



# Lions Clubs de France

# Guide de la Communication

---

Commission Communication et Marketing



Lions Clubs de France

# Comment utiliser ce guide

---

Ce manuel contient des éléments normalisés approuvés du système d'identité visuelle et verbale du Lions Clubs International. Il a été préparé pour assurer le succès de cette identité.

Veillez utiliser et respecter ces lignes directrices, qui sont fondamentales mais suffisamment souples pour permettre l'expression individuelle.

# Table des matières

## 1.// La marque

1. [Utilisation de la marque](#)
2. [Textes et éléments de langage](#)
3. [Nos messages France](#)
4. [Thème du Président International](#)

## 2.// Les logos

1. [Emblème et signatures](#)
2. [Logos utilisables](#)
3. [Logos interdits](#)
4. [Autres logos](#)
5. [Les icônes des causes](#)

## 3.// La charte

1. [Les couleurs](#)
2. [Les polices d'écriture](#)
3. [Les éléments graphiques](#)

## 4.// Les modèles à personnaliser

1. [Bandeaux réseaux sociaux](#)
2. [Dossier de presse](#)
3. [Papier en-tête](#)
4. [Carte de visite](#)
5. [Affiche personnalisable](#)
6. [Modèle Powerpoint](#)
7. [Signature mail](#)

## 5.// Les visuels officiels

1. [Affiches officielles](#)
2. [Visuels réseaux sociaux](#)
3. [Visuels Journée LCIF et Lions](#)
4. [Affiches concours](#)
5. [Les cartes de vœux](#) 
6. [Le dépliant Triptyque](#) (général + personnalisable)

## 6.// Les supports PLV

1. [Roll-ups officiels](#)
2. [Roll-ups « Causes »](#)
3. [Roll-ups Journée LCIF et Lions](#)
4. [Flammes et kakemonos](#)
5. [Les panneaux et plaques](#)

## 7.// La boutique en ligne

1. [Online-Printers](#)
2. [Gilets Bouton d'or](#) 

## 8.// Le digital

1. [L'annuaire France](#)
2. [My Lion](#)
3. [Les réseaux sociaux](#)

## 9.// Les photos / vidéos

1. [Conseils pour les photos](#)
2. [Les photos Internationales](#)
3. [Banques d'images gratuites](#)
4. [Les droits d'auteurs](#)
5. [Le droit à l'image](#)
6. [Les vidéos](#)

## 10.// La L.C.I.F.

1. [La Fondation Internationale du Lions Clubs](#)
2. [Les logos](#)

## 11.// Les actions jeunesse

1. [Les Y.E.C.](#)

## Contacts

# 1.0 // La marque

# 1.1 Utilisation de la marque Lions

## La marque Lions International

La marque Lions International associe le **Lions Clubs International** et la **Fondation du Lions Clubs International (LCIF)** sous une même marque générique (ou marque ombrelle) afin d'optimiser notre communication sur notre action commune et son impact,

## Utilisation de la marque

Lions International sert de marque principale et sera la marque à utiliser en priorité lorsque l'on parlera en même temps de notre association et de notre fondation. Il existe toutefois quelques exceptions majeures qui nécessiteront l'emploi de la marque Lions Clubs International ou de la marque Fondation du Lions Clubs International en raison d'activités d'exploitation et de restrictions associées à leurs statuts respectifs d'organisation à but non lucratif. Pour l'administration fiscale américaine, le Lions Clubs International est une organisation classée IRS 501(c)(4) et la Fondation du Lions Clubs International est classée IRS 501(c)(3). Consultez le tableau ci-dessous pour déterminer quelle marque utiliser.

	Utilisation principale	Notes
 <b>Lions International</b>	À utiliser dans toutes les situations autres que celles indiquées ci-dessous.	La marque que nous utilisons pour parler aux Lions et au monde.
 <b>Lions Clubs International</b>	À utiliser pour tout ce qui concerne la gouvernance interne Lions et les efforts de plaidoyer législatif.	Faire connaître le Lions, des projets ou les causes de service n'est pas considéré comme un plaidoyer législatif. Lions International doit donc être utilisé.
 <b>Lions Clubs International FOUNDATION</b>	À utiliser pour les programmes, communications et campagnes exclusivement axées sur la collecte de fonds et les subventions de la LCIF.	<p>Il est possible de parler de l'actualité, des programmes et des réussites de la LCIF sous la marque Lions International si la LCIF est clairement mentionnée.</p> <p>Les appels aux dons en faveur de la LCIF peuvent être inclus en tant que message secondaire dans d'autres communications en utilisant la marque Lions International (ex : bulletins d'information).</p>

# 1.2 Textes et éléments de langage

## Notre devise

Nous servons - « We serve » en anglais

Interdiction d'utiliser uniquement « Servir », ni « Servir d'abord » (qui est la devise du Rotary)

## Citation 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 ».*

*Exemples de textes pouvant être utilisés dans les communications, les campagnes et les promotions*

## Notre déclaration de mission

Une déclaration formelle de notre but organisationnel et de nos objectifs humanitaires. À utiliser avec Lions International, Lions Clubs International et Fondation du Lions Clubs International



Donner aux Lions clubs, à leurs membres et à leurs partenaires les moyens d'agir pour la santé et le bien-être, de renforcer les liens au sein des collectivités, d'apporter un soutien à ceux qui en ont besoin dans le monde entier par le biais du service humanitaire et de subventions, et d'œuvrer pour la paix et l'entente internationale.

## Notre accroche

Un message destiné au public qui indique rapidement au monde ce que nous faisons. À utiliser avec Lions International.



**Au service d'un monde en nécessité.**

## Nos piliers de mission

Les piliers de mission donnent une vue d'ensemble des principales formes de notre service. Ils s'élèvent au-dessus des causes individuelles et des projets spécifiques pour exprimer de façon claire ce que nous réalisons par notre service. À utiliser avec Lions International, Lions Clubs International et Fondation du Lions Clubs International.



**Améliorer la santé et le bien-être**  
**Renforcer les communautés**  
**Aider les personnes dans le besoin**

## Texte standard à propos du Lions International

À utiliser quand une vue d'ensemble plus officiel de l'organisation est nécessaire, par exemple pour des communiqués de presse ou des documents officiels.



Lions International désigne le Lions Clubs International et la Fondation du Lions Clubs International. Grâce au service de 1,4 million de membres dans 49 000 clubs et aux subventions octroyées par notre fondation, les Lions relèvent certains des plus grands défis auxquels sont confrontées nos communautés et notre monde. Nous améliorons la santé et le bien-être, renforçons les communautés et soutenons les personnes dans le besoin, localement et à l'échelle mondiale. Le Lions International sert un monde de besoins. Découvrez qui nous sommes et notre action sur [lionsclubs.org](https://lionsclubs.org).

## Style d'énoncé

Utilisez un énoncé d'explication de Lions International.

Le **premier énoncé** le plus général doit être utilisé dans la plupart des cas



Grâce au service de 1,4 million de membres et aux subventions octroyées par notre fondation, le Lions International...

Le **second énoncé** doit être utilisé lorsque les organisations doivent être mentionnées



Grâce au service des 1,4 million de membres du Lions Clubs International et aux subventions octroyées par la Fondation du Lions Clubs International, le Lions International...

*Ne jamais abrégé Lions International par « LI ».*

# 1.3 Nos messages France

## Notre message principal

« Ensemble, façonnons notre avenir »

## Nos messages complémentaires

- *Moi aussi je bouge pour ma planète*
- *Moi aussi je passe à l'action*
- *Moi aussi je suis responsable de demain*
- *Moi aussi je donne du sens au quotidien*
- *Moi aussi je m'engage dans ma ville*
- *Moi aussi je donne de mon temps*
- *Moi aussi je suis un citoyen engagé*
- *Moi aussi je rejoins un club du Lions International*

## Notre déclaration de mission

- *Donner les moyens aux bénévoles de servir leur communauté*
- *Répondre aux besoins humanitaires*
- *Favoriser la paix*
- *Promouvoir la compréhension internationale*



[Retrouvez tous les visuels en téléchargement en page 33](#)

# 1.4 Thème du Président International

Quel est le thème de la Présidente HILL pour cette année ?

"Nous servons" reste le thème présidentiel cette année et le sera chaque année à venir.  
Le président international décline aussi ce thème de façon unique dans sa vision pour l'année.

Ainsi, la **Présidente Patti Hill** a choisi « **Changer le monde** » pour exprimer sa vision personnelle.



**Patti HILL**  
*Présidente Internationale*

Accès pour télécharger les vidéos, insignes, logos officiels de la Présidente Patti Hill



## 2.0 // Les logos

## 2.1 Emblème et signatures

### L'emblème

L'emblème du Lions International reflète le caractère contemporain et évolutif de l'organisation, tout en célébrant son histoire et sa renommée internationale.

