



Lions Clubs International

# GUIDE COMMUNICATIONS ET MARKETING



Serving in more than 46,000 locations around the world  
Where there's a need, there's a LION



# Table des matières

Que sont les relations publiques ?	2
Quelles sont les responsabilités du Président de la commission Communications et marketing?	3
Comment savoir ce qui vaut la peine d’être publié ?	3
Comment prendre contact avec les médias ?	4
Comment partager les messages Lions avec le grand public ?	4
Quelles autres idées y a-t-il pour faire de la publicité ?	8
Quelles sont les ressources qui sont disponibles du siège international ?	8

## Que sont les relations publiques ?

Les Relations Publiques (RP) comprennent toutes les formes de communication – la rédaction des communiqués de presse, la diffusion des brochures promotionnelles, le dialogue avec les amis, les membres de la famille et les collaborateurs. Il ne faut pas oublier aussi que les gestes quotidiens tels que le port de l’insigne de boutonnière Lions ou la participation à un défilé local, sont aussi importants.

Les relations publiques efficaces – le fait d’informer le public que votre club construit un parc, organise un dépistage oculaire ou récolte les lunettes usagées – aident à obtenir le soutien local.

Les relations publiques peuvent même soutenir les efforts de développement de l’effectif de votre club. Les gens ont envie d’adhérer à une organisation réputée et fiable. En faisant une publicité en faveur de votre club et de ses actions humanitaires, vous projetterez une image positive dans la communauté et mettrez en évidence l’intérêt de rejoindre le club.



# Quelles sont les responsabilités du Président de la commission Communications et marketing ?

Même si les RP sont la responsabilité de chaque Lion, le président de cette commission est chargé des aspects suivants :

- La communication d'informations sur votre club à la communauté, y compris aux médias.
- Tenir votre club au courant des efforts et résultats en matière de RP.
- Fournir des informations au siège international sur les activités et programmes exceptionnels qui sont entrepris par les Lions en se servant de la section « [Envoyer un témoignage](#) » sur le site Internet du Lions Clubs International (LCI).

Commencez par :

- Fixer des buts – Etudiez les efforts passés de votre club. Évaluez ce qui a réussi, ce qui n'a pas réussi et pourquoi.
- Établir le budget des RP pour l'année – Il est possible de réaliser des programmes de relations publiques efficaces avec un budget limité. Assurez-vous de prévoir des programmes de relations publiques continus ainsi que des manifestations spéciales.
- Prévoir à l'avance – Une bonne planification et l'exécution dans les délais voulus sont indispensables à la réussite des programmes de relations publiques.
- Établir un calendrier – Déterminez comment et à quel moment vous ferez la promotion de votre club et à quel moment vous commencerez à faire de la publicité en faveur d'une manifestation particulière de votre club. Mais, faites preuve de souplesse – des activités qui valent la peine d'être publiées peuvent avoir lieu pendant l'année.
- Utiliser les ressources – Rendez-vous au [site Internet du LCI](#) pour avoir des ressources qui vous aideront à réaliser votre programme de RP.
- Discuter de votre plan – Réunissez-vous avec le président de votre club et avec les présidents de commission chargés des différents projets et événements de votre club.
- Faire preuve de persévérance – Vos efforts pour faire connaître votre club ne réussiront pas du jour au lendemain; il faut laisser agir le temps.
- Archiver – Conservez dans vos archives les noms de ceux à qui vous avez envoyé des communiqués de presse et de ceux qui les ont utilisés. Gardez les articles sur votre club. Notez le nom de la publication et la date sur la coupure. Enregistrez les entretiens et autres documentaires radiodiffusés et télédiffusés et partagez-les avec votre club.

- Tenir le club au courant – Présentez régulièrement des rapports sur les efforts et résultats de votre programme de relations publiques aux réunions de club. Écrivez des articles sur les programmes de relations publiques et leurs résultats dans le bulletin de votre club. Expliquez les bienfaits que de bonnes relations publiques ont pour votre club.

## Comment déterminer ce qui vaut la peine d'être publié ?

Les nouvelles offrent des informations sur des activités ou événements qui sont susceptibles d'intéresser ou de faire participer le public tels que l'inauguration d'un nouveau parc Lions. Certaines œuvres, tout en étant fort utiles, ne valent pas forcément la peine d'être publiées. Pour savoir ce qui est vaut la peine d'être publié, posez-vous la question « Est-ce qu'un non Lion trouverait cela intéressant ou utile? ». Les messages d'intérêt public fournissent des informations spécifiques à un sujet susceptible d'aider ou d'assister le public, tel que la description des signes avertisseurs du diabète ou les bienfaits du bénévolat.

