

Communication de la marque et guide de style

Première édition
Février 2023



Lions International

TABLE DES MATIÈRES

1. À propos de ce guide
2. Éléments de la communication de la marque
3. Utilisation de la marque
4. Notre service
5. Communication promotionnelle
6. Guide de style

1. À PROPOS DE CE GUIDE

Vue d'ensemble

Un style et un message cohérents contribuent à définir et renforcer notre marque, à représenter l'action et l'esprit des Lions, et à en établir la notoriété auprès des membres et du public, localement et dans le monde, afin qu'ils aient une compréhension claire de qui nous sommes et de ce que nous faisons. Ce document fournit également des conseils pour une utilisation appropriée des marques Lions International, Lions Clubs International et Fondation du Lions Clubs International, qui demeurent des entités juridiques distinctes.

Ce guide s'adresse aux :

- Lions et dirigeants Lions
- Membres du personnel du Lions International
- Partenaires
- Fournisseurs

Légende du contenu

Trois types de contenu sont utilisés dans ce guide. Les types de police suivants permettent de différencier le contenu et fournissent des repères visuels aux créateurs de contenu :

- **Aperçu du texte** - Le contexte et la structure du contenu utilise une police noire standard, sans italique.
- *Directives et conseils* - Les directives et conseils relatifs au contenu utilisent une *police en italique*.
- **Texte approuvé** - Le texte prêt à être utilisé dans les communications, les campagnes et les promotions utilise une **police bleue**.



2. ÉLÉMENTS DE COMMUNICATION DE LA MARQUE

Notre histoire

Notre histoire est longue. Et nous en sommes fiers. Nous servons depuis plus de 100 ans avec une extraordinaire générosité, en faisant passer en premier les besoins de nos voisins, de nos villes et du monde. Et nous sommes soutenus par une fondation mondiale, la Fondation du Lions Clubs International, qui depuis 1968 donne aux Lions du monde entier les moyens de servir. Nous sommes fiers de notre riche passé et nous savons que ce n'est que le début. Chaque jour, nous perpétons notre héritage avec pour objectif d'avoir un impact encore plus fort à l'avenir.

La marque Lions International

Lorsque nous utilisons Lions International, nous parlons **en même temps** du Lions Clubs International et de la Fondation du Lions Clubs International (LCIF). Notre association et notre fondation sont des organisations distinctes disposant d'organe de direction propre. Mais ensemble, nous formons le Lions International. La marque Lions International associe les deux entités sous une même marque générique afin d'optimiser notre communication sur notre action commune et son impact. En réalité, aux yeux du monde, nous ne faisons qu'un. Nous sommes Lions. Et la réalité est que nous sommes unis dans notre mission de service.

Ce qu'apporte le Lions Clubs International au Lions International

Nos 1,4 million de membres dans nos 49 000 clubs apportent leur force et leur générosité aux populations que nous servons dans presque tous les pays du monde. Soutenus par le Lions Clubs International, les Lions et les Leos mettent en œuvre des activités de service de terrain, collectent des fonds et plaident en faveur de causes locales et mondiales. Les Lions aident chaque année des centaines de millions de personnes dans le monde.

Ce qu'apporte la Fondation du Lions Clubs International au Lions International

Notre fondation mondiale collecte des fonds pour octroyer des subventions et développer des programmes destinés à permettre le service des Lions et des



Leos du monde entier. La LCIF est la branche caritative du Lions International. Depuis sa création en 1968, elle a octroyé plus de 1,2 milliard de dollars de subventions afin d'amplifier l'impact des Lions et d'apporter des solutions durables aux populations qui comptent sur nous. Chaque don à la LCIF est converti à 100 % en subventions et programmes.

Valeurs de la marque

Le Lions International est guidé par sa mission de service et ses valeurs de service. Voici le texte officiel de notre déclaration de mission, de notre slogan et de notre devise.

Notre déclaration de mission

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.

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.

Notre accroche

Au service d'un monde de besoins.

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

Notre devise

Nous servons

Les mots emblématiques qui traduisent notre but fondamental. À utiliser avec Lions Clubs International.



Communication sur la marque

Il est important que nous parlions du Lions International de manière cohérente afin d'exprimer un message unifié au monde entier. Les points suivants fournissent un langage standard quand une vue d'ensemble plus officiel de l'organisation est nécessaire, par exemple pour des communiqués de presse ou des documents officiels.