De subtiles mises à jour ont modernisé cet emblème et considérablement amélioré sa lisibilité et sa reproductibilité. Le seul emblème acceptable est celui présenté ici. Il ne doit en aucune façon être modifié. Il doit être reproduit à partir d'images de qualité professionnelle ou de fichiers numériques haute résolution.

L'emblème Lions International a été conçu pour fonctionner en tant qu'élément d'un système visuel flexible et cohérent. La combinaison de l'emblème et de la désignation s'appelle la signature.

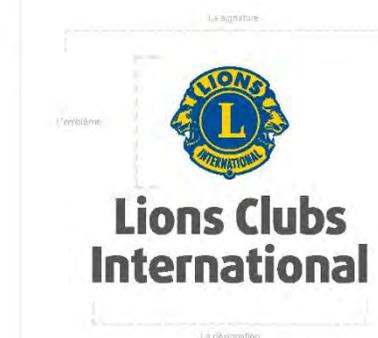


Accès au site international  
pour télécharger les logos



### La signature

La signature est l'élément principal de l'identité. Elle se compose de deux éléments : l'emblème et la désignation. Les signatures montrées ici sont les deux configurations primaires. Ce sont les options à privilégier dans toutes les utilisations.



Il est également possible de rogner l'emblème de cette façon :



Exemples :



## 2.2 Logos utilisables

Les logos peuvent être téléchargés sur le site du Lions International ou sur celui du Lions Clubs de France :

- 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)

 <p>Bicolore</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Bicolore, noir/blanc</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Monochrome, bleu</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Leo, bicolore</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Leo Alpha, bicolore, texte gris</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Leo Alpha,, bicolore, texte blanc</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">PNG</a></p>
 <p>Monochrome, noir</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Monochrome, blanc</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">PNG</a></p>	<p>Accès au site international pour télécharger les logos</p>		 <p>Leo Omega, bicolore, texte gris</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">JPG</a> <a href="#">PNG</a></p>	 <p>Leo Omega, bicolore, texte blanc</p> <p><a href="#">EPS</a> <a href="#">PNG</a></p>





*Accès au site international  
pour télécharger les logos*



# 2.3 Logos interdits

## Les logos à ne pas utiliser

Les exemples ci-dessous montrent des configurations, des traitements et des manipulations inacceptables des signatures. Cette liste n'est pas exhaustive.

Éviter toute distorsion.



Ne pas reconfigurer les éléments.



Ne pas modifier les couleurs.



Ne pas masquer les couleurs.



Ne pas changer de police.



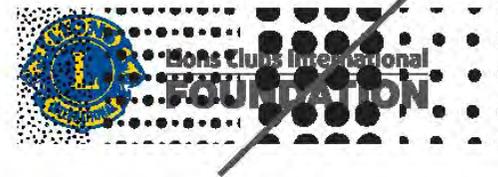
Ne pas couper la signature.



Ne pas incliner.



Ne pas placer le logo sur un motif.



## Anciens logos et emblèmes interdits

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.



## 2.4 Les autres logos

### Création de logos spécifiques

Les logos de clubs doivent être de préférence créés aux formats indiqués en page 8. 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.
- Le texte et autres éléments graphiques ne doivent pas recouvrir une 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'elle apparaît positionné par-dessus d'autres éléments. Il ne doit pas comporter des éléments qui viendraient s'y attacher.

#### Acceptable



Texte séparé de l'emblème



Texte séparé de l'emblème



Emblème au premier plan



Texte séparé de l'emblème



Texte séparé de l'emblème

#### Inacceptable



Emblème entouré



Emblème entouré



Couleur inacceptable



Couleur inacceptable



Superposition graphique sur l'emblème

## 2.5 Les icônes

### Une icône pour chaque cause

Chacune de nos causes mondiales a son icône.

À utiliser dans toute promotion de l'une d'entre elles, pour créer une identité de marque exclusive.

Lorsque toutes les causes sont présentées en même temps, toutes les icônes doivent être incluses ou aucune.

Accès au site international  
pour télécharger les logos

 Télécharger



CANCER INFANTILE



DIABÈTE



AIDE AUX VICTIMES DE  
CATASTROPHE



ENVIRONNEMENT



SOUTIEN HUMANITAIRE



MALNUTRITION



SANTÉ OCULAIRE



JEUNESSE

## 3.0 // La charte

# 3.1 Les couleurs



## Palette principale

La palette principale du Lions International se compose de bleu, de jaune et de violet. Ces couleurs ont été choisies pour s'harmoniser à la nouvelle version de l'emblème tout en maintenant une image de marque distincte. La palette principale doit être utilisée pour les grandes plages de couleurs, la typographie et en tant qu'accents de couleur.



## Palette secondaire

La palette de couleurs secondaire de la Fondation complète notre palette principale. Ces couleurs prolongent la palette principale si nécessaire, et ne sont à utiliser qu'avec parcimonie. Cette palette secondaire offre des couleurs d'accentuation, qui sont un moyen d'ajouter énergie et emphase.

- ✓ En règle générale, les couleurs claires ressortent mieux sur les couleurs foncées. Par exemple, le jaune, le blanc et le gris froid ressortent bien sur les autres teintes plus foncées et plus riches. Lorsque vous placez du texte sur une couleur, assurez-vous toujours du contraste et de la lisibilité du résultat.

**DIABÈTE**

**BLEU**

Pantone® 292  
55C 16M 0Y 0K  
104R 177G 226B  
HTML #68B1E2

Pantone® 7461  
96C 41M 5Y 0K  
0R 124G 186B  
HTML #007CBA

**MALNUTRITION**

**ORANGE**

Pantone® 1505  
0C 55M 100Y 0K  
246R 139G 31B  
HTML #F68B1F

Pantone® 0210C  
82M 100Y 0K  
255R 81G 0B  
HTML #FF5100

**AIDE AUX VICTIMES DE CATASTROPHE**

**VIOLET**

93C 99M 0J 0N  
66R 40G 132B  
#422884

88C 61M 0J 0N  
39R 96G 171B  
#2760AB

**ENVIRONNEMENT**

**VERT**

Pantone® 368  
60C 2M 100Y 0K  
118R 188G 33B  
HTML #76BC21

Pantone® 3285  
83C 20M 56Y 3K  
0R 147G 131B  
HTML #009383

**SANTE OCULAIRE**

**VIOLET**

Pantone® 260  
67C 98M 28Y 15K  
103R 38G 102B  
HTML #672666

Pantone® 7650  
51C 98M 37Y 23K  
117R 33G 87B  
HTML #752157

**HUMANITAIRE**

**ROUGE**

0C 84M 73J 0N  
233R 69G 63B  
#E9453F

0C 67M 84J 0N  
237R 110G 49B  
#ED6E31

## Une couleur pour chaque cause

Chacune de nos causes mondiales a une couleur qui lui est associée.

Celles-ci doivent être utilisées dans toute la commercialisation de causes individuelles pour aider à créer une image de marque unique. Lorsque toutes les causes sont présentées, toutes les icônes doivent être incluses, ou aucune.

**CANCER PEDIATRIQUE**

**JAUNE**

Pantone® 7406  
0C 17M 100Y 0K  
235R 183G 0B  
HTML #EBB700

Pantone® 1510C  
59M 100Y 0K  
255R 131G 0B  
HTML #FF8300

**JEUNESSE**

**TURQUOISE**

78C 19M 31J 3N  
10R 151G 169B  
#0A97A9

62C 0M 44J 0N  
99R 189G 164B  
#63BDA4

[Retrouvez toutes les icônes des causes en page 17 >>](#)

## Dégradés de couleurs

Les dégradés de couleurs apportent de la profondeur, de l'éclat et une signification supplémentaire à nos marques visuelles.

Nos dégradés officiels révèlent l'unité et la collaboration inhérentes à l'identité de notre organisation - et font un clin d'œil à l'histoire remarquable de notre marque – en mélangeant intentionnellement les couleurs de notre palette.

- ✓ En règle générale, les couleurs claires ressortent mieux sur les couleurs foncées.  
Par exemple, le jaune, le blanc et le gris froid ressortent bien sur les autres teintes plus foncées et plus riches. Lorsque vous placez du texte sur une couleur, assurez-vous toujours du contraste et de la lisibilité du résultat.