Décidez lesquelles de vos activités ont une dimension particulièrement intéressante et qui pourraient être promues auprès des médias. Pour être considérées dignes de publicité, les manifestations ou activités doivent tomber à point nommé et :

- Améliorer votre communauté (parcs, programmes scolaires).
- Faire participer le grand public ou d'autres groupes locaux (collectes de fonds, récolte de lunettes usagées).
- Apporter un service au public (dépistages oculaires/ médicaux, lutte contre les toxicomanies).

Lisez les journaux locaux, regardez les actualités à la télévision et écoutez différentes stations de radio locales pour avoir une idée de ce qui intéresse la presse parlée et écrite.

Impliquez-vous dès que possible dans la planification des projets du club pour évaluer leur potentiel médiatique. Voici quelques exemples d'activités qui pourraient intéresser les médias :

- Des programmes qui viennent en aide à des groupes locaux tels que les malvoyants, les personnes handicapées et âgées
- Les programmes pour jeunes tels que le Concours d'Affiches de la Paix du Lions International, les bourses d'études

- Les collectes de fonds spéciales, les événements marquant les anniversaires de club et les dons majeurs
- Les subventions de la Fondation du Lions Clubs International (LCIF), les secours à la suite d'une catastrophe
- Les élections de club, la mise en valeur des bénévoles, la valorisation des Compagnons de Melvin Jones
- Les projets pour la saison des fêtes

Consultez le site Internet du LCI pour voir les [guides d'activités](#) qui donnent des idées sur l'organisation des différents programmes et les RP pour les promouvoir.

## Comment prendre contact avec les médias ?

Dressez une liste de tous les journaux, stations de radio et chaînes de télévision dans votre région en notant les adresses postales, courriels et numéros de téléphone. Téléphonnez au bureau de chaque journal pour avoir les noms des rédacteurs ou journalistes à qui il faudrait envoyer les informations sur les activités Lions.



Vérifiez l'orthographe exacte et renseignez-vous sur les dates limites à respecter. Demandez aussi comment leur faire parvenir ces informations: par la poste, par courriel ou par fax.

En général, il faut les envoyer aux personnes suivantes :

- Rédacteur en chef de petits quotidiens ou journaux hebdomadaires
- Journaliste chargé des événements locaux des grands quotidiens
- Directeur des actualités et/ou des services publics des stations de radio ou chaînes de télévision

Chaque histoire qui parle du Lions ne sera pas forcément publiée ou diffusée. Le rédacteur d'un journal local ou le directeur d'actualités d'une station de radio ou d'une chaîne de télévision choisit les histoires qui seront publiées ou diffusées chaque jour. Faites preuve de ténacité. Continuez à rechercher des histoires intéressantes et des points de vue qui ajoutent à l'intérêt de l'article sur les Lions.

## Comment partager les messages Lions avec le grand public ?

Servez-vous des différents outils et ressources de RP suivants pour partager votre message avec les médias et le public.

### Communiqué de presse

Les communiqués de presse répondent à six questions clés dans les deux premiers paragraphes : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? et Comment ? Les autres paragraphes fournissent des informations complémentaires par ordre décroissant d'importance. Les communiqués de presse factuels, rédigés simplement sont plus susceptibles d'être publiés. Pour augmenter les chances de diffusion de votre communiqué :

- Assurez-vous qu'il décrit un événement qui vaut la peine d'être annoncé.
- Écrivez des phrases et paragraphes courts en les limitant à une seule idée.
- Servez-vous de citations pour étoffer les informations essentielles. Lorsque vous nommez la source de la citation, précisez le nom de la personne et son titre.
- Indiquez le nom de la personne à contacter en haut de la page ainsi qu'un numéro de téléphone pendant la journée et une adresse courriel.
- Utilisez un format standardisé de communiqué de presse et téléchargez le "[texte modèle de communiqués de presse](#)" du site Internet du LCI. Il est déjà formaté et vous n'avez qu'à remplir les cases vides.
- Au moins quinze jours avant l'événement, distribuez des communiqués de presse aux rédacteurs, journalistes ou directeurs des actualités qui se trouvent sur votre liste de représentants de la presse et qui traitent d'événements tels que celui que vous organisez.
- S'il s'agit d'une manifestation d'envergure, prenez contact avec chaque média une semaine avant l'événement. Proposez de répondre à leurs questions et précisez qu'ils pourront prendre des photos. Montrez-vous positif et enthousiaste, en expliquant pourquoi cet événement peut intéresser leur public.