Texte standard à propos du Lions International

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.

Texte standard à propos du Lions Clubs International

Le Lions Clubs International est la plus grande organisation de service au monde basée sur des membres. Nos 1,4 million de membres dans plus de 49 000 clubs servent dans 200 pays et territoires. Depuis 1917, les Lions améliorent la santé et le bien-être, renforcent les communautés et soutiennent les personnes dans le besoin, localement et à l'échelle mondiale. Notre devise est *Nous servons*. Découvrez qui nous sommes et notre action sur lionsclubs.org.

Texte standard à propos de la Fondation du Lions Clubs International

La Fondation du Lions Clubs International (LCIF) est la fondation mondiale qui soutient les 1,4 million de membres du Lions Clubs International par le biais de subventions qui amplifient leur action bienveillante et leur donnent les moyens de service localement et dans le monde. Depuis sa création en 1968, la LCIF a octroyé plus de 19 000 subventions pour un montant total de plus de 1,2 milliard de dollars US. Nous améliorons la santé et le bien-être, renforçons les communautés et soutenons les personnes dans le besoin, localement et à



l'échelle mondiale. Découvrez qui nous sommes et notre action sur lionsclubs.org/lcif et visitez lionsclubs.org/donate pour faire un don à la LCIF.

Déclaration de marque

Le Lions International est la plus grande organisation de clubs de service dans le monde et associe la force des 1,4 million de membres du Lions Clubs International répartis dans plus de 49 000 clubs au soutien financier apporté sous forme de subventions par la Fondation du Lions Clubs International. Notre présence locale et notre envergure mondiale nous permettent d'avoir un impact de proximité partout dans le monde.




Une déclaration de marque pour des communications et des présentations à l'intention de responsables d'entreprises, de partenaires ou de représentants des pouvoirs publics.

3. UTILISATION DES MARQUES

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 classée IRS 501(c)(3). Consultez le tableau ci-dessous pour déterminer quelle marque utiliser.



Tableau d'utilisation des marques

	Utilisation principale	Notes
 Lions International	À utiliser dans toutes les situations autres que celles indiquées ci-dessous.	La marque que nous utilisons pour parler aux Lions et au monde.
 Lions Clubs International	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.
 Lions Clubs International FOUNDATION	À utiliser pour les programmes, communications et campagnes exclusivement axées sur la collecte de fonds et les subventions de la LCIF.	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. 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).

4. NOTRE SERVICE

Le service est ce qui nous définit. Il est donc important que nous le définissions pour le monde. La création d'un langage standard pour nos plateformes de service et nos piliers de mission contribuera à fournir un message homogène et une vue d'ensemble claire de notre service global et de nos objectifs de service.

Piliers de mission

Le service des Lions est multiple et varié. Les piliers de mission donnent une

vue d'ensemble de certaines des principales formes de notre service. Ils s'élèvent au-dessus des causes individuelles et des projets spécifiques et établissent un moyen clair et simple pour que nos concitoyens et le monde comprennent bien ce que nous nous efforçons de réaliser par notre service. Les piliers de mission permettent de répondre à la question : Que font les Lions ?

Ces piliers sont :

- Améliorer la santé et le bien-être
- Développer les collectivités
- Aider les personnes dans le besoin

Causes mondiales

Nos causes mondiales font référence à des causes ou des plateformes de service spécifiques soutenues par le Lions International. Contrairement aux piliers de mission qui décrivent comment nous servons en termes généraux, les causes mondiales sont soutenues par des programmes complets, des ressources pour agir, des possibilités de financement et un soutien organisationnel. Les causes mondiales permettent de répondre à la question : Quelles causes unifient le service des Lions dans le monde ?

Voici les causes mondiales soutenues par le Lions International, accompagnées de notre déclaration d'objectif pour chacune d'elle :

- **Cancer infantile**
 - Nous œuvrons pour répondre aux besoins des enfants et des familles confrontés au cancer infantile.
- **Lutte contre le diabète**
 - Nous œuvrons pour réduire la prévalence du diabète et améliorer la qualité de vie des personnes diabétiques.
- **Aide aux victimes de catastrophe**
 - Nous œuvrons pour répondre aux besoins immédiats et apporter un soutien à long terme aux populations victimes de catastrophes naturelles.
- **Environnement**
 - Nous œuvrons pour protéger l'environnement afin de créer des collectivités plus saines et un monde durable.

