

Développement de l'effectif



ROTARY INTERNATIONAL®

Table des matières

	Introduction	1
Chapitre 1	Développer un plan d'action Effectif	3
	La commission Effectif du club	3
	Plan de leadership du club	4
	<i>Objectifs du club – Document de planification</i>	4
	Plan d'action	4
Chapitre 2	La croissance de l'effectif et le recrutement	5
	Identifier des prospects qualifiés	5
	Évaluer son club pour cibler le recrutement	7
	Responsabiliser les membres dans les efforts de recrutement	9
	Présenter le Rotary aux prospects	11
	Consulter les meilleures pratiques du développement de l'effectif sur le site du Rotary	12
	Attirer de nouveaux membres par les relations publiques	13
	Inviter les membres potentiels à rejoindre le Rotary	13
	Plan d'action	14
Chapitre 3	Maximiser la fidélisation	17
	Évaluer la fidélisation dans votre club	17
	Fidéliser ses membres	18
	Faire connaître vos stratégies de fidélisation	21
	Formuler et mettre en place un plan d'action Effectif	22
	Plan d'action	23
Chapitre 4	Parrainer de nouveaux clubs	25
	La croissance à travers les nouveaux clubs	25
	Qualifications et responsabilités du club parrain	25
	Plan d'action	26
Chapitre 5	Les prix du Rotary pour le développement de l'effectif et les programmes de reconnaissance	27
	Prix du Rotary International pour le développement de l'effectif	27
	Reconnaissance des initiatives de développement de l'effectif	27
	Certificat – Croissance des petits clubs	27
	Plan d'action	28

Chapitre 6	Ressources	29
	Les coordinateurs Effectif régionaux du Rotary	29
	La commission Effectif de district	29
	Commission Relations publiques de district	30
	Le site du Rotary	30
	Les correspondants CDS	31
	Bureaux régionaux	31
	Plan d'action	31
Annexe 1	Publications du Rotary et ressources	33
Annexe 2	Fiche de travail – Plan d'action Effectif	39

Introduction

Chaque Rotary club a besoin d'un plan d'action Effectif bien conçu afin de rester dynamique et efficace. Ce guide fournit de nombreuses informations pour aider votre club à attirer des nouveaux membres et faire en sorte que les membres actuels restent actifs et engagés. La commission Effectif du club, son président et les Rotariens souhaitant renforcer l'effectif du Rotary l'utiliseront comme ressource. La commission Effectif du club pourra l'utiliser comme outil d'évaluation de ses pratiques et pour développer et mettre en place un plan d'action pour la croissance de l'effectif.

Vous trouverez à la fin de chaque chapitre une liste de contrôle des étapes recommandées à la commission Effectif de votre club. Les listes de contrôle rassemblées fourniront une vue d'ensemble des pratiques actuelles de votre club sur l'effectif ainsi que des suggestions.

Le guide est complété par le supplément téléchargeable sur notre site *Outils d'évaluation du club* qui propose des activités destinées à aider les clubs à évaluer leurs pratiques actuelles et à créer un plan d'action de développement de l'effectif adapté qui saura utiliser les atouts du club et corriger ses faiblesses. Ces activités devront s'intégrer aux efforts de formation continue.

Les stratégies de recrutement et de fidélisation peuvent varier selon les régions. Les *Suppléments Effectif régionaux* fournissent une analyse des tendances régionales et offrent des recommandations basées sur les résultats des études de chaque région. La commission Effectif du club devra utiliser les indices de référence de sa région pour établir ses objectifs et devra informer régulièrement les membres des progrès du club.