Lorsqu'un communiqué de presse ne se prête pas à la situation, contactez les représentants des médias locaux pour suggérer à un rédacteur ou à un journaliste de publier un article. Montrez au journaliste qu'il est plus intéressant de retracer une histoire mettant par exemple en avant l'importance du bénévolat dans la communauté, plutôt qu'un événement ou une manifestation spécifique.

## Les entretiens et l'art oratoire

Le porte-parole de votre club devrait pouvoir fournir des renseignements exacts avec enthousiasme et confiance. Voici quelques conseils à suivre pour réussir un entretien :

- Connaissez les faits – Soyez prêt à aller au-delà des questions Qui ?, Quoi ?, Quand ?, Où ? et Comment ? qui sont posées dans les supports de communication.
- Préparez les points essentiels du message – Au lieu de répondre simplement par un oui ou par un non, utilisez la question posée par le journaliste pour introduire les éléments clés du message. Entraînez-vous avant l'entretien à répondre aux questions qui sont susceptibles de vous être posées. Passez en revue les messages clés de l'association qui se trouvent sur son [site Internet](#) et adaptez-les aux messages de votre club.

- Donnez des réponses brèves et claires – Évoquez les points clés au début de l'entretien à travers quelques phrases claires et concises. Si vous ne connaissez pas la réponse à une question particulière, proposez immédiatement de faire des recherches et de revenir vers le journaliste avec vos résultats.
- Mentionnez souvent le nom de votre club – Évitez de dire seulement "je" ou "nous".
- Faites attention à ce que vous dites – Ne faites jamais de commentaires "en toute confiance".
- Habillez-vous correctement – Portez systématiquement votre insigne Lions. Pour la télévision, évitez les rayures, les chemises blanches, les couleurs voyantes et ne portez pas trop de bijoux.
- Souriez. Entamez le dialogue – Montrez au journaliste que vous êtes heureux d'être un Lion.

## La publicité après la manifestation

Rendez publics les résultats de vos programmes et de vos récoltes de fonds, à l'aide de ces méthodes :

- Le communiqué de presse – Préparez un bref message d'une page qui met en évidence les résultats de votre action. Ajoutez des photos.
- La lettre à la rédaction – Écrivez un mot de remerciement à la communauté.
- L'annonce dans le journal – Envisagez de faire publier une petite annonce de remerciement par le journal. De nombreuses publications proposent des prix réduits aux organisations à but non lucratif. Certaines offrent même de publier les annonces gratuitement.

## Messages d'intérêt public

Les annonces d'intérêt public sont de brefs messages (10, 15 ou 30 secondes) que l'on passe gratuitement à la radio et à la télévision comme service à la communauté. Ils doivent être bénéfiques pour cette dernière, et non pas seulement pour votre club.

Le Lions Clubs International a élaboré toute une série de messages d'intérêt public qui couvrent divers sujets et auxquels les clubs ont accès gratuitement, y compris des messages d'intérêt public au format MPEG adaptés à la radiodiffusion, que les chaînes de télévision peuvent télécharger. Consultez le site Internet du LCI pour avoir la liste complète des [annonces d'intérêt public](#).

Lorsque vous rédigez un message d'intérêt général, n'oubliez pas qu'il doit être impérativement bref et clair, étant donné que vous disposez tout au plus de 10 à 30 secondes pour le communiquer. Les messages sur la prévention de la cécité, les services à la jeunesse, les récoltes de fonds au profit de la communauté et les manifestations publiques parrainées par votre club

sont des sujets appropriés. Les messages d'intérêt public doivent :

- Retenir l'attention de votre auditoire.
- Expliquer quels seront les bienfaits pour l'auditoire de faire ce que vous suggérez.
- Dire à l'auditoire où aller, quoi faire, quand le faire et à qui s'adresser pour avoir des informations complémentaires.

D'une façon générale, un message publicitaire de 10 secondes comporte environ 20 mots et un message de 30 secondes en comprend environ 65.