Dégradé solide



Opacité : 100%  
Pantone® 289  
98C 84M 45Y 51K  
13R 34G 64B  
HTML #0D2240

Opacité : 100%  
Pantone® 287  
100C 72M 2Y 12K  
0R 51G 141B  
HTML #00338D

Opacité : 100%  
Pantone® 2612  
64C 100M 11Y 2K  
122R 38G 130B  
HTML #7A2582

Superposition de dégradés



Opacité : 100%  
Pantone® 2612  
64C 100M 11Y 2K  
122R 38G 130B  
HTML #7A2582

Opacité : 100%  
Pantone® 287  
100C 72M 2Y 12K  
0R 51G 141B  
HTML #00338D

Opacité : 5%  
Pantone® 287  
100C 72M 2Y 12K  
0R 51G 141B  
HTML #00338D

## 3.2 Les polices

### Typographie française

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

#### 1 - TW CEN MT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnop  
nopqrstuvwxyz é è à ù % 1 2 3 4 5 6 7 8 9 “ ( § ' ! ) \$ £ + = ? , ; . / :

#### 2 - TW CEN MT ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnop  
nopqrstuvwxyz é è à ù % 1 2 3 4 5 6 7 8 9 “ ( § ' ! ) \$ £ + = ? , ; . / :*

#### 3 - TW CEN MT BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnop  
nopqrstuvwxyz é è à ù % 1 2 3 4 5 6 7 8 9 “ ( § ' ! ) \$ £ + = ? , ; . / :**

#### 4 - TW CEN MT BOLD ITALIC

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnop  
nopqrstuvwxyz é è à ù % 1 2 3 4 5 6 7 8 9 “ ( § ' ! ) \$ £ + = ? , ; . / :***

Accès au site de téléchargement  
gratuit des polices TW CEN MT

 Télécharger

## Typographie internationale

**Helvetica Neue** a été choisie comme police institutionnelle pour les communications du Lions International. Les différentes graisses de cette police permettent flexibilité et créativité.

Helvetica Neue 35 Thin

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 35 Thin Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 45 Light

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 45 Light Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 55 Roman

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 56 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 65 Medium

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 66 Medium Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 75 Bold

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 76 Bold Italic

***Au service d'un monde de besoins***

Helvetica Neue 95 Black

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 96 Black Italic

***Au service d'un monde de besoins***

Helvetica 37 Thin Condensed

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica 37 Thin Condensed Oblique

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 47 Light Condensed

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 47 Light Condensed Oblique

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 57 Condensed

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 57 Condensed Oblique

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 67 Medium Condensed

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 67 Medium Condensed Oblique

*Au service d'un monde de besoins*

Helvetica Neue 77 Bold Condensed

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 77 Bold Condensed Oblique

***Au service d'un monde de besoins***

Helvetica Neue 87 Heavy Condensed

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica Neue 87 Heavy Condensed Oblique

***Au service d'un monde de besoins***

Helvetica 97 Black Condensed

**Au service d'un monde de besoins**

Helvetica 97 Black Condensed Oblique

***Au service d'un monde de besoins***



Sur le plan stylistique, toute mise en page doit comporter une hiérarchie. Pensez à utiliser une police plus grande et en gras pour les titres, d'épaisseur moyenne pour les sous-titres et de moindre épaisseur pour le corps de texte.



Accès au site de téléchargement gratuit des polices HELVETICA NEUE

## POLICE SYSTÈME / PAR DEFAUT

**Helvetica, Arial et Times** ont été choisies comme polices par défaut pour les communications du Lions International.

À utiliser pour le traitement de texte et les communications internes lorsque les polices institutionnelles et secondaires ne sont pas disponibles.

Helvetica

**Au service d'un monde de besoins**

Arial

**Au service d'un monde de besoins**

Times

**Au service d'un monde de besoins**

## POLICE NUMERIQUE / WEB

**Roboto** a été choisie comme police pour les communications numériques du Lions International. À utiliser pour les applications en ligne lorsque les polices institutionnelles et secondaires ne sont pas disponibles

Roboto Thin 100

**Au service d'un monde de besoins**

Roboto Thin 100 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Roboto Light 300

**Au service d'un monde de besoins**

Roboto Light 300 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Roboto Regular 400

**Au service d'un monde de besoins**

Roboto Regular 400 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Roboto Medium 500

**Au service d'un monde de besoins**

Roboto Medium 500 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Roboto Bold 700

**Au service d'un monde de besoins**

Roboto Bold 700 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

Roboto Black 900

**Au service d'un monde de besoins**

Roboto Black 900 Italic

*Au service d'un monde de besoins*

- ✓ Sur le plan stylistique, toute mise en page doit comporter une hiérarchie. Pensez à utiliser une police plus grande et en gras pour les titres, d'épaisseur moyenne pour les sous-titres et de moindre épaisseur pour le corps de texte.

Accès au site de téléchargement gratuit des polices **ROBOTO**



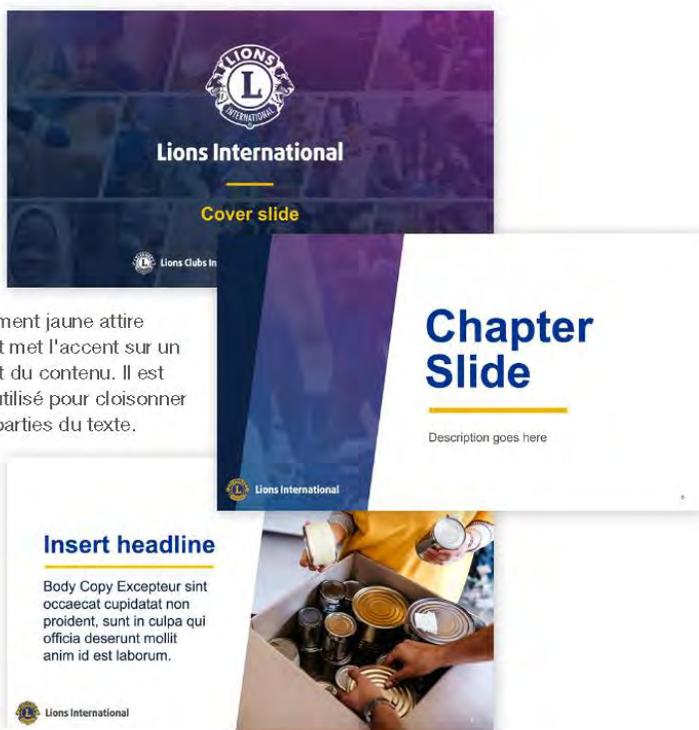
# 3.3 Les éléments graphiques

## Règle horizontale, couleurs et superpositions

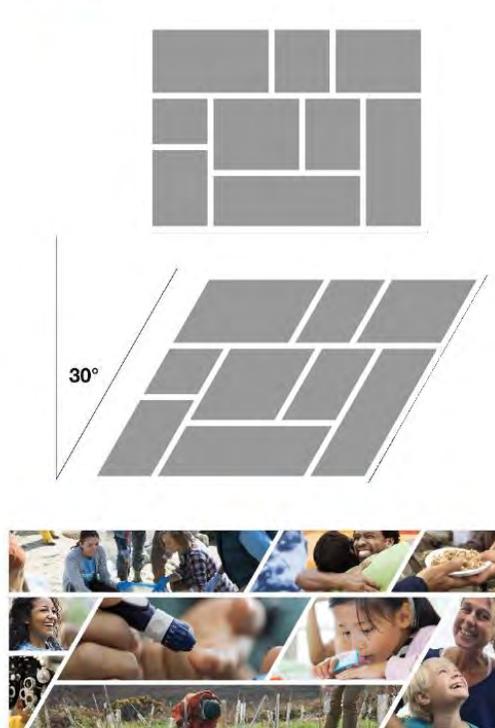
Les techniques suivantes sont essentielles à la qualité de l'aspect général.

Utilisez ces exemples comme guide lors de toute création sous la marque Lions International

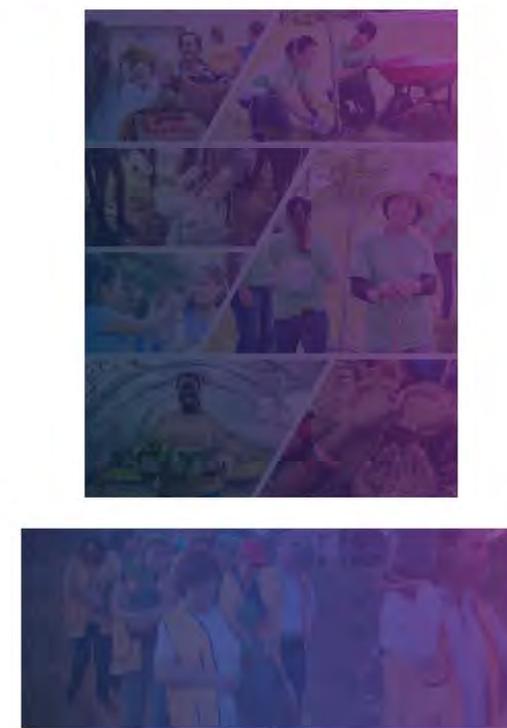
### 1 SOULIGNEMENT EN JAUNE



### 2 INCLINAISON



### 3 REMPLISSAGES ET SUPERPOSITIONS DE COULEURS



## 4.0 // Les modèles à personnaliser

# 4.1 Bandeaux réseaux sociaux

## Des bandeaux de couverture pour vos réseaux sociaux

En s'appuyant sur la communication du Lions International et de sa présidente Patty Hill, des modèles de bandeaux sont à votre disposition. Il s'agit de supports Powerpoint que vous pouvez personnaliser avec votre nom et votre fanion, pour les clubs et pour les districts.

