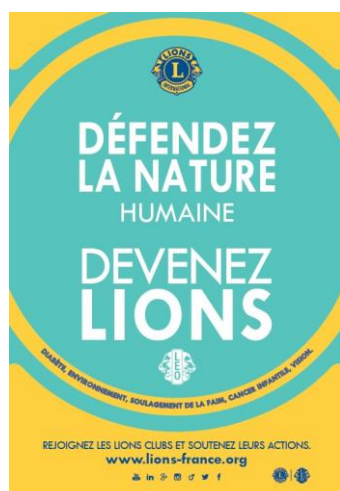
↓ Télécharger



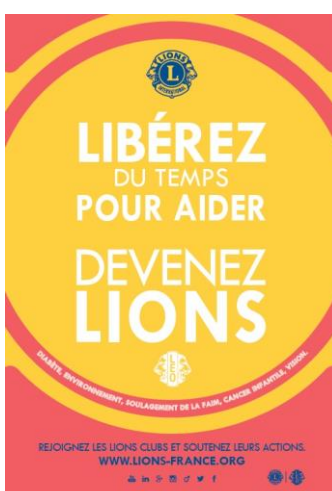
↓ Télécharger



↓ Télécharger



↓ Télécharger



↓ Télécharger



↓ Télécharger



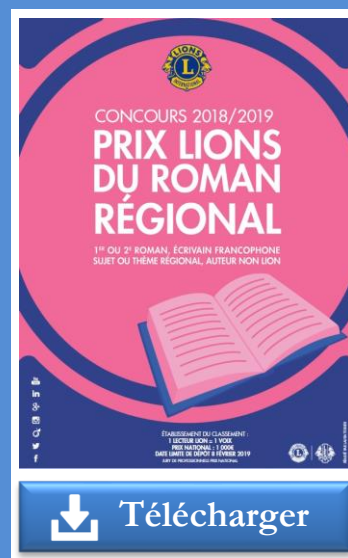
Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier recherché sur votre ordinateur.

Vous pouvez imprimer ces visuels en format A4

Si vous avez besoin de formats plus grand en pdf, contactez-nous.



# Affiches Concours 2018/2019 (format A4, jpeg)

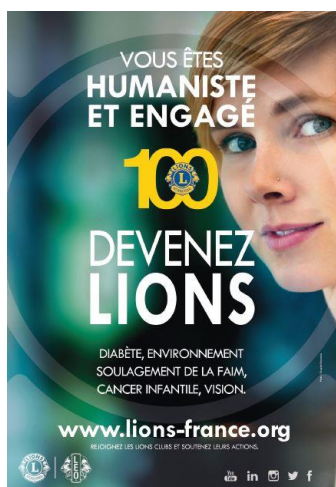


Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier recherché sur votre ordinateur.



## Affiches 2018/2019 (autres formats)

Format Decaux 118,5 x 175 cm



Télécharger



Télécharger

A0, A1 ou A2



A0 / A1



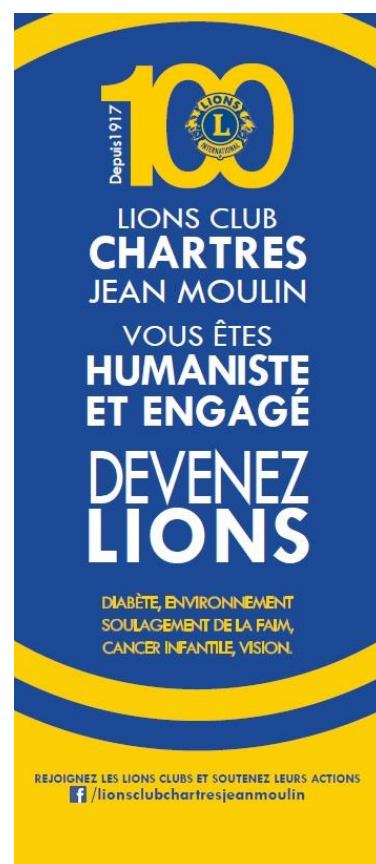
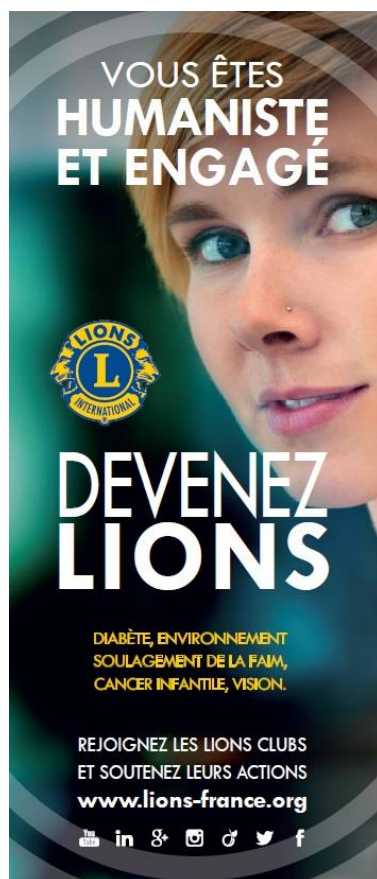
A2



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier recherché sur votre ordinateur.  
Soyez très patients, les fichiers sont volumineux.