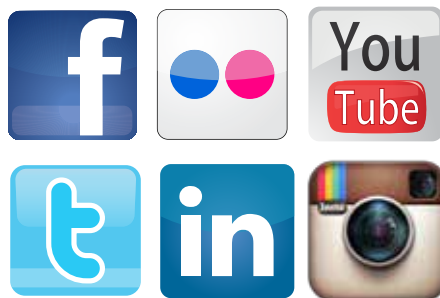
Prenez contact avec le directeur des actualités ou des services publics locales de radio ou de télévision pour connaître les exigences de la station ou de la chaîne en ce qui concerne les délais à respecter et le format et savoir s'il peut vous aider à produire votre message. Les stations de radio ou chaînes offrent souvent des tarifs de production réduits aux organisations à but non lucratif.

### Les chaînes câblées non commerciales

Ces chaînes câblées peuvent diffuser des annonces d'intérêt public, des vidéos sur les activités du club, afficher des annonces sur les manifestations du club et faire participer les membres du club à des entrevues ou discussions. Adressez-vous au directeur des services publics de votre station locale de télévision câblée pour connaître les possibilités.

### Programmes audiovisuels

Présentez une vidéo, telle que LQ (Lions Quarterly), le magazine vidéo trimestriel des Lions, ou diffusez des messages d'intérêt public lors d'événements organisés au sein de la communauté et à l'occasion de rencontres avec d'autres groupes. Regardez nos vidéos sur le site Internet du LCI pour apprendre davantage sur nos services humanitaires. Vous pouvez également regarder des vidéos sur [YouTube](#) et télécharger [LQ](#) sur iTunes.



### Les sites Internet et réseaux sociaux

Les sites Internet et réseaux sociaux sont d'excellentes façons pour votre club de se faire connaître. Utilisez le e-clubhouse pour créer un site Web pour votre club à l'aide de modèles faciles à utiliser et des services d'hébergement gratuits. Une fois votre site e-Clubhouse créé, il est important de le tenir à jour et de l'inclure dans vos documents publicitaires. Des sites de réseaux sociaux tels que Facebook, LinkedIn et Twitter sont excellents pour la promotion des Lions clubs. Veillez à inclure les coordonnées requises, des photos de projets récents, une déclaration d'intention et une liste des manifestations à venir. Visitez [LCI sur l'Internet](#) pour avoir les liens aux médias sociaux sur Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr et LinkedIn.

### Imprimés promotionnels

Dans tout matériel imprimé servant à la promotion de votre événement :

- Répondez aux questions : qui? quoi? où? quand? et pourquoi?
- Exprimez-vous dans un langage clair et concis sans mettre trop de détails.
- Éditez un matériel qui retient l'attention et imprimez-le sur une imprimante à laser ou faites-le imprimer par un professionnel.
- Utilisez des caractères gras et faciles à lire.
- Faites paraître le nom de votre club, ses coordonnées et l'emblème Lions.

Pour la production de vos prospectus et affiches, vous pourrez peut-être négocier avec les services d'impression ou de photocopie afin de bénéficier de tarifs réduits réservés aux organisations à but non lucratif.

Demandez aux membres du club de mettre des dépliants et affiches dans tous les endroits possibles de votre quartier –tableaux d'affichage publics, bibliothèques, vitrines des magasins, arrêts d'autobus, gares, etc. Demandez aux commerçants locaux et aux bureaux gouvernementaux de les offrir au public.





## Photographies

Les photos peuvent rehausser l'intérêt de vos bulletins de club et imprimés promotionnels ou être envoyées aux journaux en même temps que votre communiqué de presse. Préparez un montage de photos des activités de votre club et des gens que vous avez aidés et exposez-les lors d'une manifestation dans la communauté. Lorsque vous prenez des photos, tenez compte des recommandations suivantes :

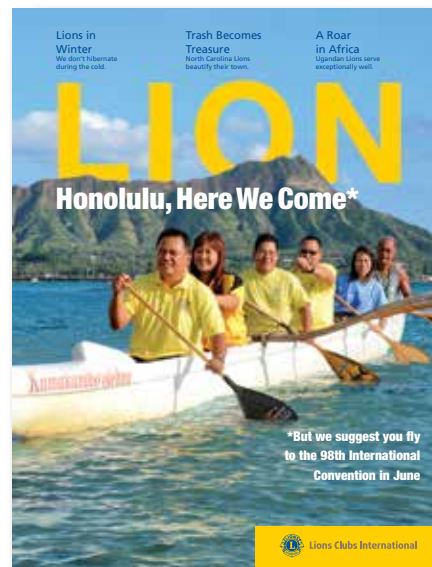
- Servez-vous d'une caméra numérique dans la mesure du possible. Les photos numériques sont faciles à envoyer, enregistrer et stocker. Envoyez-les sous forme de fichiers joints. Il ne faut pas les couper et les coller dans un courriel.
- Utilisez seulement les photos qui sont tout à fait nettes.
- Prenez des photos spontanées plutôt que des photos des gens rangées devant l'appareil. Les photos de groupe peuvent être utilisées dans un bulletin de club mais les photos spontanées sont beaucoup plus intéressantes. De nombreuses publications n'utiliseront pas les photos de pose.
- Si vous devez photographier des gens qui posent, demandez-leur de paraître aussi naturel que possible en accomplissant une tâche particulière. Composez la photo soigneusement pour être sûr de n'exclure personne du cadre.
- Rapprochez-vous autant que possible du sujet.
- Limitez le nombre de personnes et évitez un fond trop encombré.
- Prenez beaucoup de photos et choisissez les meilleures.
- Téléphonnez aux journaux locaux pour savoir s'ils acceptent les photos électroniques et par quelle méthode.
- Envoyez vos photos au siège international en vous servant du formulaire "[Envoyer une photo](#)" sur le site Internet du LCI.