### FACEBOOK Couverture



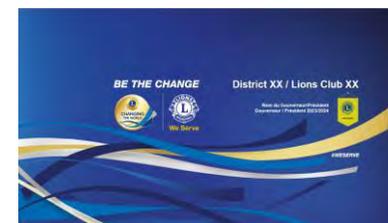
### LINKEDIN Couverture



### TWITTER Couverture



### YOUTUBE Couverture



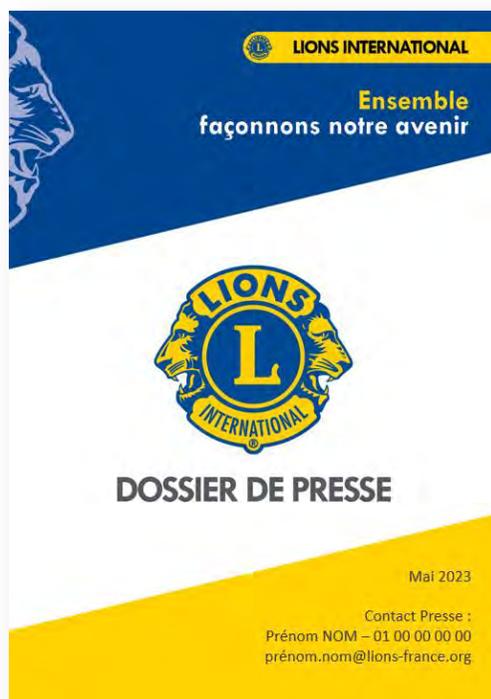
## 4.2 Dossier presse

### 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" du dossier de presse, par vos coordonnées.

N'hésitez pas à demander de l'aide à votre délégué communication de district.



Retrouvez également  
les dépliants triptyques  
personnalisables pour les clubs  
[en page 41](#)

# 4.3 Papier en-tête

Modèle Club (word)



Modèle District (word)



# 4.4 Carte de visite

Carte de visite Club (85x55 mm) (Powerpoint)



 Télécharger

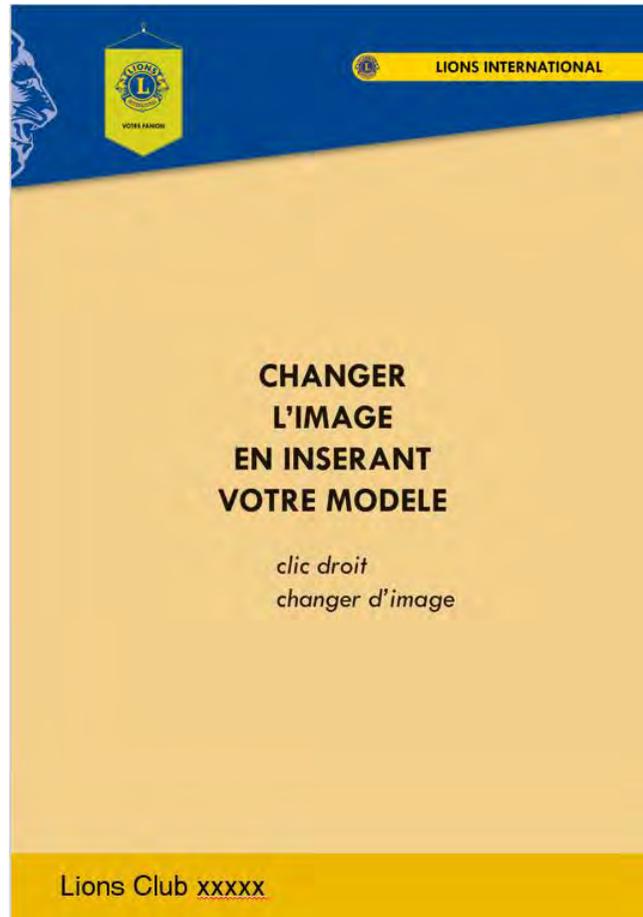
Cartes de visite Gouverneur (85x55 mm)  
Recto Verso / Français Anglais



Sur demande auprès de la commission  
Communication-Marketing  
([loiselsandy@gmail.com](mailto:loiselsandy@gmail.com))

# 4.5 Affiche personnalisable

Affiche A3 ou A4 (Powerpoint)



# 4.6 Modèle Powerpoint



 Télécharger

## 4.7 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 signature - International

**Monica Deepak**  
 Manager // Public Relations  
 ISAAME Regional Office  
 Lions Clubs International Foundation  
 91 471 555555 // direct

.....  
[www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org)  
 #KindnessMatters  
[facebook](#) // [youtube](#) // [twitter](#)  
 .....

### Exemple signature - France

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



**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

**LIONS INTERNATIONAL**  
DISTRICT MULTIPLE 103 - LIONS DE FRANCE

**Ensemble**  
façonnons notre avenir

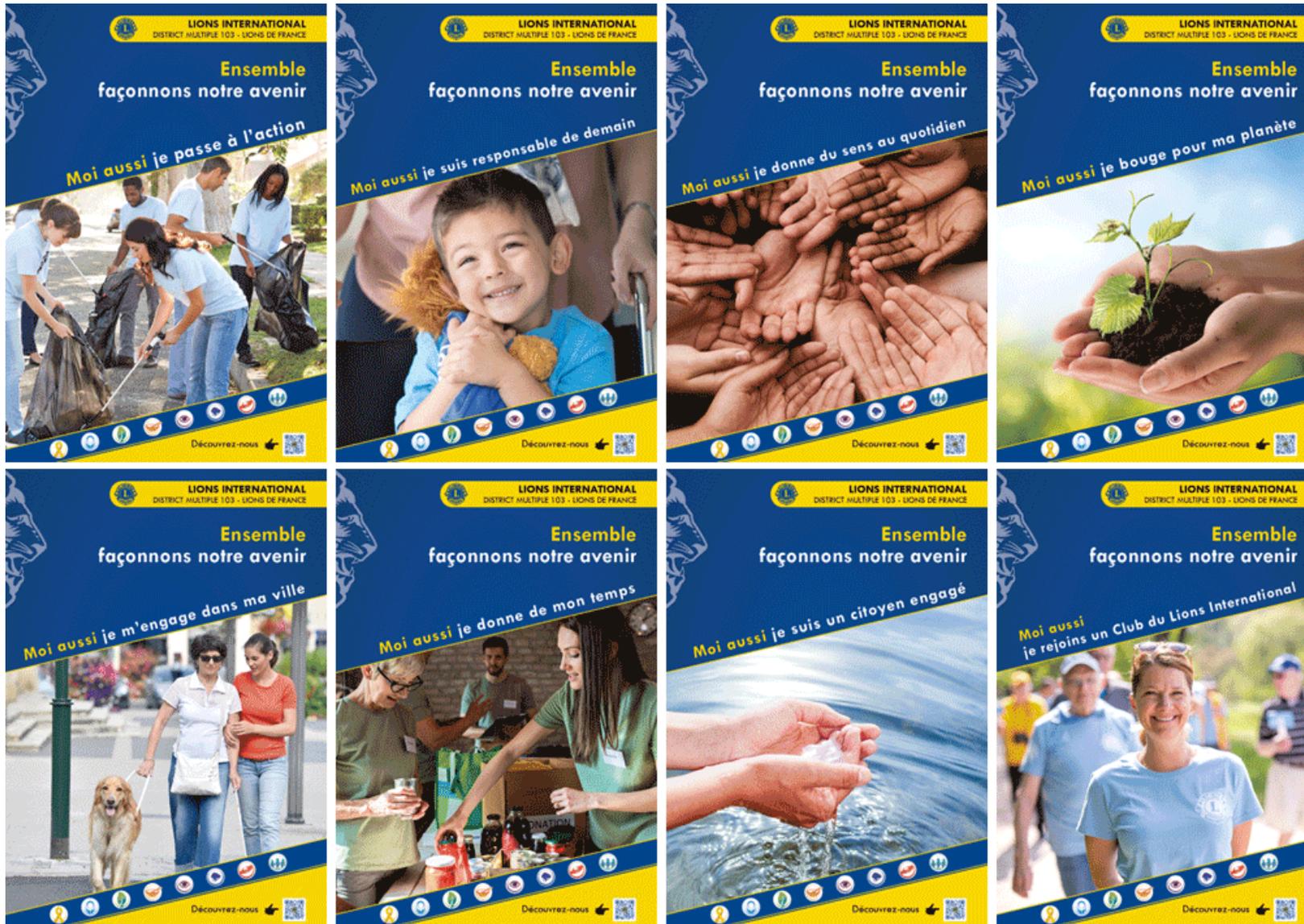
Moi aussi je bouge pour ma planète

Découvrez-nous

# 5.0 // Les visuels officiels

# 5.1 Affiches officielles

Déclinaison sous format Affiches A4 et A3



# 5.2 Visuels réseaux sociaux

Déclinaison sous divers formats pour les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram



