

Subventions Marketing (Année Lions 2024-25)

Ce formulaire n'est pas destiné aux sous-districts

Des programmes de marketing et de relations publiques efficaces peuvent faire une différence significative dans la façon dont les Lions établissent des liens avec leurs collectivités et dans la façon dont le public perçoit le Lions. Les subventions Marketing sont destinées à financer vos activités de marketing et de relations publiques à l'échelle du district ou du district multiple. Les demandes sont examinées par la commission Marketing pour leur impact potentiel sur le club et la croissance de l'effectif, leur portée, leur valeur et leur capacité de sensibiliser le public.

Calendrier

1 ^{er} juillet	Les demandes de subvention Marketing sont acceptées. Reconstitution des fonds du programme.
15 juillet	Réception des rapports de suivi des bénéficiaires de subventions de l'année d'exercice précédente.
15 septembre	Date limite de dépôt des demandes de subvention Marketing pour l'année Lions en cours.*
Octobre	La commission Marketing examine l'ensemble des demandes reçues et octroient les subventions sur la base de leur impact potentiel sur le club et la croissance de l'effectif, de leur portée, de leur valeur et de leur capacité de sensibiliser le public.

Critères d'examen des demandes

Les demandes de subvention sont examinées en octobre et approuvées à la seule discrétion de la commission Marketing. Le projet doit avoir des retombées concrètes sur la totalité du district simple ou multiple. Les projets auxquels participent un pourcentage élevé de clubs au sein d'un district multiple ou simple, ceux en lien avec les objectifs de *MISSION 1.5*, et ceux impliquant les Leo clubs dans les activités de marketing ou de relations publiques proposées, seront considérés prioritaires.

Critères :

- **PORTÉE** - Fait référence à la capacité de toucher un public externe (non-Lions) important tel que les journalistes, les consommateurs de médias (téléspectateurs, auditeurs, lecteurs de journaux), les utilisateurs des réseaux sociaux ou de sites web.
- **NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE** - Implique le volume et la fréquence de la mise en valeur de la marque Lions International au cours des activités proposées. Exemples favorisant la notoriété de la marque : création de publicités, de vidéos, d'articles promotionnels ou de brochures incorporant les couleurs, logos ou emblèmes officiels du Lions International.
- **CROISSANCE** - Fait référence à la probabilité que les activités proposées aboutissent au recrutement de nouveaux membres ou à la création de clubs.

- **VALEUR** - La commission Marketing évaluera si le montant de subvention demandé semble approprié aux activités proposées. Des devis ou des estimations budgétaires doivent dans la mesure du possible être joints au dossier pour examen.

Disponibilité des fonds

Le budget total du programme Subventions Marketing est de 500 000 USD par an. Le tableau suivant illustre les montants limites fixés par la commission Marketing.

Limites de financement

Origine de la demande	Montant maximum	Montant du 1 ^{er} versement	Montant du 2 ^e versement	Apport de contrepartie de 10 % requis
Zone provisoire La demande doit être effectuée par le Lion coordonnateur.	1 500 USD	1 500 USD	Sans objet	Oui 150 USD
Région provisoire La demande doit être effectuée par le Lion coordonnateur.	3 000 USD	3 000 USD	Sans objet	Oui 300 USD
Autre région/zone non rattachée à un district La demande doit être effectuée par le Lion coordonnateur.	3 000 USD	3 000 USD	Sans objet	Oui 300 USD
District simple** (ne faisant pas partie d'un DM)	5 000 USD	3 500 USD	1500 USD	Oui 500 USD
District multiple	15 000 USD	10 000 USD	5 000 USD	Oui 1 500 USD

** Tout sous-district au sein d'un district multiple doit déposer sa demande de subvention en tant que partie de ce district multiple, non en tant qu'entité distincte.

Une fois la subvention Marketing approuvée, le district simple ou multiple en recevra une partie à l'avance. Le second versement aura lieu après l'envoi d'un rapport de suivi complet et l'achèvement de toutes les activités approuvées dans le cadre de la subvention.

Tout bénéficiaire d'une subvention Marketing doit apporter au moins 10 % du montant de subvention octroyé. Le rapport final doit apporter la preuve de cet apport minimum de 10 %. L'apport de 10 % doit être sous forme de fonds collectés par le district multiple, le district simple, la zone ou la région, et non de biens ou de services en nature reçus.

Tous les fonds doivent avoir été investis dans des activités prévues avant le 30 juin de l'année d'exercice pendant laquelle la subvention a été allouée. Tout montant non utilisé doit être rendu au Lions International avant le 15 juillet de l'année d'exercice suivante.