- **Humanitaire**
 - Nous œuvrons pour identifier les besoins mondiaux les plus préoccupants et apporter une aide humanitaire là où elle est la plus cruciale.
- **Malnutrition**
 - Nous œuvrons pour améliorer la sécurité alimentaire et l'accès à une alimentation nutritive pour lutte contre la malnutrition.
- **Santé oculaire**
 - Nous œuvrons pour prévenir la cécité évitable et améliorer la qualité de vie des aveugles et des malvoyants.
- **Jeunesse**
 - Nous œuvrons pour aider les jeunes à faire des choix positifs, mener une vie saine et productive, et devenir la nouvelle génération passionnée par le service.

Lorsque vous parlez ou écrivez au sujet de nos causes mondiales, évitez d'utiliser un langage catégorique qui laisse penser que ce sont nos seuls domaines d'action. Utilisez une formulation plus ouverte comme : « En plus des nombreuses manières de servir au plan local, nous œuvrons également ensemble pour soutenir des causes mondiales telles que l'environnement. »

5. COMMUNICATION PROMOTIONNELLE

Un message efficace contribue à faire connaître qui nous sommes et notre action et nous aide à mobiliser le public, des partenaires potentiels et toute personne désireuse de s'investir. Les messages clés prêts à l'emploi ci-dessous peuvent dynamiser vos activités de marketing, sur les réseaux sociaux et de communication.

Messages clés

Utilisation dans le cadre d'efforts de sensibilisation à notre organisation mondiale	Utilisation dans le cadre de campagnes d'implication des membres	Utilisation dans le cadre de campagnes de prospection et de recrutement
Au service d'un monde de besoins. Les Lions sont les leaders du service local et humanitaire.	Nous servons un monde de besoins. Les Lions sont les leaders du service local et humanitaire.	Le bénévolat est en vous. Rejoignez un club et changez le monde.
La force de la bienveillance. Le Lions International sert un monde de besoins.	Donnez de votre altruisme. Et amplifiez notre impact près de chez vous et dans le monde.	Rejoignez le mouvement. Servez votre communauté au sein d'un Lions club local.
Un service local. Un impact global. Au service de nos voisins, de nos communautés et du monde.	Apportez votre contribution au monde. Faites un don pour changer des vies.	Donnez vie à votre générosité. Rejoignez un club et changez le monde.
Apporter de l'espoir ensemble. Participez au financement de l'aide et à la construction d'un monde meilleur pour tous.	Faites vivre les possibilités. Donnez aujourd'hui et découvrez ce que nous pouvons faire.	Redonner commence par donner. Apportez votre contribution au monde.
Présents quand le monde a besoin de nous. Servir avec compassion et altruisme.	L'altruisme n'a aucune limite. Notre service non plus.	Un espace pour exprimer le bien qui est en vous. Rejoignez le Lions et mettez votre altruisme en action



6. GUIDE DE STYLE

Les directives de style suivantes permettront de garantir une communication homogène et précise lorsque nous parlons du Lions International, du Lions Clubs International et de la Fondation du Lions Clubs International (LCIF).

Lions International

- **Premier choix** : Lions International
- **Second choix** : Utilisez un énoncé d'explication de Lions International. Le premier énoncé, plus général, doit être utilisé dans la plupart des cas, et le second lorsque les organisations doivent être mentionnées :
 - Grâce au service de 1,4 million de membres et aux subventions octroyées par notre fondation, le Lions International...
 - 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...
- **Troisième choix** : Notre organisation mondiale, notre organisation

Ne jamais abréger Lions International par « LI ».

Lions Clubs International

- **Premier choix** : Lions Clubs International
- **Deuxième choix** : Notre organisation (communication externe), notre association (communication interne / aux Lions)

Éviter de remplacer « Lions Clubs International » par les termes « LCI », « Lions », ou « Lions Clubs ».

Fondation du Lions Clubs International

- **Premier choix** : Fondation du Lions Club International (LCIF)
- **Deuxième choix** : LCIF
- **Troisième choix** : notre fondation mondiale, votre fondation, LCIF