## Magazine LION

Envisagez d'être reconnu à l'échelle nationale pour une action menée à bien par votre club en envoyant des articles et photos au magazine LION. Les articles envoyés ne seront pas tous publiés. Toutefois, les conseils suivants peuvent vous être utiles lorsque vous envoyez vos témoignages :

- Fournissez les descriptions détaillées – qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment – sur les oeuvres sociales ou collectes de fonds réalisées par votre club.
- N'envoyez pas d'images dont le format est conçu pour Internet. Les images Web sont trop petites et n'offrent pas le niveau de résolution requis par le magazine LION.
- Utilisez des photos nettes et naturelles, qui montrent les Lions participant au projet. Veillez à identifier chaque personne présente sur les photos.
- N'envoyez pas de photos formelles (i.e. des personnes serrant la main, des présentations de chèques, ainsi de suite).
- Ne manquez pas de préciser les coordonnées d'une personne qui connaît bien le projet et avec qui on peut prendre contact.
- Le magazine [numérique LION](#) qui a été amélioré comprend des vidéos, témoignages, documents supplémentaires et liens.
- L'application du magazine LION vous donne la possibilité de lire le magazine LION sur votre téléphone portable Android ou votre tablette iPad.

Les articles et photos qui remplissent les critères indiqués ci-dessus peuvent être expédiés au magazine LION, 300 W 22nd Street, Oak Brook, IL 60523, États-Unis ou transmis par [courriel](#). Il faut souvent attendre une année pour voir paraître les articles qui sont choisis.



## Quelles autres idées y a-t-il pour faire de la publicité ?

Il existe de nombreuses autres façons de faire connaître votre club et ses activités à la communauté. Si votre club parraine un événement communautaire, pensez à essayer ces méthodes :

- Demandez à ce que ces informations soient mentionnées sur le site Internet ou bulletin d'affichage de la ville.
- Distribuez des brochures ou dépliants sur votre club et ses activités. S'il s'agit d'une collecte de fonds, distribuez des renseignements sur la manière dont les fonds collectés seront utilisés.
- Posez l'emblème Lions de manière très visible sur tout le matériel et affichez-le lors de toutes vos manifestations de club.

Même si votre club ne prévoit pas de manifestation particulière, vous pouvez :

- Porter votre insigne et vos tenues vestimentaires Lions.
- Faire paraître le nom de votre club et le numéro de téléphone d'une personne avec qui prendre contact, dans les annuaires téléphoniques locaux. Veillez à ce que ces précisions soient à jour.
- Faire insérer des informations sur votre club dans la "pochette d'accueil" offerte par les agences ou chambres de commerce locales.
- Inviter les organisations communautaires à présenter des informations sur leurs activités lors de vos réunions de club et leur proposer de présenter des informations à leurs réunions.



- Exposer les affiches locales du Concours d’Affiches de la Paix dans une bibliothèque ou un centre communautaire.
- Demander aux officiels municipaux et du secteur scolaire d’inclure des informations sur votre club dans leurs bulletins surtout si vous parrainez un projet communautaire ou dans une école, tel que le Concours d’Affiches de la Paix, un dépistage des troubles de la vue ou du diabète, la construction d’un centre de loisirs, etc.
- Eriger un panneau d’autoroute à la sortie de votre ville. Le maintenir en bon état. Les panneaux d’autoroute sont disponibles à l’achat au [Service de la Vente de Fournitures de Clubs](#).
- Offrir un abonnement au magazine LION à la bibliothèque municipale. Prenez contact avec le [Centre de services aux effectifs](#) ou téléphonez au 630-203-3830 pour avoir les précisions sur la façon de s’abonner.