- Couverture
- Post
- Stories



- Post horizontal



- Couverture
- Post



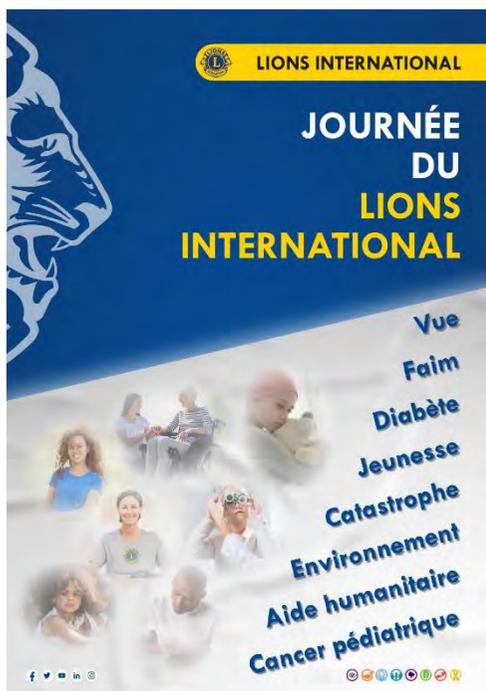
- Post
- Stories
- Carré



# 5.3 Visuels Journée LCIF et Lions Clubs

## Affiches A3 ou A4

### Thème générique



### Thème abeilles



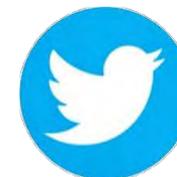
A3



A4



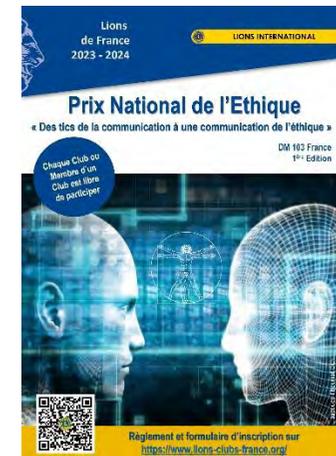
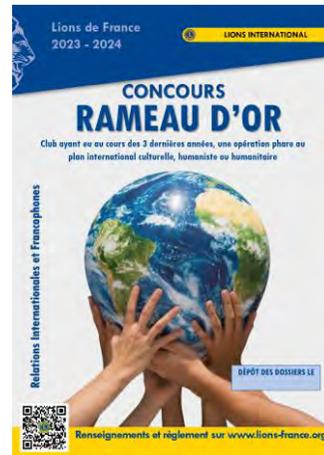
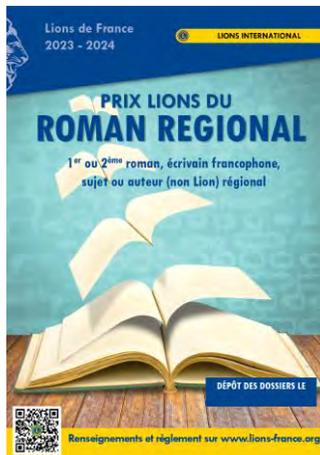
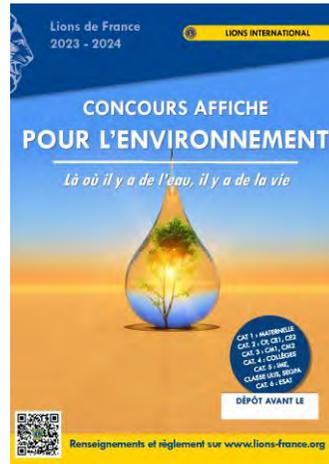
## Réseaux sociaux



[Format Roll'up disponible en page 43](#)

# 5.4 Affiches concours

## Les affiches des concours 2023-2024



## 5.5 Les cartes de vœux

### Les cartes de vœux :

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

### Modèles LIONS



### Modèles LEOS



# 5.6 Dépliant Triptyque



## Dépliant général « présentation du Lions et des causes »

Version à imprimer  
soi-même



Version imprimeur



Pensez à indiquer les  
coordonnées de votre club au  
dos du document PDF



## Dépliant CLUB « présentation de vos actions »

PowerPoint à remplir



*Pensez à indiquer les coordonnées de votre club au dos du document*

# 6.0 // Les supports PLV

# 6.1 Roll-ups officiels

Déclinaison sous format Roll-up (85\*200)



## 6.2 Roll-Ups Causes

Déclinaison sous format Roll-up (85\*200)



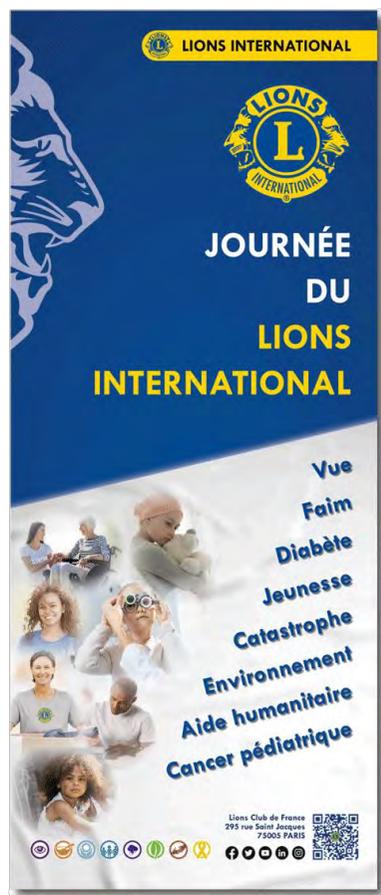
Téléchargez le modèle au choix

# 6.3 Roll-ups Journée LCIF et Lions Clubs

Roll-up 85x200cm

Thème générique

Thème abeilles



[Format affiche disponible en page 36](#)

# 6.4 Flammes

## Déclinaison flammes



Version standard



Version personnalisable



Version standard



Version personnalisable



## 6.5 Les panneaux et plaques



### Panneau handicap

« Partenaires dans la Cité » et de la mission handicap. Un remarquable outil de relations publiques avec les mairies, les grandes enseignes de la distribution et les médias. Un formidable support d'image et de notoriété pour les Lions.



*Accès au bon de commande*

### Panneau d'entrée de ville

Placée aux entrées des villes sièges d'un ou plusieurs clubs Lions, cette signalisation assure une présence répétitive de notre enseigne et matérialise visiblement l'implantation et la densité géographique de notre mouvement.



*Accès au bon de commande*

### Panneau logo Lions

Panneau à commander soit même au près de son imprimeur  
Caractéristiques à voir selon le tarif : en carton ou en aquilux, 70 cm de diamètre, forme ronde ou découpée à la forme, 1 œillet en haut



Téléchargez le fichier à imprimer

Fichier PDF HD

Fichier PNG HD

# 7.0 // La boutique en ligne

# 7.1 Boutique en ligne

Cette boutique en ligne est mise à la disposition des membres du Lions Clubs et des clubs.