## Kakémonos 2018/2019 (85x200 cm)



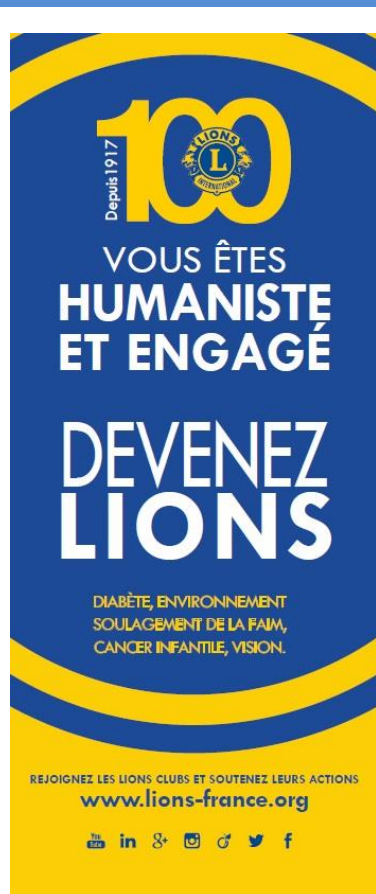
*Personnalisation en ligne via la  
Boutique Lions*



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier recherché sur votre ordinateur.



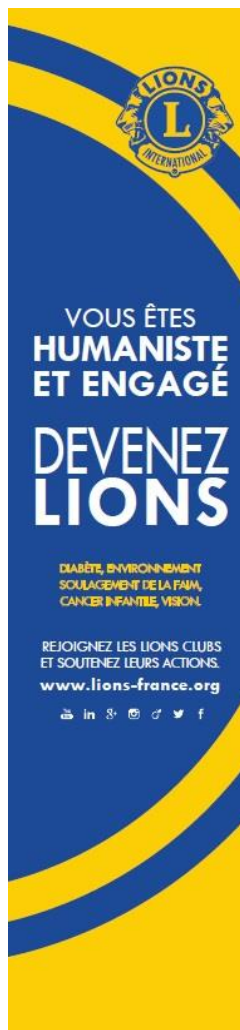
## Kakémonos 2018/2019 (85x200 cm)



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier recherché sur votre ordinateur.



## Voile/Flamme 2018/2019 (80x340 cm, hauteur totale 410 cm)



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.



## Bâches 2018/2019 (200x60 cm)



Télécharger



Télécharger



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier recherché sur votre ordinateur.



## Triptyques 2018/2019 (A4 : 21x29,7 cm)



← Clubs (à personnaliser)

Sans fonds perdus :



Avec fonds perdus et traits de coupe :



National →



Ce dossier contient un document Powerpoint modifiable.



## Présentations

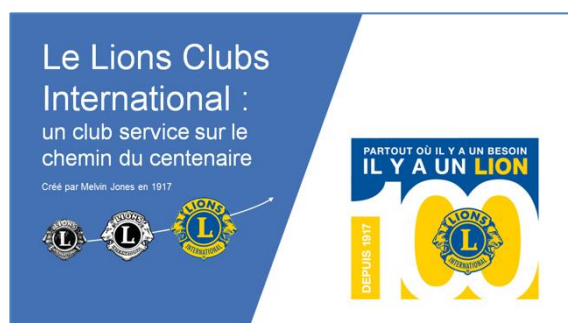
Prezi  
(version sans  
vidéo) →

 Télécharger

De nouveaux Prezis sont en cours  
de finalisation et seront  
disponibles très prochainement.

Prezi  
(version  
vidéo) →

 Télécharger



← Format Powerpoint



 Télécharger



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier  
sur votre ordinateur.



## Vidéos passages TV Guides Facebook et Twitter



Visionner



Télécharger



Visionner



Télécharger



Télécharger



Télécharger



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.

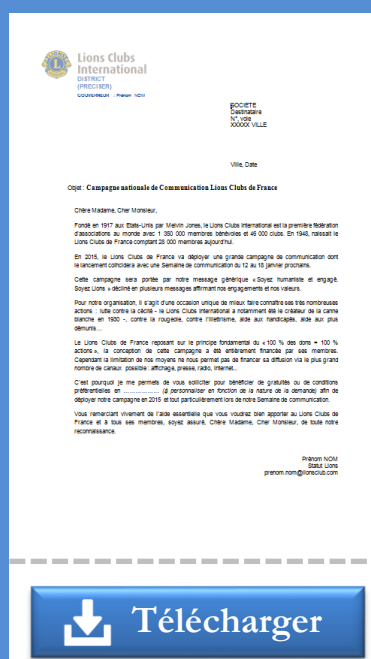


# Plaquette présentation campagne

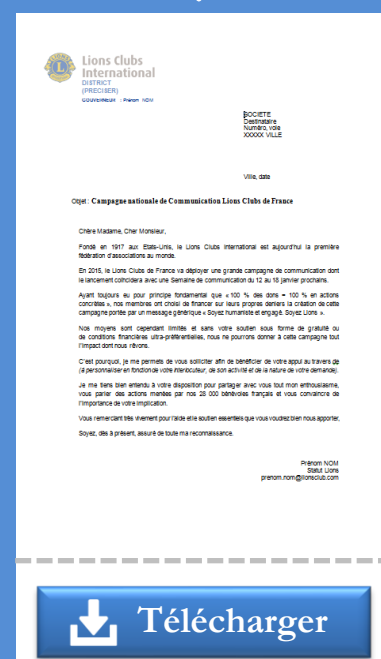


Plaquette

Courrier



Courrier, version  
« courte »



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.