Symboles utilisés

Les symboles suivants apparaissent tout au long de ce guide :



Demande au lecteur de remplir une des rubriques des *Outils d'évaluation du club* sur www.rotary.org



Demande au lecteur de consulter les *Suppléments Effectif régionaux* sur www.rotary.org



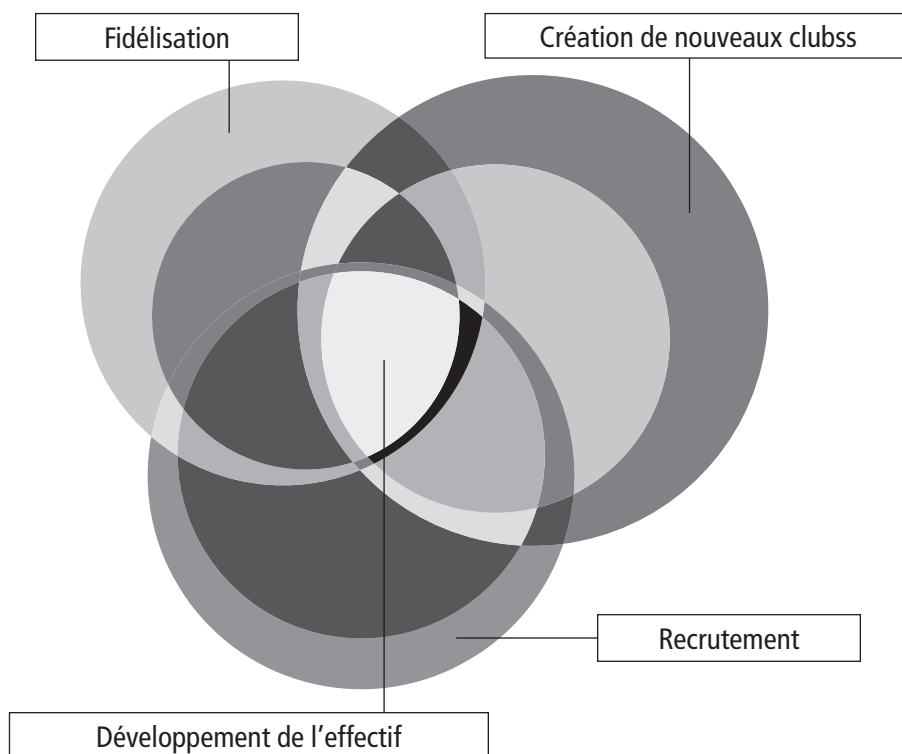
Publication du Rotary téléchargeable gratuitement sur www.rotary.org



Publication du Rotary pouvant être achetée sur shop.rotary.org ou via le catalogue du Rotary

Chapitre 1 Développer un plan d'action Effectif

Le recrutement, la fidélisation et la création de nouveaux clubs sont les trois volets essentiels d'un plan d'action de développement de l'effectif efficace (voir schéma ci-dessous). Vous devez, en formulant votre plan d'action, prendre en compte toutes les ressources disponibles.



La commission Effectif du club



Manuel de la commission Effectif du club

La commission Effectif du club, une des cinq commissions recommandées dans le Plan de leadership du club, est chargée de mettre en place un plan d'action pour recruter, fidéliser et former les membres du club. Afin d'assurer une continuité dans ses efforts, la commission devra :

- Nommer ses membres pour plusieurs années.
- Inclure un responsable en exercice, un responsable nommé et un ancien responsable de la commission.
- Maintenir des lignes de communications ouvertes entre les membres de la commission et le président, le président élu, le président nommé et le président sortant du club.

Pour une description détaillée des rôles du responsable et des membres de la commission, consulter le *Manuel de la commission Effectif du club*.



Plan de leadership du club (245-FR)

Guide pour mettre en place le Plan de leadership du club

Plan de leadership du club (PLC)

Le plan de leadership du club offre un modèle de structure administrative pour permettre aux clubs de devenir plus efficaces. Il repose sur la formation des membres et l'engagement dans la camaraderie et le service à autrui, et propose aussi des procédures pour assurer une bonne communication et la continuité. Ce plan est basé sur les meilleures pratiques des clubs efficaces et est assez souple pour être adapté aux besoins régionaux. Son adoption n'est pas obligatoire, mais fortement recommandée.