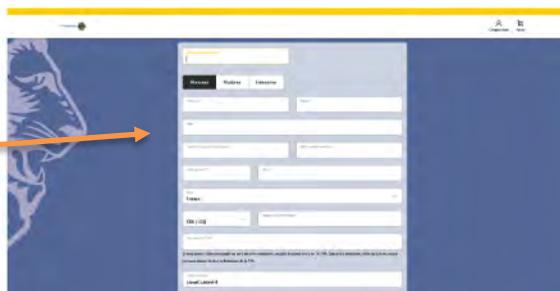
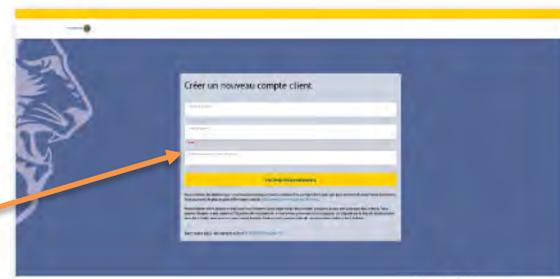
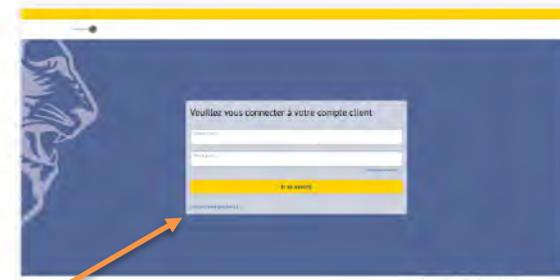
Les membres et clubs peuvent toujours à leur convenance télécharger les fichiers via ce Guide de Communication et faire imprimer les visuels par l'imprimeur de leur choix.

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.  
Aucune exclusivité ne nous lie avec la société Online-Printers.

1. La plate-forme est accessible à l'adresse suivante :  
<https://bit.ly/Boutique-OP-LionsClubs>
2. Pour créer un compte et accéder à l'espace dédié à la franchise cliquer sur **"Inscrivez-vous maintenant"**
3. Remplir le formulaire de création de compte adresse mail et mot de passe
4. validez la création de votre compte par le mail que vous avez reçu
5. Remplir la fiche complète club, prénom, nom, ....
6. votre compte est créé et vous pouvez passer votre commande

En cas de perte du mot de passe, il est possible de le réinitialiser en cliquant sur le lien "mot de passe oublié"



<https://bit.ly/Boutique-OP-LionsClubs>



# Boutique en ligne



<https://bit.ly/Boutique-OP-LionsClubs>

# Gilets Bouton d'Or



Gilet Or par 20



Gilet Or par 10



Gilet Or par 5



Gilet Or



# 8.0 // Le digital



# 8.1 L'annuaire France

Retrouvez l'annuaire sur votre mobile :

<http://annuaire.lions-france.org>

Pour vous connecter, il vous faudra votre adresse mail (ou votre N° de membre) et votre mot de passe

Vous pourrez retrouver :

- Les membres
- Les clubs
- Le cabinet de votre district
- Les actualités de votre district
- Les actualités du DM 103
- L'accès à la page Facebook
- Être redirigé vers le revue LION française



## 8.2 My Lion

**MyLion est conçu pour répondre à la principale demande des Lions du monde entier :**

**Faciliter les contacts entre nous pour apporter plus de service localement et dans le monde.**

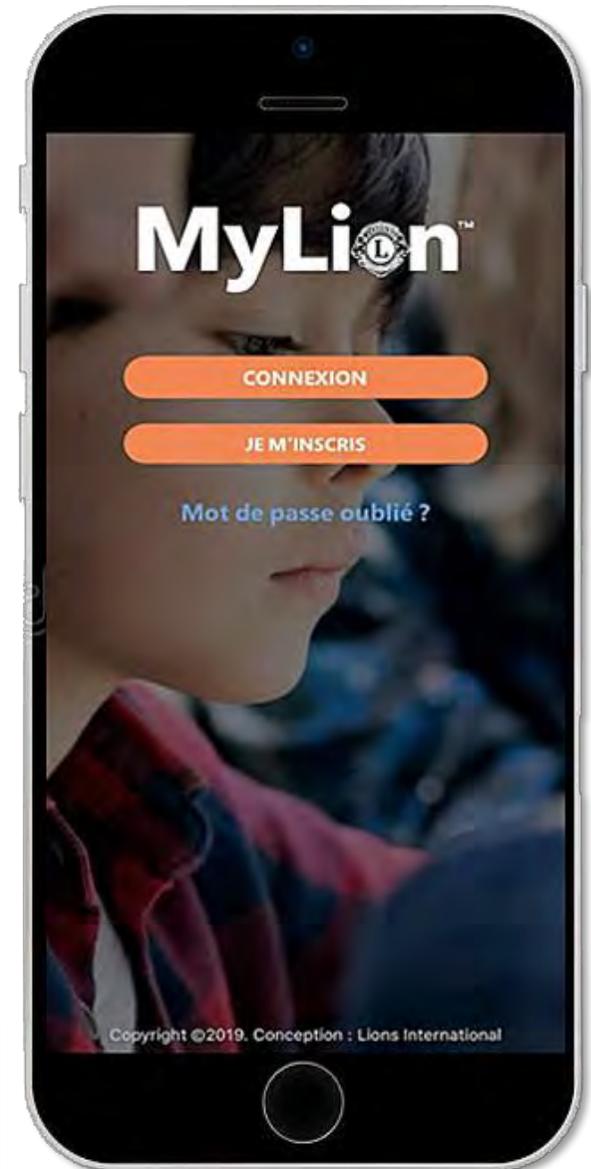
MyLion aidera tout le monde, dirigeants de club, Lions et Leos, à se sentir mieux connectés avec l'organisation et avec la communauté globale des Lions.

Nos clubs en seront les bénéficiaires. Lorsque les membres sont plus impliqués, il est plus facile de promouvoir les activités de service et de trouver des bénévoles pour nous aider. Vous pourrez donc monter plus d'activités, vous connecter avec plus de Lions, être reconnu et augmenter votre visibilité.

En donnant la possibilité aux dirigeants et aux membres des clubs d'utiliser leurs réseaux sociaux en ligne pour promouvoir leurs activités et partager les résultats d'activités terminées, chacun contribue à mieux faire comprendre l'action du Lions et son impact positif dans nos villes jour après jour.

Disponible sur Apple, Android ou depuis le site dédié :

<https://app.mylion.org>

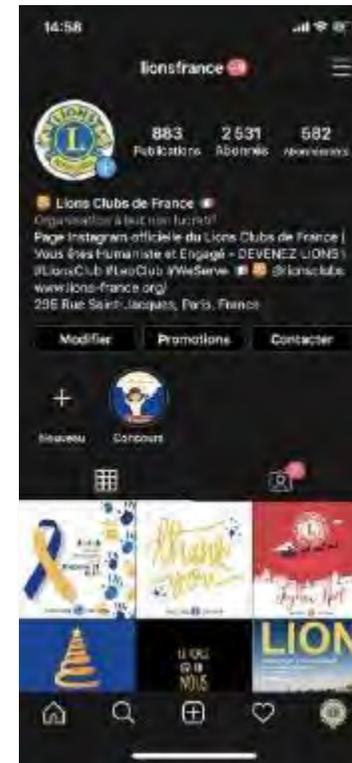


Dans quelques mois, nous regrouperons MyLion, MyLCI et Insights, ainsi que des outils et fonctionnalités supplémentaires, dans un unique portail appelée le **Lion Portal**.

Pour faciliter cette transition, assurez-vous que vos informations soient correctes : **Mettez à jour votre e-mail**

# 8.3 Les réseaux sociaux

Retrouvez les Lions Clubs de France sur les principaux réseaux sociaux :



## Conseils d'utilisation pour les réseaux sociaux :

Aujourd'hui, la communication sur les réseaux sociaux n'est plus une option.

Nos lecteurs y sont présents et actifs, en particulier sur Facebook, Twitter et Instagram, le trio star à côté duquel on peut difficilement passer si on souhaite convaincre et améliorer la e-réputation.

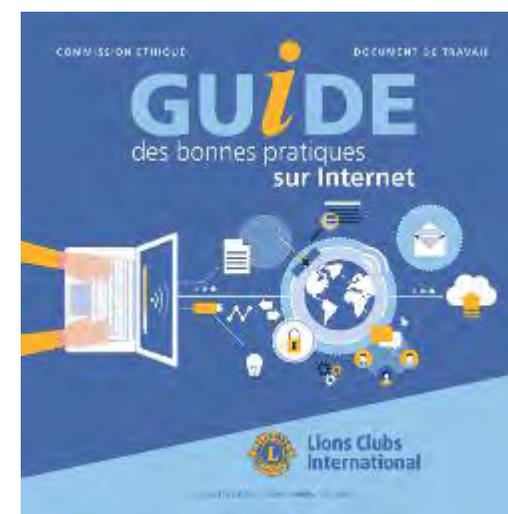
Conseils et bonnes pratiques à appliquer dès aujourd'hui pour développer efficacement votre présence et communication sur les réseaux sociaux :

- Elaborer une stratégie
- Être actif sur vos réseaux sociaux
- Échanger et interagir avec les autres
- Vous assurer une bonne visibilité
- Soigner vos photos et visuels ! Il faut privilégier le contenu visuel
- Créer un lien direct avec vos lecteurs
- Publier au bon moment
- Faire de la veille sur les différents réseaux
- Inciter les Membres à créer des profils

### A ne pas faire :

- Des fautes d'orthographe ou de grammaire
- Publier quand vous êtes fatigué ou distrait
- Vouloir être partout à la fois : restez concentré sur nos objectifs
- Ecrire des romans pour chaque publication
- Publier des messages à caractère obscène ou raciste
- Ecrire des attaques personnelles, des insultes ou des propos jugés inappropriés et faire du prosélytisme
- Publier des propos diffamatoires
- Écrire du contenu plagié ou contrevenant aux droits d'auteurs, de marque de commerce, etc .