## Papeterie (personnalisable)

### Papier en-tête (Word)

**LIONS CLUB**  
de RUEIL-MALMAISON

« Soyez humaniste et engagé,  
Soyez Lions »

**Année 2014-2015**

\*\*\*\*\*

**Président**  
**Alain DELOIN**  
Per: 06 99 66 99 66  
al.delein@gmail.com

\*\*\*\*\*

**Secrétaire**  
**Alain DELOIN**  
Per: 06 99 66 99 66  
al.delein@gmail.com

\*\*\*\*\*

**Trésorier**  
**Alain DELOIN**  
Per: 06 99 66 99 66  
al.delein@gmail.com

\*\*\*\*\*

**Lions Club de Rueil-Malmaison**  
99 00000 Victor Hugo  
92000 Rueil-Malmaison  
☎ +33 (1) 46 22 22 22  
[www.lions-club-malmaison.fr](http://www.lions-club-malmaison.fr)

**Lions Clubs International**  
LIONS CLUB DE [NOM DU CLUB]

[Prénom NOM]

[Adresse]  
[Code Postal] [Ville]  
France  
[Téléphone, portable de préférence]  
[adresse-mail@xxxxx.xxx]

[www.site-du-club.xxx]  
[www.lions-france.org](http://www.lions-france.org)

Télécharger



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.  
Pour les cartes de visite, une fois les modifications effectuées, sauvegardez le document en format pdf et confiez ce fichier pdf à l'imprimeur.

### Cartes de visite (85x54 mm) (Powerpoint)

**Lions Clubs International**  
LIONS CLUB DE [NOM DU CLUB]

[Prénom NOM]

[Adresse]  
[Code Postal] [Ville]  
France  
[Téléphone, portable de préférence]  
[adresse-mail@xxxxx.xxx]

[www.site-du-club.xxx]  
[www.lions-france.org](http://www.lions-france.org)

Télécharger



## Cartes de vœux 2019 Lions et LEO

Modèles 2019 – Format 2480 x 1181 et 1772 x 1181

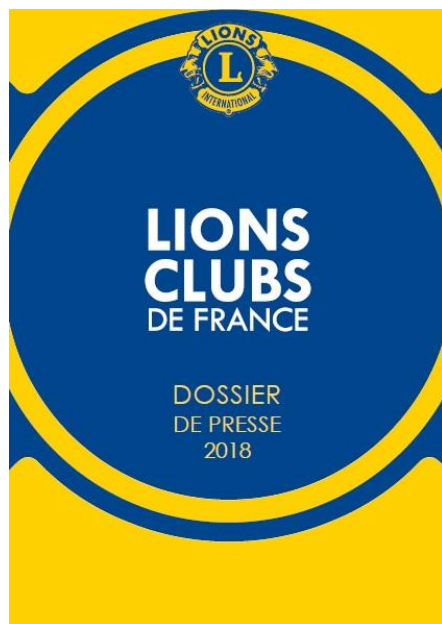


Cliquez sur l'image choisie pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.



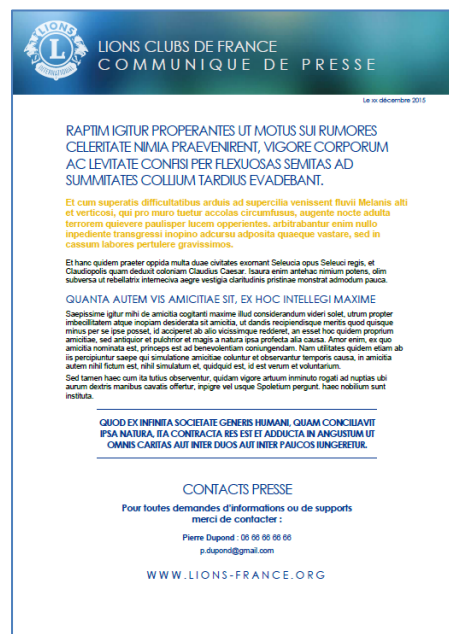
## Dossier / communiqué de presse

### Dossier de presse (pdf)



Télécharger

### Communiqué de presse (Word)



Télécharger



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.

## La Campagne 100 de la LCIF et les 5 grandes causes mondiales Lions

CAMPAIGN | 100



LCIF • EMPOWERING SERVICE™



Télécharger



Lions Clubs International  
**FOUNDATION**



Télécharger



Cliquez sur l'icône « Télécharger » pour enregistrer le fichier sur votre ordinateur.

L'ensemble des logos LIONS et LEO sont disponibles en téléchargement à la rubrique « Brand » sur : [lionsclubs.org](https://lionsclubs.org)

## **Annexe 2 : Boutique Lions en ligne**

Pour imprimer vos kakémonos, bâches, cartes de visite, cartes de vœux ... et personnaliser en ligne certains produits.