Objectifs du club – Document de planification

Objectifs du club – Document de planification

La publication *Objectifs du club – Document de planification* peut vous aider à déterminer la situation actuelle de votre club et à établir des objectifs pour l'année à venir. Ce guide, basé sur le Plan de leadership du club, pourra s'avérer être un outil précieux, même si votre club n'a pas mis en place son plan. Pour plus d'information, consulter dans *Outils d'évaluation du club* la rubrique sur l'effectif.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB – PLAN D'ACTION POUR LE CHAPITRE 1

Oui	Non	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif de notre club a téléchargé <i>Outils d'évaluation du club</i> .
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif a pris connaissance du plan de leadership du club, la structure administrative recommandée aux Rotary clubs et en a débattu avec les autres dirigeants du club. <i>Si votre réponse est Oui, veuillez choisir une des options suivantes :</i> ___ Notre club a mis en place le plan de leadership du club. ___ Notre club a préféré ne pas utiliser le plan de leadership du club dans son intégralité et ne le mettre en place que partiellement. ___ Notre club a préféré ne pas adopter le plan de leadership du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club possède une commission Effectif active qui communique régulièrement ses objectifs et ses activités aux membres.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club n'a pas de commission Effectif et a pris les mesures nécessaires pour la créer.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club et son équipe dirigeante ont rempli <i>Objectifs du club – Document de planification</i> .
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club s'est procuré le supplément Effectif régional pour nous aider à développer notre plan d'action Effectif.

Chapitre 2 La croissance de l'effectif et le recrutement

Les conditions sociales, politiques et économiques affectent la perception qu'ont les gens du bénévolat et ce qu'ils peuvent espérer retirer d'une expérience de bénévole. En formulant vos stratégies, réfléchissez aux questions suivantes :

- Que recherchent les bénévoles quand ils choisissent une organisation ?
- Quelles sont les options de bénévolat présentes dans votre collectivité ?
- Votre club présente-t-il aux prospects des opportunités correspondant à leurs attentes ?
- En quoi les avantages de l'appartenance à un Rotary club sont-ils différents d'une autre organisation ou d'autres opportunités de bénévolat ?
- Que faire pour que le Rotary soit le premier choix des prospects plutôt que d'autres organisations ?

Ces questions pourront servir de support de discussion afin de déterminer la meilleure façon de positionner votre club comme la meilleure option de service à autrui dans votre collectivité. Mettre également l'accent sur les avantages d'appartenir à un Rotary club qui s'étendent bien au-delà du service à autrui comme par exemple :

- La camaraderie et l'amitié entre personnes partageant les mêmes valeurs
- Développer des relations professionnelles
- L'occasion de joindre une organisation internationale réputée.

En connaissant mieux les concurrents, vous pourrez mieux positionner votre club en tant qu'option attrayante et communiquer efficacement aux prospects les attentes et les avantages d'appartenir à un Rotary club.

Il faut aussi se rappeler que le Rotary n'est pas destiné à tout le monde. Certains préfèrent se concentrer sur des actions de bénévolat à court terme ou s'engager pour une cause bien spécifique.

Identifier des prospects qualifiés

Une sélection attentive des nouveaux membres augmentera le taux de fidélisation et créera une dynamique positive de recrutement au sein du club.

Les prospects qualifiés sont :

- Des chefs d'entreprise, des cadres, ou issus de profession libérales travaillant ou retraités.
- Des décideurs locaux, civiques et professionnels qui se sont illustrés dans le service à autrui en s'engageant dans leur collectivité.
- Des Anciens de la Fondation, répondant à la définition du conseil d'administration du Rotary.

Ils doivent aussi :

- Être en mesure de se conformer aux règles d'assiduité aux réunions statutaires du club et aux critères de participation aux actions d'intérêt public
- Résider ou travailler à proximité du club
- Faire partie d'une classification n'étant pas surreprésentée dans le club (ne s'applique pas aux Anciens de la Fondation).

Il existe deux catégories de membres : actif et d'honneur. Cherchez à recruter des membres actifs répondant aux critères ci-dessus.