*Le nouveau guide est en cours de révision, prochainement disponible*



## Districts

Les districts peuvent créer une page (LinkedIn de préférence pour le recrutement des effectifs). Ils peuvent de façon alternative pointer vers la page LinkedIn du Lions Clubs de France.

## Clubs

La recommandation de la Commission Communication nationale :

Créer des pages et des profils pour des clubs ou manifestations

Respecter les instructions du guide Facebook en cas de création de pages

## Membres

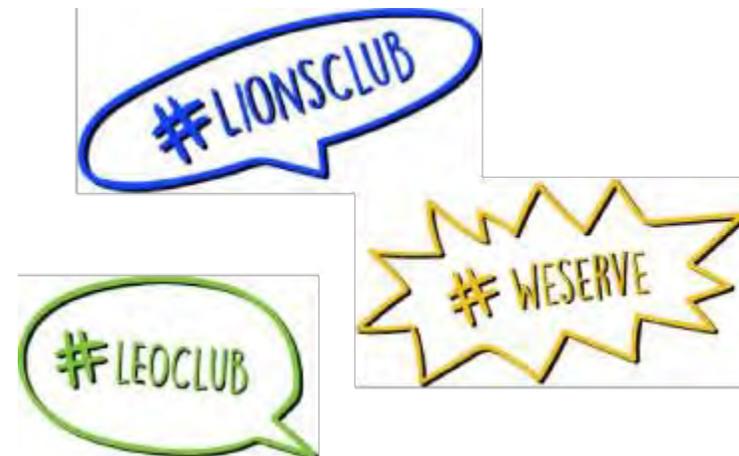
Inciter les membres à créer de profils sur : Facebook, Instagram, LinkedIn...

## Hashtag (ou mot-dièse)

De manière générale, le hashtag permet d'affirmer la présence digitale sur les réseaux sociaux et de soigner sa réputation. Il peut aussi permettre de :

- Classifier vos contenus et mesurer la portée de vos thématiques
- Relayer un événement et réagir en direct
- Créer de l'engagement
- Augmenter la portée et la visibilité de vos contenus
- Atteindre de nouvelles cibles
- Identifier les retombées d'une opération marketing

**Nos hashtag : #LionsClub #LeoClub #WeServe #JMV**



# 9.0 // Les photos et vidéos

# 9.1 Conseils pour les Photos

## Le service en action

Toute photographie doit être étroitement liée à la cause présentée. Les scènes de Lions en action doivent apparaître naturelles et représenter une interaction étroite entre les principaux sujets de la composition.

Elles doivent représenter les Lions apportant leur soutien à leurs concitoyens et la cause pour laquelle ils sont entrés en action.

Une diversité d'âges et d'ethnicités est souhaitable.

Lors de la sélection ou de la prise de photos, réserver un espace libre suffisant pour y placer un texte.

Tirez tout le parti de la profondeur de champ pour étoffer votre image chaque fois que cela est possible. Elle sera source d'atmosphère ainsi que de mise en valeur du sujet,



### Mise au point sur le Lion

Lorsque vous représentez des Lions en photographie, la profondeur de champ doit en faire le centre d'attention.

Les images doivent paraître naturelles, ne pas évoquer la mise en scène.

Essayez de trouver une certaine variété dans les expressions des Lions.

L'atmosphère générale doit être chargée de positivité et d'optimisme, ou de sérieux et de volontarisme



### Contraste et luminosité

Une photographie à la luminosité adéquate et bien équilibrée crée un sentiment de positivité et de dynamisme. Les images publiées sur Internet manquent souvent d'équilibre dans la luminosité et de contraste. Afin de tirer le meilleur parti des photos, on peut procéder à certains ajustements.

Alors que la retouche photo est subjective, il est important d'ajuster l'image de manière à en garder l'aspect le plus naturel et aussi réaliste que possible.

#### DÉBUTANT

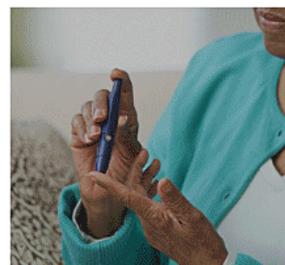


Avant ajustement de la luminosité, du contraste ou de l'exposition



Avant ajustement de la luminosité, du contraste ou de l'exposition

#### PRO



Avant l'ajout d'une note de chaleur et d'une source de lumière



Après avoir ajouté une note de chaleur et une source de lumière

## 9.2 Photos Internationales

Retrouvez quelques visuels issus de la bibliothèque internationale :



## 9.3 Banques d'images gratuites

---

Vous pouvez trouver des images libres de droit sur quelques sites, vérifiez cependant si un nom (un crédit) doit être indiqué sur vos supports.

Quelques sites à votre disposition (liste non exhaustive)

**PIQSEL** : <https://www.piqsels.com/>

**FREEPIK** : <https://fr.freepik.com/>

**UNSPLACH** : <https://unsplash.com/fr>

**PEXELS** : <https://www.pexels.com/fr-fr/>

## 9.4 Droits d'auteur (Attribution à l'Auteur)

### Comment respecter les droits d'auteurs des photos et images ?

Le nom du photographe ou de l'organisation peut être requis pour certaines images (respect des droits d'auteurs).

Le crédit photo est généralement placé dans la partie inférieure gauche de l'image ou juste en dessous. Si l'un et l'autre sont impossibles, il peut être placé ailleurs, tant qu'il ne détourne pas l'attention du sujet.

La police de caractères peut être en Helvetica Neue Roman de 7,5 points avec un interlignage de 9 points.



Photo : Lions Clubs International



Photo : Lions Clubs International



*Bientôt disponible*

*Les droits de propriété sur les contenus téléchargés dans le prochain guide des réseaux sociaux*

## 9.5 Droit à l'image

### Qu'est ce que le droit à l'image ?

**Le droit à l'image est un droit exclusif que vous avez sur votre image et l'utilisation qui en est faite.** Les images peuvent être des photos ou vidéos sur lesquelles vous apparaissez et êtes reconnaissable, quel que soit le contexte : vacances, événement familial, manifestation culturelle ou religieuse, etc.

**Certaines images ne nécessitent pas d'autorisation des personnes concernées, sous réserve de ne pas porter atteinte à la dignité de la personne représentée. Il s'agit par exemple :**

- d'images de personnes en groupe dans un lieu public
- d'images d'événements d'actualité qui peuvent être publiées sans l'autorisation des participants au nom du droit à l'information ou de création artistique ;
- d'images de personnalités publiques dans l'exercice de leur fonction (élus par exemple) à condition de les utiliser à des fins d'information ;
- d'images illustrant un sujet historique.

### Pour une personne mineure :

L'autorisation des parents (ou du responsable légal : Personne qui exerce l'autorité parentale : père, mère ou tuteur) doit obligatoirement être obtenue par écrit.

### **Il n'y a pas d'exception.**

Pour un groupe d'enfants, l'autorisation écrite des parents de chaque enfant est obligatoire.

Nous pouvons aussi rappeler que les images ne seront utilisées que dans le stricte cadre de l'activité du Lions Club.

(Source : [www.service-public.fr](http://www.service-public.fr) - Site officiel de l'administration française)

Modèle d'autorisation de droit à l'image personnalisable



# 9.6 Les vidéos

## Les vidéos

Toutes les vidéos sont disponibles depuis les chaînes YouTube :

- Lions Club International : <https://www.youtube.com/c/lionsclubs/videos>
- Lions Club de France : <https://www.youtube.com/c/LionsClubsdeFrance/videos>
- Lions Clubs international Foundation : <https://www.youtube.com/playlist?list=PLD59FDFE87A862ECF>



Histoire du Lions Clubs International



Les Lions restent Connectés (VOST)

Télécharger



Découvrir le Patrimoine Lions



Partout où il a un besoin, (Intégrale)

Télécharger



C'est ensemble (Introduction)

Télécharger



Luttons contre le diabète

Télécharger



Nous défendons l'environnement

Télécharger



Luttons contre la cécité

Télécharger



Luttons contre le cancer infantile

Télécharger



Luttons contre la faim

Télécharger



# 10.0 // La Fondation du Lions Clubs International

# 10.1 La Fondation du Lions Clubs International

## Notre Fondation

La Fondation du Lions Clubs International (LCIF) est un partenaire clé du Lions International. Nos missions et messages sont étroitement alignés. La manière dont nous nous référons à la LCIF est importante.

