

RENCONTRES REGIONALES 2016

APT en LUBERON

PRESENTS : R. GERBET (2e Vice-gouverneur 2016 -2017), W. BUCKWELL (Gouverneur 2001-2002), F. POSTIFFERI (PR 5), L. LOINE (PZ 51), J. GIULIANI (PZ 22), P. THERIEZ /J. LEGRAND /G. CAMUS /B. BAROUX (LUBERON MAUBEC), B. HAVERBEKE (EMBRUN), G. DE COLIGNY (CHATEAURENARD), S. MEYER (GAP), J-F. GIANNONI /J-L. SAUVY /J-P. JANSSEN (MANOSQUE), R. CORDIER /E. DELAGAU /S. MOULIN (PERTUIS), W. DURAND-KELLER /M. ROTH /M. DEVAUX /A. BESOMBES /A. BERNARD/M. MONTPELLIER (APT).

8h30 : Accueil traditionnel et chaleureux par le Club d' Apt en Luberon dans les locaux de la Cave Sylla avec café et viennoiseries.

INTERVENANTS : Robert GERBET - Jacques GIULIANI

SECRETAIRE de SEANCE : Marc MONTPELLIER

Ouverture de la rencontre à 9h15.

ACCUEIL par Robert GERBET (2e Vice-gouverneur 2016-2017) :

Remerciements aux membres du Club d'Apt et à leur président, Alain Besombes, chargés de l'organisation logistique de ces Rencontres de la Région V sur le thème de la Communication, au Gouverneur 2001-2002, William Buckwell, au Président de Région, Francis Postifferi, au Président de Zone Ludovic Loine ainsi qu'à Jacques Giuliani (Aubagne Garlaban), PZ 22 et intervenant . Un bref rappel est fait sur les Rencontres Régionales 2015-2016, le but de ces rencontres étant avant tout l'échange et l'écoute entre les Lions.

Robert Gerbet rappelle quelques définitions basiques du terme "communication" et lance le débat sur une citation de Peter Drucker, un professeur américain en management d'entreprise et journaliste financier:

***« la chose la plus importante en matière de communication,
c'est d'entendre ce qui n'est pas dit »***

PRESENTATION DU POWER-POINT PAR J. GIULIANI :

"SAVOIR FAIRE ET FAIRE SAVOIR"

DEBAT QUESTIONS-REponses :

G. Camus (Luberon.Maubec) : qu'est qu'une URL ? Ludovic Loine (PZ 51) explique et

propose déjà que tous les Lions soient informés de l'adresse du site de notre district 103 SE.

B. Haverbecke (Embrun) : Les Lions actuels attirent-ils la jeunesse ? Idée reprise par P. Theriez (L.Maubec). Salomé Moulin, jeune Lion de Pertuis, explique qu'il est difficile pour elle d'amener des jeunes parmi ses connaissances. Robert Gerbet reprend l'idée du recrutement mais pas à n'importe quel prix : il faut recruter des "Lions", c'est à dire des personnes dont on sait qu'ils ont l'esprit Lions, mieux vaut ne recruter qu'une personne "valable" plutôt que plusieurs autres qui ne répondraient pas à l'éthique Lion et qui, soit s'en iraient vite, soit en feraient partir... J-F Giannoni (Manosque) précise que les jeunes se sentent en décalage par rapport à nos générations et il faut s'ouvrir sur la diversité sans prôner l'élitisme : Investissement et Amitié doivent être nos leitmotiv. Robert Gerbet reprend l'idée en précisant que l'on parle d'une élite du cœur et non de la situation sociale. J-F Giannoni insiste sur l'action de fédérer par le travail et l'amitié. J. Giuliani rappelle alors que le montant des cotisations ne peut pas être ignoré et reste un argument décisionnel pour l'adhésion. Le coût étant lié aux prix des repas, une pizza ou d'autres mets plus simples pourraient être aussi attractifs et moins chers. Quant à R. Gerbet, il rappelle que les effectifs restent un paramètre majeur de l'évolution du mouvement : on comptait environ 2100 membres dans le district Su Est en 1995 alors qu'ils n'étaient plus que 1545 au 31 juillet 2016 en dépit des efforts intenses des EME.

P. Theriez évoque et compare les vrais et les faux Lions. L. Loine rebondit sur l'idée que l'on entre dans le Lionisme pour de mauvaises raisons et que l'on y reste pour de bonnes.