Le *Manuel de procédure* [035-FR] fournit des informations détaillées sur les différents types de membres et le système de classification du Rotary. Les membres du club devraient consulter le premier chapitre de l'édition la plus récente.

Engager la conversation

Un bon moyen d'engager un dialogue sur les avantages d'appartenir à un Rotary club est d'en souligner un aspect correspondant aux intérêts et objectifs de la personne pressentie. Restez concis et faites en sorte de ne pas donner trop d'informations sur le Rotary avant une visite à une réunion du club ou sur le site d'une action. La première étape importante est de faire en sorte que la personne assiste à une réunion ou une manifestation du club.

Trois scénarios

Les scénarios suivants vous montrent comment les intérêts personnels des prospects peuvent constituer un point de départ pour vanter les mérites du Rotary.

Actions internationales

Une relation professionnelle vous mentionne qu'elle rentre tout juste de l'étranger où elle a effectué une action de bénévolat. Dans les prochaines semaines, un intervenant s'adressera au club à propos de son expérience dans une action internationale. Invitez la personne à assister à la réunion en lui expliquant que votre club fournit de nombreuses opportunités d'actions d'intérêt public et internationales.

Actions d'intérêt public

Vous avez remarqué plusieurs articles de journaux décrivant des actions d'intérêt public coordonnées par une même personne. Votre club organise une nouvelle action qui pourrait l'intéresser. Contactez-la, présentez-vous et expliquez-lui que vous avez pris connaissance dans les journaux locaux de son travail. Invitez-la à participer à l'action de votre club et envoyez-lui une invitation écrite.

Relations professionnelles et camaraderie

Votre voisine vous mentionne qu'elle ou quelqu'un de son entourage monte sa société. Vous êtes vous-même chef d'entreprise et connaissez l'importance des relations professionnelles pour élargir sa clientèle. Dites à votre voisine qu'être Rotarien vous a aidé à développer des relations professionnelles dans votre collectivité et invitez-la à assister à une réunion de club ou demandez-lui d'en parler autour d'elle.



Le Rotary en bref (419-FR)

Commander ces cartes pour les membres de votre club



Avec le Rotary... Cartes postales (614-FR) Cartes de visite (613-FR)

Pour inviter des prospects à assister à une réunion de Rotary club.

Suggestions d'approche des prospects

- Choisir l'évènement qui vous semble le plus adapté pour présenter le prospect au club et au Rotary. Certaines personnes préfèreront assister à une réunion statutaire ou à une soirée, tandis que d'autres préfèreront se familiariser avec le Rotary en s'impliquant dans une action.
- Étudier le calendrier de votre club pour les prochaines semaines et inviter les prospects à une réunion statutaire où des sujets susceptibles de les intéresser seront abordés.
- Ne pas se décourager pas si la personne ne semble pas immédiatement intéressée. Être persévérant tout en lui laissant assez de temps pour prendre sa décision.
- Échanger vos cartes de visites et noter la nature de la conversation que vous avez tenue avec le prospect.
- Conserver toujours plusieurs copies du *Rotary en Bref* sur vous et les distribuer à toute personne à qui vous parlez du Rotary.
- Poursuivre toute conversation sur une éventuelle adhésion au Rotary par une invitation écrite à une manifestation de votre club.
- Faites référence au site internet du Rotary (www.rotary.org) et aux sites de district ou de club dans votre correspondance avec les prospects.

Évaluer son club pour cibler le recrutement

Idéalement, les Rotary clubs sont le reflet des collectivités professionnelles qu'ils desservent. Les clubs pourront diversifier leur effectif pour inclure plus de femmes, des jeunes, des membres de groupes ethniques variés ainsi que des individus issus de nouveaux champs d'activités.

Recruter et fidéliser un effectif varié offre de nombreux avantages au club :

- Une plus grande crédibilité au sein de la collectivité
- Une augmentation du champ de vision, des idées, des talents et des aptitudes
- Des ressources bénévoles élargies
- Une source intarissable de dirigeants pour le club, le district et la zone
- Un potentiel de collecte de fonds accru.

