



Subventions Relations publiques 2020-2021

Ce formulaire ne s'applique pas aux sous-districts.

Les projets qui ont un effet positif marquant au plan local jouent un rôle crucial dans les relations publiques des Lions clubs.

Destinées à aider les districts multiples/simples à sensibiliser le public à l'action du Lions Clubs International, les subventions Relations publiques sont octroyées par ordre de réception des demandes. Le budget total de ce programme parrainé par la commission Marketing et communications est de 300 000 USD par an.

Les demandes de subvention sont examinées tous les trimestres par la commission Marketing et communications, qui rend la décision finale.

Critères

Le projet doit avoir un impact sur l'ensemble du district simple/multiple. Une considération particulière sera accordée aux projets impliquant un nombre élevé de clubs du district simple/multiple.

Le tableau ci-dessous indique les montants limites décidés par la commission Marketing et communications lors de sa réunion d'avril 2020.

Catégorie de la demande	Montant limite
Zones provisoires La demande doit être envoyée par le Lion coordonnateur.	1 000 USD
Régions provisoires La demande doit être envoyée par le Lion coordonnateur.	2 500 USD
Autres régions non organisées en district La demande doit être envoyée par le Lion coordonnateur.	2 500 USD
District simple* (quand non rattaché à un DM)	5 000 USD
Districts multiple (MD)*	15 000 USD

* Les sous-districts au sein d'un DM doivent effectuer leur demande de subvention par l'intermédiaire du district multiple.

Ces subventions sont exclusivement destinées à financer des efforts de marketing, de relations publiques et/ou de publicité/promotion utilisant soit le matériel marketing fourni par le LCI, soit du matériel développé localement et approuvé par le LCI.



Les bénéficiaires de la subvention sont tenus.

- de consulter les directives d'utilisation de la marque Lions International
- d'afficher clairement le logo Lions dans le matériel de campagne
- de présenter au Lions Clubs International avant la production les graphismes et autres matériels prévus

Les directives d'utilisation de la marque et les logos sont disponibles sur www.lionsclubs.org/brand.

Dès la fin des efforts de marketing approuvés, le district multiple/simple doit présenter un rapport sur les résultats et impact du projet subventionné. Les bénéficiaires de subvention ne soumettant pas de rapport de projet ne seront pas éligibles pour de futures subventions Relations publiques. Tous les bénéficiaires de subventions sont aussi encouragés à signaler les activités liées à leur projet sur MyLion.

Autres conditions

- Les districts simples/multiples ayant reçu une subvention au cours de l'exercice fiscal précédent ne peuvent pas faire de nouvelle demande avant le 1^{er} janvier de l'exercice fiscal en cours.
- Les districts simples/multiples n'ayant pas satisfait aux exigences en matière de rapports pour une subvention Centenaire ne sont pas éligibles pour demander de nouvelles subventions tant que les rapports n'ont pas été reçus.
- Des subventions jusqu'à 15 000 USD (5 000 USD pour district simple non rattaché à un district multiple) pourront être considérées, avec un apport local requis de 10 %.
- Une fois la subvention approuvée, deux-tiers du montant (2/3) sont versés au demandeur. Le dernier tiers (1/3) est versé suite après envoi et acceptation d'un projet détaillé, comprenant les concepts créatifs, graphismes et autres matériels, et un plan média, en fonction du projet.
- Un responsable de projet et une commission conjointe Relations publiques/Projet doivent être nommés avant que le premier versement de la subvention ne puisse être effectué.
- Dans le cas d'un district multiple, le président du conseil doit signer la demande après avoir obtenu l'accord de l'ensemble des gouverneurs du district. La signature du responsable de projet est également exigée. Dans le cas d'un district simple, la signature du gouverneur du district et celle du responsable de projet sont requises.
- Dans les 30 jours qui suivent la fin du projet, la commission Relations publiques/Projet doit transmettre un rapport final détaillé au Manager de la division



Marketing du LCI. Ce rapport sera examiné par la commission Marketing et communications en réunion du conseil). Il doit parvenir au LCI au plus tard le 15 juillet de l'exercice fiscal suivant.

Pour les DM : il doit être signé par le président du conseil et le président de la commission Relations publiques/Projet.

Pour les districts simples : par le gouverneur de district et le président de la commission.

- Les éléments suivants doivent être inclus dans le rapport de projet.
 - Évaluation détaillée du projet.
 - Impact du projet – Résultats (nombre d’affichage, diffusions, parutions ; évolution de la perception du public ; nombre de bénéficiaires ; nombre de clubs participants si la campagne de relations publiques soutient un projet de service.
 - Bilan financier du projet - Comptabilité détaillée de l’utilisation des fonds, avec reçus et factures des dépenses.
 - Dimension créative du projet - Illustrations ou autres éléments créatifs de la campagne.
- Les fonds doivent être utilisés avant le 30 juin de l'année d'exercice lors de laquelle ils ont été octroyés. Tout montant non utilisé doit être retourné au Lions Clubs International avant le 15 juillet de l'exercice suivant.
- Les districts des États-Unis et des territoires affiliés doivent remplir un formulaire W-9.

La date limite de dépôt des demandes durant un exercice (de juillet à juin) sera au plus tard celle de la réunion de printemps du conseil d’administration ou le 1^{er} avril, le cas échéant.