## Accès à la plate-forme - 1ère connexion

**Préambule :** cette boutique en ligne est mise à la disposition des membres du Lions Clubs et des clubs. Aucune exclusivité ne nous lie avec l'imprimerie Easyflyer. Les membres et clubs peuvent toujours à leur convenance télécharger les fichiers via ce Guide de Communication (Annexe 1) et faire imprimer les visuels par l'imprimeur de leur choix. En revanche, la personnalisation des bâches, roll-ups et cartes de visites devra soit être réalisée par les membres, clubs ou leurs fournisseurs, soit passer par cette Boutique en ligne. L'objectif de la boutique est de proposer une solution simple, à des prix compétitifs. Le District Multiple ne touche aucune commission ou marge arrière.

1. La plate-forme est accessible à l'adresse suivante :

<http://franchise.easyflyer.fr/espace-franchise.html>

2. Pour créer un compte et accéder à l'espace dédié à la franchise cliquer sur "Créer un compte"



### Déjà Client franchisé ?

Si vous êtes un utilisateur enregistré, veuillez entrer votre E-mail et votre mot de passe.

E-mail \*

Mot de passe \*

[Mot de passe oublié ?](#)

**Me connecter**

\* Champs obligatoires

### 3. Remplir le formulaire de création de compte :

- L'adresse email saisie sera l'**identifiant du compte**
- Le code franchise ( **LIONS1761** ) est obligatoire et correspond à celui fourni par le Lions Clubs. Il permet de rattacher le compte à la Boutique du Lions Clubs
- Choisissez un mot de passe (et retenez-le)

#### Créez votre compte en quelques clics

|                                                                  |                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prénom *                                                         | <input type="text" value="Test prénom"/>       | <br><br><br><br> |
| Nom *                                                            | <input type="text" value="Test Nom"/>          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Adresse mail *                                                   | <input type="text" value="test@easyflyer.fr"/> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Code franchise *                                                 | <input type="text" value="LIONS1761"/>         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Mot de passe *                                                   | <input type="password" value="••••••••"/>      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Confirmer le mot de passe *                                      | <input type="password" value="••••••••"/>      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Abonnez-vous à la newsletter <input checked="" type="checkbox"/> |                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| * Champs obligatoires                                            |                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Valider

## Accès à la plate-forme - Connexion

4. Lorsque votre compte est créé il vous suffit de l'email et du mot de passe pour accéder à la plate-forme,
5. En cas de perte du mot de passe, il est possible de le réinitialiser en cliquant sur le lien "mot de passe oublié",

### Déjà Client ?

Si vous avez déjà un compte, veuillez vous identifier.

Adresse mail \*

testlions@easyflyer.fr

Mot de passe \*

[Mot de passe oublié ?](#)

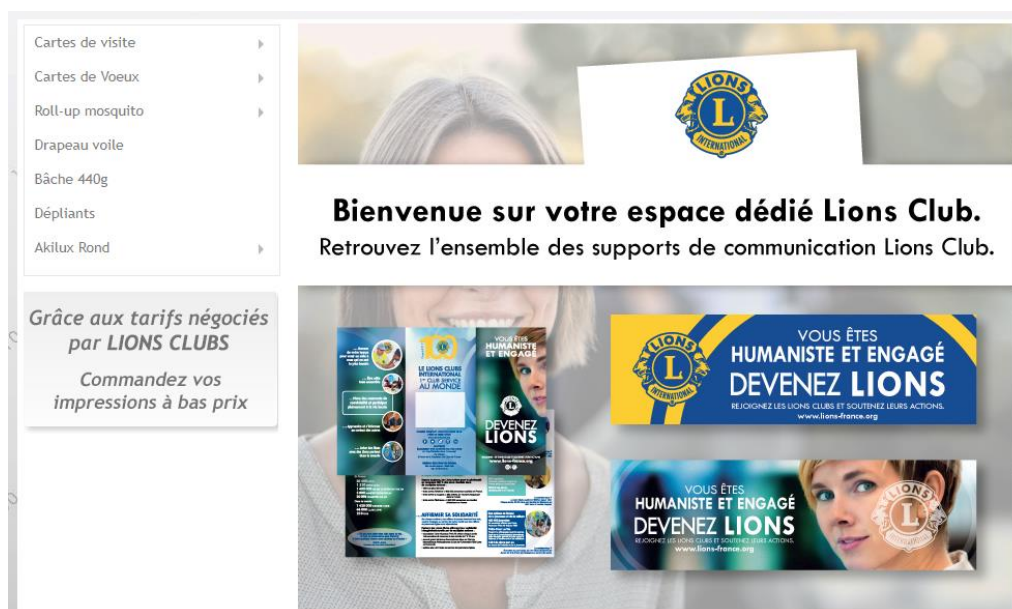
\* Champs obligatoires

Connexion

6. Si vous ne retrouvez ni votre identifiant de connexion (email) ni le mot de passe, vous pouvez contacter le service client d'Easyflyer au 02-38-56-14-54.

## Création d'une commande - choix des produits

1. Le menu de droite permet de choisir la catégorie produit,
2. Dans chaque catégorie la déclinaison par nombre d'exemplaire est présentée,
3. Pour accéder au détail de la fiche produit et commander, cliquer sur le nombre d'exemplaires souhaité.