Voici quelques lignes directrices pour la clarté et l'uniformité des communications sur la LCIF.

## NOTRE PROFIL MÉDIA

La Fondation du Lions Clubs International (LCIF) est la **branche caritative du Lions Clubs International**, la plus grande organisation de clubs philanthropiques au monde, avec **1,4 millions de membres dans plus de 200 pays et zones géographiques**. Depuis 1968, la LCIF finance le service humanitaire grâce à des dons de membres du Lions International, du public et de partenaires des secteurs privé, gouvernemental et non gouvernemental.

Pour bâtir un avenir plus prometteur pour le monde, la LCIF renforce son soutien aux initiatives visant à lutter contre les problèmes de vue, à enseigner des compétences de vie aux jeunes, à répondre aux catastrophes majeures et à élaborer des programmes pour répondre aux besoins de populations à risque et vulnérables.

La LCIF s'emploie également à réduire la prévalence du diabète et à améliorer la qualité de vie des personnes atteintes, et a étendu ses causes mondiales au cancer infantile, à la malnutrition et à la protection de l'environnement, tout en collectant des fonds pour donner aux Lions les moyens de leur action.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.lionsclubs.org/fr/discover-our-foundation/mission>

## NOM

- Première mention : Fondation du Lions Clubs International (LCIF)
- Deuxième mention : La LCIF
- Troisième utilisation : La Fondation, votre Fondation mondiale, notre Fondation mondiale, notre Fondation

N.B. :

- On met une majuscule à *Fondation* lorsque le terme désigne la Fondation du Lions Clubs International.

## 10.2 Les logos



### Espace libre

Pour un effet maximal, gardez l'espace autour de la signature Fondation du Lions Clubs International libre de tout autre texte et graphique.

Lors d'une mise en page, le positionnement des éléments environnants (texte, photos ou autres éléments graphiques) doit respecter l'espace libre comme indiqué ci-dessus. Cela concerne également le courrier électronique et toute application numérique. La taille de l'espace libre minimum à réserver autour de la signature correspond à la hauteur du L du centre de l'emblème. Seule l'une des configurations primaires de la signature est présentée ici à titre d'exemple. Ces principes s'appliquent également aux autres versions



Accès au site international pour télécharger les logos

### TAILLE RECOMMANDÉE

0,5625"  
(1,42875 cm)



### TAILLE MINIMUM

0,375"  
(0,9525 cm)



### Taille recommandée

Pour une lisibilité optimale, les signatures Lions International doivent apparaître dans les tailles recommandées.

La taille de la signature est mesurée par la hauteur de l'emblème. Dans la plupart des situations d'impression, la signature doit être utilisée dans les tailles préférées : 0,5625" (1,42875 cm) pour les signatures principales et secondaires et 0,75" (1,905 cm) pour les signatures tertiaires.

Par souci de lisibilité, la plus petite taille à laquelle la signature peut être utilisée est 0,375" (0,9525 cm) de hauteur. Les exceptions exigent une approbation supplémentaire.

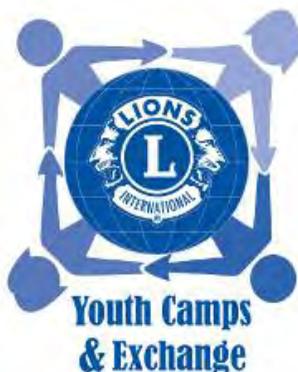
Voir exemples ci-dessus. Ces principes s'appliquent à toutes les configurations.



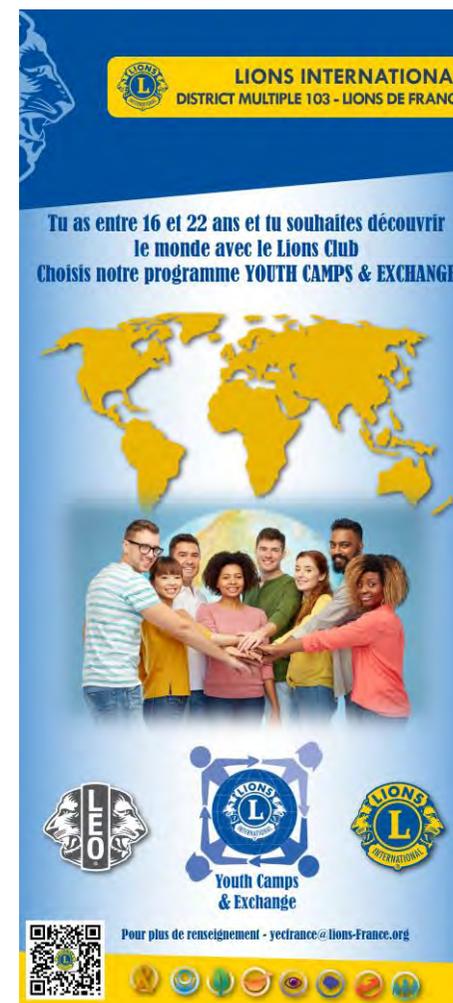
# 11.0 // Les actions JEUNESSE

# 11.1 Les YEC

## Affiche



## Roll'up



Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.lions-france.org/cej>

# Contacts

## Des questions ?

Contactez votre Délégué de District (DDCN) à la Commission Communication-Marketing 2023-2024

District	Nom	Prénom	Mob	mail	Club
CENTRE	LAINE	Loic	06 73 34 03 74	<a href="mailto:loic.laine@bourges-doyen.fr">loic.laine@bourges-doyen.fr</a>	BOURGES DOYEN
CENTRE-OUEST	MOURICOUT	Bernard	07 88 04 17 36	<a href="mailto:bernard.mouricout@orange.fr">bernard.mouricout@orange.fr</a>	SAINT MARTIN ILE DE RE
CENTRE-SUD	RAYNAL	Marc	06 48 94 92 53	<a href="mailto:marcaynal@orange.fr">marcaynal@orange.fr</a>	PEROUGES
ILE DE FRANCE OUEST	CROIN	Elizabeth	06 14 95 40 95	<a href="mailto:elizabeth.croin@wanadoo.fr">elizabeth.croin@wanadoo.fr</a>	MONTRouGE VANVES MALAKOFF
NORD	BROGNIART	Alain	06 75 52 58 74	<a href="mailto:alain.brogniart@numericable.fr">alain.brogniart@numericable.fr</a>	LILLE WATTIGNIES
NORMANDIE	GIBORY	David	06 11 42 55 02	<a href="mailto:david@orchidoclaste.com">david@orchidoclaste.com</a>	SAINT ANDRE DE L'EURE
SUD-EST	MERCADAL	Laurence	06 19 76 50 04	<a href="mailto:laurence-mercadal@wanadoo.fr">laurence-mercadal@wanadoo.fr</a>	MARSEILLE LACYDON
SUD-OUEST	LOISEL	Sandrine	06 88 96 56 09	<a href="mailto:loiselsandy@gmail.com">loiselsandy@gmail.com</a>	BIGORRE ISABY
OUEST	VILLE	Elyette	06 81 75 67 10	<a href="mailto:elyette.ville-haeweng@wanadoo.fr">elyette.ville-haeweng@wanadoo.fr</a>	LA FERTE BERNARD
SUD	JUGE	Jean-Marie	06 03 84 82 03	<a href="mailto:juge.im@gmail.com">juge.im@gmail.com</a>	TOULOUSE QUINT OCCITANIE
ILE DE FRANCE PARIS	BRIVOT	Philippe	06 80 60 51 99	<a href="mailto:pbrvt64@gmail.com">pbrvt64@gmail.com</a>	PARIS France GASTRONOMIE
CENTRE-EST	THEURIOT	JACQUES	06 07 94 66 43	<a href="mailto:jtheuriot@free.fr">jtheuriot@free.fr</a>	MOULIN CENTRE-EST
EST	CAMINALE	MAXIME	06 24 94 02 93	<a href="mailto:maxime.caminale@gmail.com">maxime.caminale@gmail.com</a>	GUEBWILLER
ILE DE FRANCE EST	ALEXIS	ROY	06 07 88 57 96	<a href="mailto:roy.alexis@orange.fr">roy.alexis@orange.fr</a>	BRY AVENIR
COTE D'AZUR CORSE	OULERICH	Denis	06 09 88 12 03	<a href="mailto:denis.oulerich@tpmesoft.com">denis.oulerich@tpmesoft.com</a>	CANNES COTE D'AZUR