J. Giuliani recentre les débats sur la communication : comment communiquer nos valeurs pour attirer des jeunes ? Pour René Cordier (Pertuis), les lions affichent un aspect vieillissant de moins en moins porteur. Un constat est fait sur le déficit d'information et la résultante d'une mauvaise communication interne. E. Delagau et L. Loine insistent sur le manque de disponibilité des jeunes en raison soit de leur travail soit à l'inverse de leur précarité. Alain Besombes, président du L.C.Apt, cite l'exemple des Portes Ouvertes organisées dans son club qui sont un bon moyen de communication par la présentation du Lionisme faite par des cadres (P. Bourdelles et R. Baud) et qui peuvent déboucher sur des recrutements. Définir le Lionisme, pour F. Postifferi, semble impossible. Le don de soi est collectif avec 1 400 000 membres dans le monde alors que trop de gens l'ignorent. Le Lions Club International dispose d'un siège à l'ONU depuis 1947 et est représenté par Philippe Soustelle (de notre District 103 SE) à l'UNESCO. Question posée par G. De Coligny (Chateaufort) : comment communiquer avec les jeunes ? Réponse de S. Moulin (Pertuis) : les jeunes ne sont pas préoccupés par les chiffres ou par les résultats, fussent-ils financiers ou en heures de don de soi : **les jeunes sont là pour agir**. Notre mouvement traine un passé américain avec sa culture transatlantique, « *mais il faut s'en enrichir au lieu de la rejeter* » fait remarquer R. Gerbet.

W. Buckwell (La Roque Luberon) intervient pour préciser que la remise de récompenses et autres diplômes "à l'américaine" est appréciée par les Lions et qu'il est bon de maintenir cette tradition qui est la reconnaissance du service rendu. Avec sa verve habituelle, le Gouverneur 2001 - 2002 continue en suggérant que "*les jeunes s'imposent dans les clubs et*

n'hésitent pas à se débarrasser des vieux qui gênent...".

Une pause « café », de 10h30 à 11h00, permet aux participants de feuilleter et d'évoquer l'encart paru dans le numéro du 1er décembre de PARIS MATCH : un 4 pages annonçant le centenaire du Lionisme.

Jacques Giuliani indique que les deux documents, le **Guide de la Communication** et le **Guide des Relations Publics** sont à découvrir sur le site Internet du 103 SE via l'onglet "**Communication**". Ils constituent un vadémécum des démarches et actions à utiliser dans le cadre du développement de la communication externe.

Robert Gerbet est questionné sur le Lion en Français et le Lion de Provence : la parution nationale sera informatisée et seul seront publiés 4 numéros par an. De fait le Lion de Provence qui suit le routage ne serait lui aussi que trimestriel. Pour la parution des articles mettre des photos comportant IMPERATIVEMENT le logo Lion (en évitant d'y faire figurer des assiettes, des verres ou des bouteilles même remplis d'eau.

Le Lion en Français (30 000 exemplaires/mois) est disponible, outre abonnement, dans quelques kiosques à journaux à destination du grand public. Pour la communication locale, penser aux sucettes et autres affichages municipaux. A propos de la presse, ne pas hésiter à se rapprocher d'elle lors de réceptions, de déjeuners et autres invitations, quitte à lui mâcher le travail en préparant les articles... sans oublier qu'introniser un journaliste ou un correspondant local reste le summum... Tenter le contact avec les radios et télévisions locales. Enfin ne pas hésiter à utiliser les affiches, bannières, banderoles, kakemonos, flammes. Penser également à distribuer des cartes de visite, à mettre des flyers, des triptyques à la disposition du public lors de manifestations (en respectant la charte graphique du logo...).

R. Gerbet répond à la question de S. Moulin à propos d'un nom de domaine du genre "@lionsclub103se" et qui permettrait à tous les lions d'avoir une adresse mail facilement mémorisable facilitant ainsi les communications. Ce projet sera à l'étude avec Michel Durand, Gouverneur 2017-2018. M. Devaux (Apt) demande quelques précisions sur la conception et la réalisation de la revue nationale, le Lion en Français, ce que R. Gerbet, ancien membre du comité de rédaction, s'empresse de fournir : sur 100 pages, 50 concernent des informations Lions (internationales, nationales et districts) et 50 des informations générales dignes des plus grands magazines, ce qui donne accès aux avantages de la commission paritaire. Il est par ailleurs diffusé auprès des grandes institutions. Le Lion édition française totalement réalisé et écrit bénévolement par des Lions, sous l'égide d'un comité de rédaction et d'un comité éditorial. Enfin, le numéro spécial du centenaire est gratuit et peut être demandé à la MdL de la St Jacques.

Une connexion internet est établie par J. Giuliani afin d'ouvrir le site (que certains semblent découvrir !!) et rappelle la possibilité de se rendre sur la page Facebook pour y puiser bon nombre d'informations. Marc Montpellier fait une tentative "en direct" de parution des photos prises durant la réunion, hélas infructueuse, en raison des difficultés de connexion. J.

Legrand regrette une mauvaise communication entre les clubs de la zone 51 et L. Loine (PZ 51) rappelle qu'il a demandé aux 8 clubs de lui communiquer leur calendrier... et qu'il attend toujours. Enfin S. Moulin demande si un calendrier inter-actif entre club et district ne pourrait pas être installé sur le site. J. Giuliani répond qu'il faut envisager une refonte complète du site car il est désormais « vieillot » et obsolète. La réunion s'achève à 12h30 mais les échanges vont se poursuivre autour d'un repas très convivial

Marc Montpellier (Apt en Luberon), secrétaire de séance