## Choix d'un visuel - personnalisation

1. Pour certains produits, plusieurs visuels sont disponibles, dont quelques-uns sont personnalisables,
2. Lorsqu'un visuel est personnalisable, l'outil de personnalisation est accessible sous les images du produit.

Accueil / Roll-up mosquito / Non personnalisable / Roll UP Mosquito recto 85 x 200 cm - 1 ex - Lions

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Roll UP Mosquito recto 85 x 200 cm - 1 ex - Lions</b>                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>50,35 € HT</b><br>Ou 51 EasyCrediz<br>Quantité: <input type="text" value="1"/>                          |
|  | <b>Caractéristiques du Roll up Mosquito 85 x 200 cm</b><br>Taille du support imprimé : 85 x 200 cm.<br>- Toile decollet M1 325g Serge Ferrari<br>- PLV nomade, idéal pour une adaptation rapide à l'environnement<br>- Meilleur rapport qualité/prix du marché<br>- Peu encombrant grâce à son enrouleur<br>- Facile à transporter grâce à son sac de transport inclus | <b>Configurez votre produit :</b><br>Choix du visuel<br><input type="text" value="-- Faites un choix --"/> |
|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Choisissez votre délai<br><input type="text"/>                                                             |

### Personnalisation du support

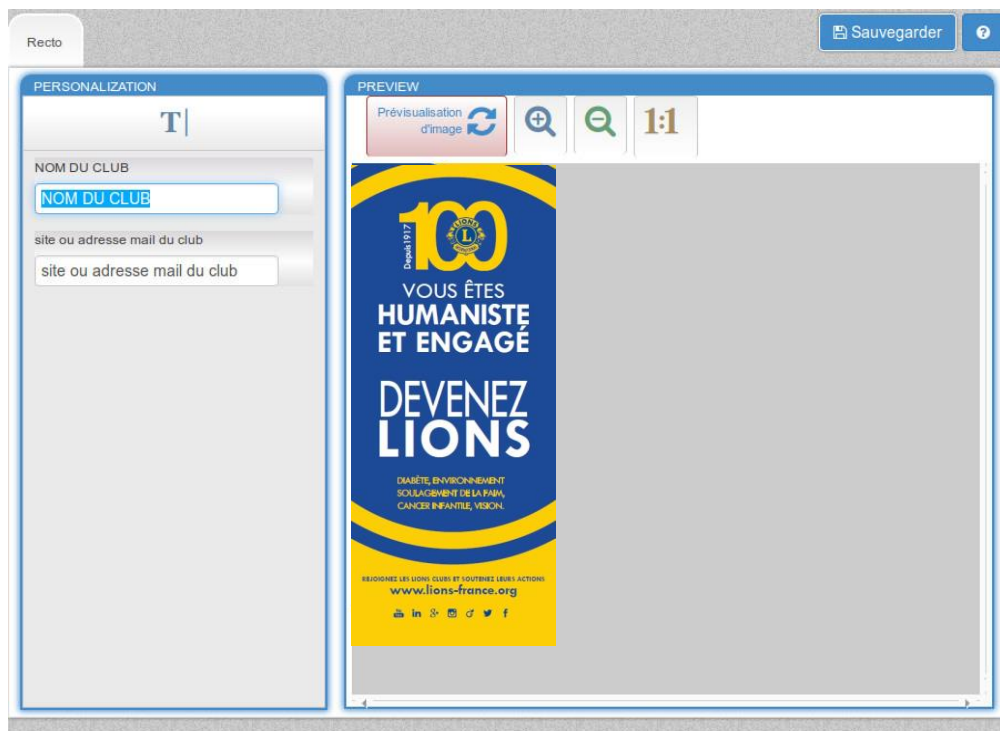


Rollup Lions personnalisable

**Personnaliser**

## Outils de personnalisation

1. Sur la gauche les champs personnalisables sont listés,
2. Le bouton "Prévisualiser" permet d'afficher le rendu avant validation,
3. Le bouton "Sauvegarder" sauve la création et retourne sur la fiche produit en ajoutant le visuel à cette fiche.



# **Annexe 3 : Panneau de Communication**

Panneau d’affichage de rue.

## ***Panneau handicap***

---

Le panneau handicap « Si tu prends ma place prends aussi mon handicap », a été une action-phare des clubs de la Zone 32 dans le District 103 Sud-Est. Cette action s'inscrit parfaitement dans la démarche de « Partenaires dans la Cité », et dans celle de la mission handicap.

Ce panneau rappelle aux automobilistes qu'il faut respecter les places de parking réservées aux personnes handicapées. Il se positionne sur le mat du panneau réglementant le stationnement, au-dessous des panneaux existants actuellement, comme indiqué sur la photo ci-contre.

C'est un remarquable outil de relations publiques avec les Mairies, les grandes enseignes de la distribution, et les médias. C'est aussi un formidable support d'image et de notoriété pour les Lions.

Aujourd'hui, sous la responsabilité et la gestion du club d'ALES Doyen, ce sont plusieurs milliers de panneaux qui ont été posés dans le District 103 Sud-est, et un peu partout en France.

Le Conseil des Gouverneurs a mandaté le club ALES Doyen pour en proposer la diffusion sur toute la France.

Il suffit de remplir le bon de commande ci-dessous, et de le transmettre à l'adresse suivante : Lions Club Alès Doyen, 20, faubourg du soleil, 30100 ALES, accompagné du chèque correspondant, établi à l'ordre de : Signaux GIROD Sud Est.