Les fondateurs du Rotary ont établi des règles limitant les effectifs à un représentant de chaque profession ou type d'activité avec pour intention d'élargir le cercle de leurs connaissances professionnelles. Même si ces critères se sont considérablement assouplis avec le temps, ce système des classifications reste le fondement d'un effectif varié.

Les changements socio-économiques et technologiques ont transformé la composition de la population active en un siècle, et même en une décennie. Pour vous assurer que l'effectif de votre club reflète bien la collectivité en termes de profession, mixité, âge, ethnicité et religion, utiliser l'étude de classification et les évaluations de diversité de l'effectif inclus dans *Outils d'évaluation du club*.



Outils d'évaluation du club



Vous trouverez dans le **Manuel de procédure (035-FR)** toutes les lignes de conduites et directives applicables aux clubs, notamment les critères de classification.



Étude annuelle des classifications



Consulter les **Suppléments Effectif régionaux** pour avoir accès à toutes les statistiques et à d'autres renseignements démographiques sur votre région.

Recruter dans toutes les classifications

Le principe des classifications limite le nombre de membres d'un club à cinq par classification, ou dans le cas d'un club de plus de 50 membres, à 10 % du total des effectifs. Ce système permet au club, au district et au Rotary de développer une base d'experts nécessaires au développement d'actions d'intérêt public et internationales, et de gérer efficacement le club.

Les avancées technologiques ont créé de nouveaux champs d'activité qui n'apparaissent pas dans les listes des classifications d'il y a 20 ans ou même 10 ans. Votre club possède-t-il des membres dans le secteur du développement de logiciels, de production de sites internet, ou des conseillers en génétique ou spécialistes multimédias ? Ces professions sont juste des exemples de nouvelles classifications représentatives de la population active actuelle et doivent être incluses dans votre étude des classifications.

Aussi, pensez que de plus en plus de personnes s'installent à leur compte et travaillent à domicile. Ce segment de la population active est-il représenté dans votre club ?

Pour utiliser de manière optimale le système des classifications, faites une étude annuelle des classifications pour déterminer les classifications de votre club qui sont vacantes.

Inviter plus de femmes et de jeunes

Selon une étude démographique effectuée à l'échelle mondiale par le Rotary en 2006, 15 % de l'effectif du Rotary est constitué de femmes. Dans de nombreuses régions, ce pourcentage est bien inférieur au pourcentage réel de la présence des femmes dans les postes à responsabilités ou travaillant pour la collectivité. Ce segment démographique important doit être ciblé dans vos efforts de recrutement.

Les jeunes constituent un autre segment de la population sous-représenté au Rotary. Selon une étude faite en 2006, seulement 34 % des membres du Rotary ont moins de 50 ans. Des membres plus jeunes offrent au club de nombreux avantages : des idées neuves pour les programmes, pour l'organisation d'événements. Ils apportent également une énergie renouvelée et sont des membres enthousiastes pouvant siéger à des commissions et éventuellement les présider, ou accéder aux postes de dirigeant du club.

Les jeunes et les femmes qualifiés ont souvent des horaires très chargés, des obligations familiales ou des budgets limités. Voici une liste de suggestions pour faire en sorte que ces contraintes ne soient pas un obstacle à leur adhésion au Rotary :

- Réduire ou annuler les cotisations pour une certaine période.
- Réduire les frais de repas.
- Développer des activités de club adaptées à de jeunes professionnels.
- Recruter plusieurs jeunes au même moment pour qu'ils se sentent plus à l'aise.
- Leur présenter les différentes possibilités de compenser une absence, par exemple, les cyberclubs.

Saviez-vous que les membres peuvent compenser une absence en ligne dans un cyberclub ? Pour plus d'information sur le sujet et pour accéder à la liste des cyberclubs, consulter www.rotary.org.



Évaluation de la diversité au sein de l'effectif



Parlez-en !

Téléchargez l'image *Parlez-en !* sur le site du Rotary et faites imprimer des affiches à accrocher lors de vos réunions et événements de club pour rappeler aux membres leurs responsabilités en matière de recrutement.