## Quelles sont les ressources proposées par le siège international ?

Toute une gamme de matériel est mise à votre disposition pour vous aider à développer le programme de relations publiques de votre club pour l’année. Consultez la page [“Communiquer vos activités”](#) dans la section “Ressources” du Centre pour Effectifs sur le site Internet du LCI.

**Modèles de communiqué de presse :** Toute une gamme de modèles de communiqués de presse téléchargeables vous est offerte sur le site Internet du LCI.

**Messages et questions clés :** Lorsque vous parlez de votre Lions club ou de l’association aux délégués de la presse et à d’autres concitoyens, il est utile de connaître les messages que vous tenez à communiquer.

Des messages clés sont disponibles sur le site Internet du LCI pour vous aider à préparer des entretiens et exposés où les délégués de la presse pourraient être présents. Ceux-ci sont aussi utiles pour faire des exposés aux groupes, écoles et autres organisations. Certaines questions clés et les réponses suggérées en font partie. Exercez-vous à répondre à ces questions avec vos membres Lions et rappelez-vous de toujours accentuer le côté positif des choses.

**Feuille d'informations :** Ces publications contiennent des informations à jour sur l'association et son histoire et sont téléchargeables dans toutes les langues de l'association à partir de son site Internet, ou des exemplaires de celles-ci peuvent être commandés à la [division des relations publiques et de la communication](#).

**Feuille de renseignements historiques :** Ce document contient des informations à jour sur l'association et son histoire et est téléchargeable dans toutes les langues de l'association à partir de son site Internet, ou un exemplaire peut être commandé à la [division des relations publiques et de la communication](#).

**Logos et graphismes :** Les logos du LCI et de la LCIF et les logos des programmes sont disponibles dans différents formats (TIF, GIF, JPG, EPS, AI) téléchargeables à partir du site Internet du LCI.

**Vidéos Lions :** Les vidéos Lions (LNN) contient toutes les annonces d'intérêt public et vidéos publiées par le LCI et la LCIF. Vous pouvez regarder et commander des vidéos à partir de cette section du site Internet du LCI.

**LQ (Lions Quarterly), le magazine vidéo trimestriel des Lions :** Ce bulletin d'actualités paraît quatre fois par an (janvier, avril, juillet et octobre) et raconte des histoires touchantes des Lions clubs à travers le monde qui oeuvrent pour améliorer leur communauté et la vie de leurs concitoyens. D'une durée d'environ 14 minutes, cette présentation peut intéresser les non-Lions autant que les Lions et être présentée sur les chaînes locales de télévision en câble.

**Guide de ressources Lions en ligne :** Trouvez des ressources concernant les sites e-Clubhouse, forums, Facebook, Twitter, Blogs, et bien plus.

**Newswire :** Ce bulletin électronique mensuel, couvrant les plus récents programmes, actualités et informations provenant du siège international, est disponible sur le site Internet du LCI. Les informations qu'il renferme peuvent être utilisées dans les publications de club, de district et de district multiple.



**Concours international d'affiches de la paix Lions** Le Concours international d'affiches de la paix est un programme « clés en main » qui fait la promotion de la paix, encourage les jeunes et favorise de bonnes relations publiques. Consultez le site Internet du Lions International pour en savoir plus à ce sujet, passer en revue les règles du concours et voir les précédents lauréats. Achetez une [trousse du concours d'affiches de la paix](#) (PPK-1) au service de la vente des fournitures de clubs en ligne ou téléphonez au (630) 571-5466. A partir des États-Unis, du Porto Rico, des Îles Vierges américaines et du Canada, téléphonez au (800) 710-7822.

**Comment faire publier un article dans le magazine LION :** Cette publication fournit des suggestions pour la rédaction d'articles pour le magazine LION et des conseils sur la façon de prendre de bonnes photos.

Pour avoir de plus amples renseignements, adressez un courriel à la division des relations publiques et de la communication ou téléphonez au (630) 468-6817.

Pour proposer un article, [adressez un courriel au](#) service chargé du magazine LION ou téléphonez au (630) 468-6909.



## Lions Clubs International

Public Relations  
Lions Clubs International  
300 W 22ND ST  
Oak Brook IL 60523-8842 USA  
[www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org)  
[pr@lionsclubs.org](mailto:pr@lionsclubs.org)  
Tél : +1 630.571.5466

PR-710 FR 11/17