Dès réception, les amis d'Alès Doyen s'occuperont de la bonne marche de la commande

---

## Bon de Commande

Lions Club : .....

Nom du responsable : ..... 

E-mail : .....

Adresse de livraison : .....

.....  de livraison : .....

Adresse pour envoi de la facture : .....

.....

| Désignation                                                                       | Quantité | Prix Unitaire TTC  | Montant TTC |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------|-------------|
| <b>Panneau Handicap</b><br>« Si tu prends ma place<br>prends aussi mon handicap » |          | <b>22.00 € (*)</b> |             |

Frais de port inclus pour une commande de 20 panneaux minimum. - Délai de livraison : 2 à 4 semaines

La commande sera enregistrée à réception du chèque.

**La Commande et le chèque doivent être envoyés à l'adresse suivante :**  
**Lions Club ALES DOYEN - 20, faubourg du soleil - 30100 ALES (☎ : 04.66.52.74.58)**  
**Le chèque doit être libellé à l'ordre de : SIGNAUX GIROD SUD EST**

(\*) Le prix du panneau n'inclut ni le collier, ni les boulons de fixation.

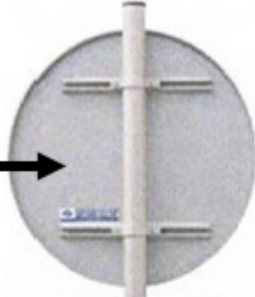


## Panneau d'entrée de ville

Le panneau d'entrée de ville permet de signaler la présence d'un Club Lions.



**Panneau entrée de ville (diam : 650 mm)**  
**67.00 €**



**Panneau entrée de ville + 2 fixations**  
**79.00 €**



**Panneau signalisation club : 34.00 €**



**Panneau signalisation club + fixation : 38.50 €**



**Support tube acier 80/40 300 cm : 30.00 €**



**Panneau complet + fixations : 140.00 €**

**Bon de commande**

| Désignation                 | Nbre | PU TTC         | Total TTC |
|-----------------------------|------|----------------|-----------|
| Panneau d'entrée de ville   |      | 67 €           |           |
| Panneau + fixations         |      | 79 €           |           |
| Panneau club                |      | 34 €           |           |
| Panneau club + fixation     |      | 38.50 €        |           |
| Support tube acier          |      | 30 €           |           |
| Panneau complet + fixations |      | 140 €          |           |
| Participation frais de port |      |                | 20.00 €   |
|                             |      | <b>A Payer</b> |           |

Format du panneau bleu →

Lions Club : .....

Nom du responsable : ..... ☎

Adresse de livraison : ..... ☎ de livraison : .....

E-mail : .....

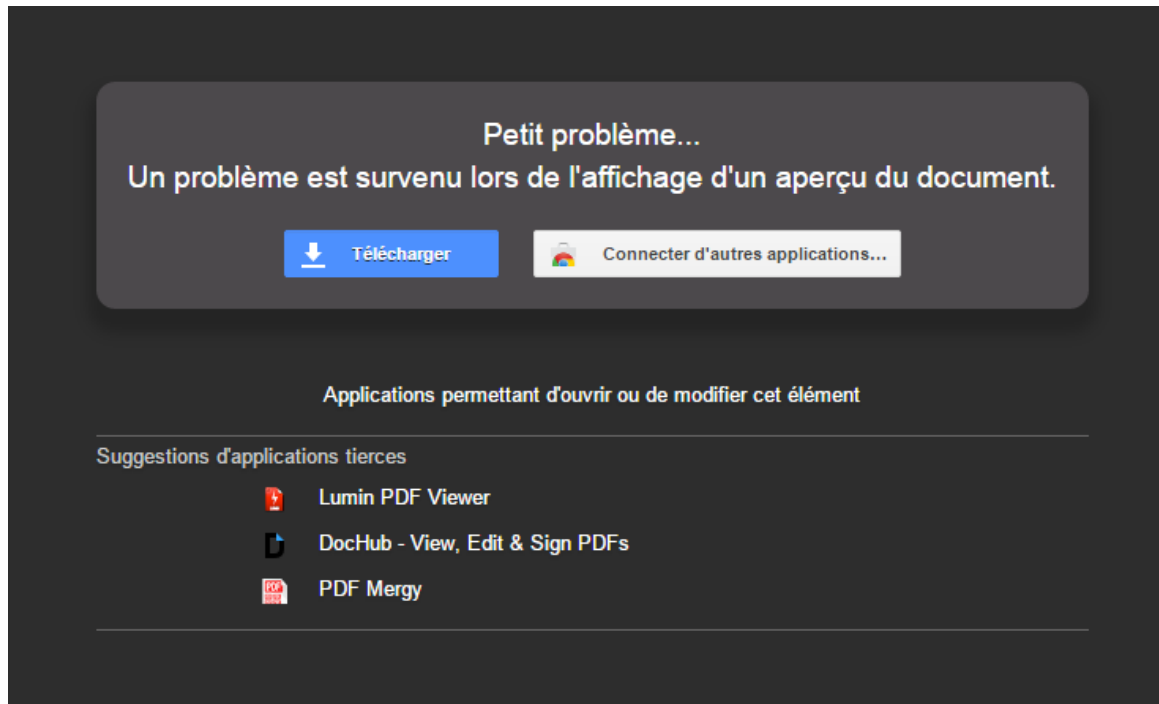
**La Commande et le chèque doivent être envoyés à l'adresse suivante :**  
**Lions Club ALES DOYEN - 20, faubourg du soleil - 30100 ALES (☎ : 04.66.52.74.58)**  
**Le chèque doit être libellé à l'ordre de : SIGNAUX GIROD SUD EST**  
*La commande sera enregistrée à réception du chèque. - Délai de livraison : 2 à 4 semaines.*

## **Annexe 4 : Questions - Réponses**

Vous trouverez dans cette section les réponses à quelques questions courantes.

