



**Association Internationale des Clubs Lions
District Multiple « U »**

Louis Bourassa

Gouverneur sortant 2008-2009

(Club Lions de St-Raymond)

823, route de Chute Panet, St-Raymond (Québec) G3L 4P1

Rés. : (418) 337-7624 Téléc. : (418)337-7624

Courriel : christiane.louis@cite.net



8)

Rapport Commission plan de marketing

a) Liste des différents outils de communication utilisés par les clubs auprès :

Des membres du club :

- ◇ Bouche à oreilles
- ◇ Procès verbaux
- ◇ Bulletin
- ◇ Réunions
- ◇ Vidéos

De la population :

- ◇ Communiqué de presse
- ◇ Conférence de presse
- ◇ Articles dans les journaux
- ◇ Encarts publicitaires
- ◇ Outils promotionnels (feuillets, signets, suçons, canne blanche, etc.)
- ◇ Affiches
- ◇ Panneaux réclames
- ◇ Panneaux signalitiques
- ◇ Radio
- ◇ Télévision
- ◇ Site internet
- ◇ Veste Lions

Des personnes que nous
Aimerions recrutées :

- ◇ Contact personnel
- ◇ Journaux
- ◇ Panneaux réclames
- ◇ Lettre personnelle
- ◇ Feuille

Comme nous pouvons le constater, nous avons beaucoup d'outils à notre disposition pour faire connaître ce que nous faisons comme aide à notre communauté.

Le choix des outils, la fréquence, etc. appartiennent à chacun des clubs. Malgré tous nos efforts beaucoup de personnes ne savent pas ce que font les Lions.

Posons-nous ces questions : Connaissons-nous tous les organismes qui oeuvrent sur notre territoire ? Pouvons-nous dire exactement ce qu'ils font ?

Ce qui est important, c'est d'informer notre population. Cependant, nous devons mieux cibler les personnes que nous voulons rejoindre comme bénévole, futur membre, commanditaires, etc.. Voilà le vrai défi.

b) Liste des différents outils de communication utilisés par les zones auprès :

Des membres :

- ◇ Visite interclubs
- ◇ Activités conjointes
- ◇ Projet spécifique à la zone
- ◇ Visite du président de zone

De la population :

- ◇ Communiqué de presse
- ◇ Conférence de presse
- ◇ Articles dans les journaux
- ◇ Articles promotionnels
- ◇ Radio
- ◇ Télévision
- ◇ Visite lions lors d'activité

Des futurs membres :

La zone 44 est organisée un événement où l'ensemble des membres de leurs clubs sont présents ainsi que certaines personnes invitées en tant que candidat possible à titre de membre Lions.

c) Liste des différents outils de communication utilisés par les régions

Selon mon information, il ne semble pas y avoir de communication spécifique venant des régions.

d) Liste des différents outils de communication utilisés par les districts auprès :

Auprès des membres :

- ◇ Réunion du cabinet
- ◇ Président de zone lors de ses réunions de consultation et ses visites de clubs
- ◇ Présidents de club
- ◇ Bulletin du gouverneur (écrit, électronique)
- ◇ Courrier électronique (courriel, e-mail) du gouverneur
- ◇ Information transmise par les différentes commissions
- ◇ Site internet
- ◇ Congrès du district

Auprès de la population :

- ◇ Lorsqu'à l'occasion la visite du gouverneur est mentionnée dans les médias locaux.
- ◇ Lors de la présence du gouverneur à certaines activités où la population est invitée.

e) Liste des différents outils de communication utilisés par le district multiple auprès :

Des membres :

- ◇ Réunion du conseil des gouverneurs
- ◇ Bulletin écrit ou électronique du président du conseil
- ◇ Transmission de l'information par les gouverneurs lors de la réunion du cabinet.
- ◇ Transmission de l'information par les présidents de zone aux des présidents de club qui informe les membres.
- ◇ Information transmise par les différentes commissions
- ◇ Site internet du DM «U »
- ◇ Congrès DM « U » soit le Rendez-vous

Les outils de communication présentement utilisés coûtent de zéro à quelques milliers de dollars.

Alors, il est impératif que chaque club se dote d'un responsable des relations publiques qui élabore un plan de promotion, selon les moyens et objectifs du club, et voit à sa réalisation.

Cela étant fait, il y aurait lieu de se poser la question : Avons-nous la volonté ?

Nous avons une difficulté supplémentaire lorsque nous arrivons au niveau de la zone, de la région, du district et du district multiple. Quel message véhiculé ? Avons-nous un projet commun qui rallie l'ensemble de tous les clubs du DM « U », projet que nous pourrions véhiculer au niveau de toutes les instances. Projet qui enflamme les Lions de tous les districts. *Promouvoir les valeurs de respect, de confiance, d'attitude positive dans les discussions dans un esprit d'amitié serait nécessaire pour que les Lions puissent développer éventuellement un projet rassembleur.* Nous combattons la cécité évitable, donnons-nous une vision commune.

Mission

Combattre la cécité évitable dans le monde et aider les handicapés visuels

Moyens que nous utilisons :

- ◇ LCIF par l'entremise de SightFirst I et II
- ◇ Fondation Leader Dogs
- ◇ Fondation des Lions du Canada (3 volets)
- ◇ Fondation des Clubs Lions du Québec (prévention du diabète infantile)
- ◇ Canne blanche (aide aux handicapés visuels)
- ◇ Fondation des maladies de l'œil (recherche sur la rétinopathie oculaire, greffe de cornée,,)
- ◇ Collecte de lunettes usagées

Documentation relations publiques disponible sur le site de l'Association internationale :

- Guide du président de **district** de la commission des relations publiques
- Guide du président de la commission des relations publiques du **club**
- Programme de subventions parallèles pour les relations publiques

Comment accéder à ces documents ?

Site : <http://www.lionsclubs.org/FR/index.shtml>

Cliquez sur les onglets :

- « Ressources » en haut de l'écran
- « Publications » en deuxième ligne en haut de l'écran
- « Relations publiques » dans la rubrique « Plus d'informations » à droite de l'écran

Recherchez les rubriques Guides et Subventions pour y retrouver les documents précités.

Lions Louis Bourassa, PDG
Commission du marketing

Rapport - plan de marketing - novembre 2008.doc