

Les relations publiques sont un excellent moyen pour les clubs d'obtenir la couverture des médias pour les projets qu'ils organisent dans leur propre localité et à travers le monde. La LCIF propose plusieurs ressources pouvant être utiles pour établir des liens avec les différents médias pour l'éventuelle publication d'articles sur ce qu'accomplit votre club dans la collectivité.

Toutes les formes de communication – écrite, verbale, non verbale – font partie des relations publiques. Elles incluent les communiqués de presse et la distribution de matériel promotionnel. Il ne faut pas oublier aussi que les gestes quotidiens que l'on n'analyse même pas tel que le port de l'insigne de boutonnière Lions ou la participation à un défilé local, sont aussi importants. De bonnes relations publiques, comme le fait d'informer la communauté que votre club a aménagé un terrain de jeux, organisé un dépistage oculaire ou collecté des lunettes usagées, aideront à obtenir le soutien de la part du grand public.

Les bonnes relations publiques peuvent même favoriser le recrutement dans votre club. Les gens aiment faire partie d'une organisation fiable et performante. En faisant la promotion de votre club et de ses bonnes oeuvres, vous donnerez une impression favorable à la communauté et montrerez à tous que l'affiliation dans votre club en vaut la peine. N'hésitez donc pas à raconter tout le bien que fait votre club aux habitants de votre communauté.

## Étapes pour un programme de relations publiques réussi

- 1 Consultez la section « Outils de relations publiques » sur le site de l'association : [www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org), pour des conseils et ressources.
- 2 Dressez la liste des programmes de votre club et les bienfaits qu'ils apportent au prochain.
- 3 Formulez un plan de relations publiques pour l'année mettant en évidence comment vous comptez faire la promotion de ces programmes.
- 4 Développez une fiche d'informations et distribuez-la dans votre localité.
- 5 Établissez un calendrier de manifestations et faites-le parvenir aux médias et groupes communautaires.
- 6 Créez un site Internet et des liens avec d'autres groupes communautaires.
- 7 Parrainez une action pour la vue qui correspond avec un événement, une journée ou un mois spécial (tel que : La journée mondiale de la vue en octobre ou le mois de sensibilisation sur le diabète en novembre).
- 8 Envoyez un message d'intérêt public au moins deux fois par an. (Vous pouvez obtenir des modèles de messages d'intérêt public en vous adressant à l'association.)
- 9 Parlez chaque jour à une personne des actions réalisées par les Lions et tout le bien que celles-ci apportent à la communauté.

### En quoi consistent les actualités ?

Les actualités sont des informations portant sur de récents ou prochains événements ou manifestations qui concernent le public en général.

### Qu'est-ce qui vaut la peine d'être publié ?

L'histoire doit être opportune, pertinente, originale et avoir un impact dans la communauté.

- Adresser des communiqués de presse et lettres aux rédacteurs des journaux locaux
- Fournir des informations essentielles aux rédacteurs chargés de la publication des calendriers dans les médias locaux
- Envoyer des idées pour des articles, accompagnées de photos, aux journalistes locaux

*N'oubliez pas de dire : qui, quoi, quand et où, ainsi que le nom et le numéro de téléphone de la personne à contacter.*

## Les rapports avec les médias : Ce qu'il faut faire et ne pas faire

### Ce qu'il faut faire :

- Souligner le fait que votre projet répond à un besoin dans la communauté.
- Offrir aux médias des opportunités d'avoir des supports visuels/images.
- Utiliser les logos Lions. Porter le costume Lions.
- Parler des personnes qui vont être aidées. Expliquer l'impact qu'aura votre projet sur la collectivité.
- Conserver une liste des noms et coordonnées des personnes à contacter pour les personnes et familles qui ont reçu l'aide des Lions, pour d'éventuelles histoires à dimension humaine.
- Prendre des photos des projets puis les adresser à la LCIF et aux médias.
- Contacter à nouveau les médias après l'événement pour parler et montrer les résultats.
- Encourager les membres à offrir leurs témoignages de première main.
- Conserver une liste des médias pour utilisation future.
- Donner une dimension locale à l'histoire en montrant l'impact que le projet a dans la communauté.

### Ce qu'il ne faut pas faire :

- Se concentrer seulement sur son propre centre ou projet – parler plutôt de la cause qui sera servie grâce à votre projet.
- Contacter une seule fois la relation médiatique. La contacter à nouveau lorsque le projet/l'événement est terminé avec un suivi.
- Se concentrer sur les grands journaux ou quotidiens nationaux – se concentrer sur les médias locaux.
- Se servir d'une terminologie que les gens en dehors du mouvement Lions risquent de ne pas comprendre.
- Répéter des phrases négatives.
- Se servir de phrases telles que « je n'ai rien à dire » ou « que ceci reste entre nous » lors d'entretiens avec les médias.
- Perdre son sang froid lorsque l'on traite avec les médias – parler rationnellement.

## Matériel offert par la LCIF

- Des modèles de communiqués de presse que votre club/district peut facilement personnaliser avant de les adresser aux médias. Disponibles en ligne dans toutes les langues de l'association.
- Des messages d'intérêt public pour la télévision et la radio pouvant être adaptés à la situation locale.
- Des exposés en PowerPoint à montrer lors des réunions de club et autres manifestations Lions.
- Une exposition pour promouvoir la LCIF peut être organisée. Les frais d'expédition du matériel sont pris en charge par la LCIF (disponible à l'heure actuelle aux Etats-Unis seulement).
- Des plaquettes, brochures, DVD et autres matériels de promotion.
- Des statistiques et nouvelles informations à partager avec les Lions et les médias.

\* Lorsque vous utilisez le matériel de la LCIF assurez-vous d'y insérer les informations locales appropriées. Les médias locaux sont désireux de publier des nouvelles qui concernent leur localité.