## Guide de communication

Q- Je ne peux pas visualiser le fichier : ANN\_VISU\_ENG\_2017\_Q\_210x297.pdf  
Quand j'essaye, j'obtiens le message suivant :



R- le fichier ne peut pas être visualisé parce qu'il est trop volumineux, et nous ne pouvons pas en réduire la taille pour conserver une définition correcte. Il peut néanmoins être téléchargé. Vous pouvez aussi envoyer à l'imprimeur le lien vers le Guide de com, et l'imprimeur téléchargera le fichier lui-même.

Q- Je voudrais télécharger le Guide de communication sur mon ordinateur. Comment m'y prendre ?

R- Deux façons de télécharger le document :

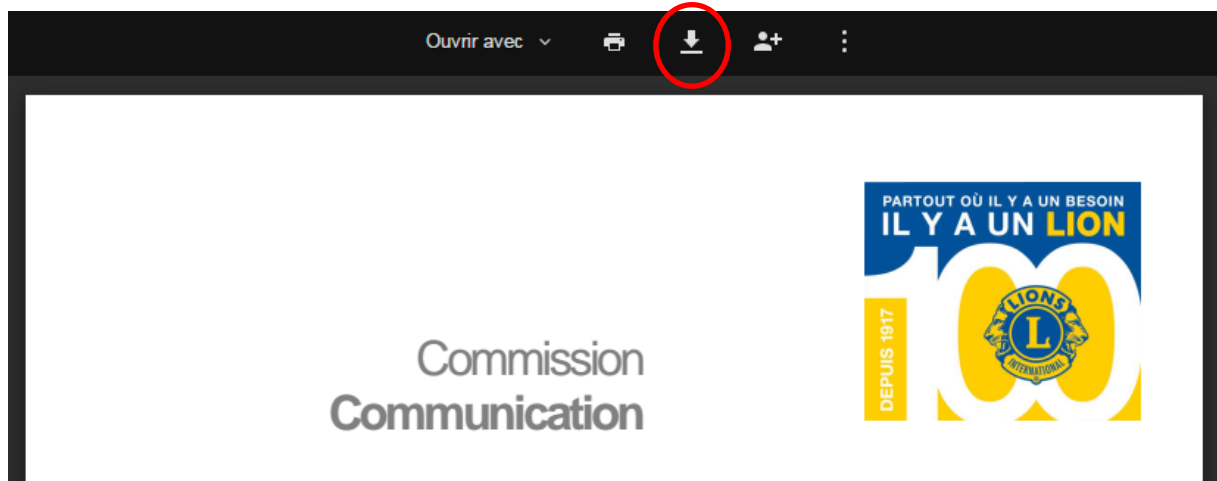
- Utiliser la fonctionnalité offerte par Calaméo, mais dans la version gratuite que nous utilisons, celui qui veut télécharger doit s'enregistrer. A priori pas très contraignant ni risqué, mais pas indispensable non plus, voir la 2e possibilité...
- Utiliser l'icône Télécharger du dernier paragraphe de la page 5 du Guide.

### **Vous voulez télécharger ce Guide ?**

Pour télécharger ce guide en version pdf sans vous enregistrer sur Calaméo, fichier que vous pourrez également imprimer, cliquez sur cette icône :



Ce lien conduit sur l'endroit où le document est hébergé (sur Google Drive, autre outil gratuit). Cliquer alors sur l'icône téléchargement dans le bandeau noir juste au-dessus du document. Pas besoin de s'enregistrer pour cette deuxième solution.



Q- Comment imprimer le Guide de communication ?

R- L'impression n'est possible que page par page dans Calaméo (la raison est que nous utilisons une version limitée). Pour imprimer la totalité du document, il faut d'abord télécharger le fichier pdf comme indiqué ci-dessus et l'imprimer.

Q- Existe-t-il un modèle de stand parapluie

R- Non... pas encore

## Affichage

Q- Ma mairie m'a proposé de l'affichage gratuit en 4x3. Est-ce possible ?

R- Compte-tenu du faible nombre de demandes, nous ne proposons pas de fournir affiches de type Decaux 4x3. En cas de demande concernant d'autres supports et formats, contacter votre délégué de communication de district.

Q- Quels droits avons-nous sur les photos ?

R- Nous avons acquis des droits (non exclusifs) pour les photos, dès maintenant, sans limites dans l'espace et dans la durée.

## Divers

Q- Quelle agence utilisons-nous ?

R- Stratégie et charte graphique : [GIP-communication](#)

## Web et réseaux sociaux

Q- Je voudrais créer une page Facebook pour mon district, comme je m'y prends ?