Règles, éligibilité et instructions pour le rapport de suivi

Règles

Ces subventions ne peuvent être accordées qu'à des fins de marketing, de relations publiques et de publicité auprès de publics externes (non-Lions) et de membres des médias, et doivent être utilisées en conjonction avec du matériel du Lions International ou, si développé localement, approuvé par le service Relations publiques du Lions International.

Les demandes de subventions Marketing sont approuvées à la seule discrétion de la commission Marketing. Une fois une demande approuvée, il n'est pas possible de s'écarter des activités de marketing approuvées sans l'accord écrit de la commission Marketing.

Il est aussi impossible de solliciter une subvention pour des activités de marketing en cours ou déjà terminées au moment de la demande.

Tout récipiendaire de subvention doit :

- Afficher clairement le logo Lions dans ses supports de campagne.
- Communiquer toute illustration conceptuelle au Lions International avant production.
- Utiliser les directives du Lions International en matière d'utilisation de la marque et les logos officiels. www.lionsclubs.org/fr/brand.

Un responsable de projet doit être nommé et une commission conjointe *Relations publiques/Projet* formée avant le premier versement de la subvention.

Dans le cas d'un district multiple, le président du conseil doit signer la demande après avoir obtenu l'approbation de l'ensemble des gouverneurs du district. La signature du responsable de projet est également requise.

Dans le cas d'un district simple, les signatures du gouverneur du district et du responsable de projet sont requises. Un Lion coordonnateur doit effectuer la demande pour les zones et régions provisoires, et autres régions/zones non rattachées à un district.

Exemples de dépenses approuvées dans le cadre de la subvention :

- Création de brochures ou de dépliants pour promouvoir une activité de service à venir
- Travail de fournisseurs ou d'agences pour la réalisation de campagnes de relations publiques, de marketing, de publicité ou numériques
- Achat d'articles estampillés avec nos marques pour distribution au public lors d'un événement

- Frais de production de matériel marketing, y compris les frais d'impression et d'expédition
- Frais de production de vidéos ou de création de site web
- Efforts de marketing ou de relations publiques externes en direction des professionnels des médias ou du public

Les subventions Marketing ne peuvent pas être utilisées pour financer les dépenses suivantes :

- Financement d'activités de service (ex : achat de nourriture pour une banque alimentaire)
- Achat de fournitures de club
- Dons ou prix en espèces
- Réunions internes, de formation ou communications uniquement destinées aux Lions
- Achat de biens ou de services non liés aux activités approuvées dans le cadre de la subvention

Éligibilité

Les districts multiples, les districts simples qui ne font pas parti d'un district multiple, les zones non rattachées à un district ou les régions/zones provisoires peuvent solliciter les subventions Marketing.

De bonnes idées d'activités de marketing à subventionner peuvent venir de partout, mais pour l'instant, les Lions clubs, les sous-districts au sein d'un district multiple et les Lions en tant qu'individu ne peuvent pas demander de subvention de marketing.

Si vous avez une idée à proposer, contacter votre président de conseil ou votre Lion coordonnateur.

Instructions pour le rapport de suivi

Dans les 30 jours suivant l'achèvement des activités subventionnées, tout bénéficiaire de subvention doit faire parvenir un rapport de suivi en utilisant le formulaire en ligne accessible via ce lien : <https://lionsclubs.jotform.com/222704539815055?language=en>.

Tout bénéficiaire de subvention n'envoyant pas de rapport de suivi ne pourra pas recevoir de future subvention Marketing.

La date limite d'envoi des rapports est le 15 juillet de l'année Lions suivante.

Le rapport de suivi se compose de trois sections.

Sections du rapport de suivi	
Sujet	Suggestions d'informations à fournir
Section 1 : Évaluation du projet	Description détaillée du projet ☐ Quel était votre objectif ou but ? ☐ Décrire toutes les activités menées et/ou tous les matériaux et articles produits. ☐ Inclure des échantillons de tout matériel de marketing produit, communiqués de presse, photos, vidéos, clips-vidéo pour les médias et publicités sur le marché ciblé
Section 2 : Résultats	Fournir toutes les données pertinentes de vos activités. Ces données peuvent inclure : ☐ Nombre de membres recrutés ☐ Impressions d'audience ☐ Nombre d'articles de presse obtenus ☐ Nombre d'interaction(<i>engagement</i>) sur les réseaux sociaux
Section 3 : Finances	Présenter un dossier financier détaillant l'utilisation des fonds de subvention. ☐ Indiquer toute les dépenses effectuées et le montant total dépensé. ☐ Fournir tous les reçus et factures pour chaque ligne de dépense. ☐ Montrer comment la contrepartie de 10 % requise a été appliquée.

Questions ? Notre équipe est à votre disposition.

Notre équipe est prête à répondre à vos questions ou à vous conseiller pour toutes vos activités financées par une subvention Marketing. Écrire à publicrelations@lionsclubs.org.