R- Créer une **page** pour le district doit permettre de mettre en avant les actions des clubs, de façon homogène (une vidéo ou photo) et un texte ultra court.

Il faut préalablement déterminer un mode opératoire pour le district :

- qui seront le ou les "gestionnaires de communauté" et/ou "administrateurs",
- à quelle adresse mail envoyer les textes et photos,
- donner quelques instructions (ex : nombre de caractères maximum pour les "actualités")

Q- Je voudrais créer un site et des pages pour mon club, où trouver des exemples ?

R- Voici un exemple de réalisation au Club de Rueil-Malmaison

Site : <http://www.lions-rueilmalmaison.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/lions.rueilmalmaison> et

<https://www.facebook.com/semi.marathon.des.lions.rueilmalmaison>

Viadeo : <http://www.viadeo.com/fr/company/lions-club-de-rueil-malmaison>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/lions-clubs-de-rueil>

Q- Comment se procurer les bannières adaptées aux sites internet au format KIC (comme celles du site intranet du DM) ?

R- Ces bannières au format 930x200 sont disponibles sur demande à l'adresse [communication@lions-france.org](mailto:communication@lions-france.org)



Si un club a besoin de formats spécifiques, merci d'écrire à cette même adresse avec le format souhaité (en pixels).

## Triptyque club

Q- Comment personnaliser le triptyque de club ?

R- Page 1 :



- 1- Modifier le nom de votre club « LIONS CLUB *NOMDECLUB* » ou « LIONS CLUB DE *NOMDECLUB* »
- 2- Entrez l'adresse internet de votre club ou une adresse email ou une page Facebook
- 3- Sélectionnez le fanion, supprimez-le et insérez une image du vôtre (en format .gif pour éviter un fond blanc)
- 4- Vous pouvez laisser cette zone en blanc, pour pouvoir noter par exemple un numéro de téléphone portable quand vous le distribuez)
- 5- Supprimez les icônes de réseaux sociaux pour lesquels vous n'avez pas de page ou de compte pour le club.
- 6- Indiquez à nouveau le nom de votre club, son adresse postale et un email ou un site web
- 7- Les informations sur la gauche de cette page seront à changer quand nous publierons de nouvelles statistiques. Vous pouvez alors modifier le texte dans le menu « Vue » puis « Slide Master »

Page 2:

**REJOINDRE  
LE LIONS CLUB LE CHESNAY  
ROCQUENCOURT, C'EST...**

**8**

LE CHESNAY  
ROCQUENCOURT  
1973

Créé en 1973, le Lions Club Le Chesnay Rocquencourt est composé de membres disponibles, engagés concrètement, actions humanitaires, sociales et culturelles et portées par deux valeurs fondamentales au cœur du Lions Clubs : l'humanisme et le bénévolat.

**10**

• **L'HUMANISME**  
L'humanisme est une valeur fondatrice et fédératrice pour les femmes et les hommes de toutes origines sociales réunis sous la bannière des Lions dans 209 pays.

• **LE BÉNÉVOLAT**  
Chaque Lion choisit de mettre une part de son temps et de son savoir-faire au service des autres.

... DONNER DE VOTRE  
TEMPS POUR VENIR EN  
AIDE À CEUX QUI EN  
ONT LE PLUS BESOIN

... ÊTRE UTILE  
TOUS ENSEMBLE

... VIVRE DES MOMENTS DE CONVIVIALITÉ  
ET PARTICIPER PLEINEMENT À LA VIE  
LOCALE

... APPRENDRE ET  
S'INFORMER  
AU CONTACT DES AUTRES

... CRÉER DES LIENS  
AVEC DES LIONS PARTOUT  
DANS LE MONDE

**LIONS CLUB LE CHESNAY ROCQUENCOURT  
QUELQUES ACTIONS  
EXEMPLAIRES**

**8**

**CONSECTETUR EGESTAS  
RISUS**  
• Donec ullamcorper nulla non metus  
• auctor fringilla.  
• Cras matta consectetur purus sit amet fermentum.

**9**

**NULLAM EGESTAS  
PHARETRA**  
• Donec ullamcorper nulla non metus  
• auctor fringilla.  
• Cras matta consectetur purus sit amet fermentum.

**CONDIMENTUM VESTIL  
VENENATIS ULLAMCORPE**  
• auctor fringilla.  
• Cras matta consectetur purus sit amet fermentum.  
• Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur.

**FUSCE ULTRICIES**  
• Donec ullamcorper nulla non metus  
• auctor fringilla.  
• Cras matta consectetur purus sit amet  
• fermentum.

8- Saisissez le nom de votre club, coller à nouveau le fanion du club

9- Entrez un titre en majuscule et une description d'une action du club. Pour ajouter une image, cliquez sur l'emplacement et choisissez une photo sur votre ordinateur.

10- Modifiez les 2 premières lignes du texte uniquement.

#### Pour terminer,

- 1- Sauvegardez votre travail en format .ppt ou pptx
- 2- Sauvegardez en format pdf (Enregistrer sous... puis choisir .pdf dans la liste)
- 3- Envoyez le fichier .pdf à votre imprimeur

FIN DU DOCUMENT

---

**Version 20181108**

**Commission Communication DM103 France**