Le questionnaire Effectif



Parrainer la candidature d'un nouveau membre (254-FR)

- Assigner un Rotarien expérimenté qui assistera les nouveaux jeunes membres pour qu'ils se sentent les bienvenus. Les mentors peuvent aussi former les nouveaux, faciliter leur intégration et les impliquer dans les actions du club. Pour plus d'information sur le mentorat, consulter *Orientation des nouveaux membres – Guide pour les clubs* [414-FR].
- Développer un plan d'action pour construire de bonnes relations avec les Anciens du Rotary et de la Fondation, notamment les boursiers, les membres des équipes EGE, les participants au Youth Exchange, les Rotaractiens et les Interactiens. Impliquez-les dans les activités du Rotary et proposez-leur de devenir Rotariens.

Augmenter la diversité au sein de l'effectif

Les Rotary clubs doivent refléter tous les groupes démographiques de leur collectivité, aussi bien confessionnels qu'éthniques. Utiliser dans *Outils d'évaluation du club*, l'évaluation de la diversité de l'effectif qui vous aidera à évaluer votre club par rapport à sa collectivité.

Responsabiliser les membres dans les efforts de recrutement

Tous les membres du club doivent contribuer au développement de l'effectif à travers des efforts continus qui comprennent :

- Proposer de nouveaux membres au club
- Recommander des candidats qualifiés à d'autres clubs
- Inciter des personnes intéressées à remplir le formulaire de membre potentiel sur www.rotary.org
- Recommander les Rotariens ayant déménagé aux clubs proches de leur nouveau lieu de résidence.

Le questionnaire Effectif

Demander une fois par an aux membres du club de donner les coordonnées d'amis, de voisins, de collègues, de relations professionnelles dans leur collectivité qui seraient susceptibles d'être des candidats qualifiés. Cette activité rappelle aux membres leur responsabilité de proposer de nouveaux membres et fournit des listes de prospects. Mettez en place un système pour inviter ces personnes aux réunions de club et évaluez leurs qualifications par rapport à votre étude des classifications et à l'évaluation de la diversité de votre club.

Proposer un candidat

Parrainer la candidature d'un nouveau membre est une publication qui explique de manière concise comment proposer de nouveaux membres. Distribuez-la tous les ans aux membres du club.

La procédure standard pour proposer la candidature d'un nouveau membre est la suivante :

1. Le Rotarien proposant un candidat remplit la partie A du formulaire de candidature et le renvoie au secrétaire du club qui le soumet au comité du club. *Attention : vous ne devez pas en informer le prospect tant que le comité n'a pas approuvé sa candidature.*
2. Le comité du club vérifie que le candidat est pleinement qualifié et approuve ou rejette la candidature dans les 30 jours qui suivent. Le secrétaire du club informe le Rotarien de la décision du comité.
3. Si la candidature est approuvée, le candidat est informé des devoirs et obligations liés à la qualité de membre du club. Il doit remplir et signer la partie B du formulaire qui inclut ses informations personnelles et sa classification.
4. Son nom et sa classification sont annoncées au club. Conformément au règlement intérieur recommandé au Rotary club, les membres du club ont 7 jours pour manifester leur désaccord, le cas échéant. Faute d'opposition, le prospect s'acquiesce du droit d'admission et devient Rotarien.
5. Le secrétaire ou le président du club communique ses coordonnées au Rotary International en utilisant de préférence *Accès Membres* sur le site du Rotary ou en envoyant par courrier le formulaire d'adhésion.

Suivi des prises de contact

Pour aider les clubs à identifier et recruter des Rotariens potentiels qualifiés et à responsabiliser les membres dans leurs efforts de recrutement, trois formulaires sont disponibles en ligne : (recommandation, membre potentiel, changement d'adresse).

Ces formulaires ne sont pas disponibles pour toutes les régions.



Les Rotariens peuvent recommander un nouveau membre sur www.rotary.org.

Recommander des candidats qualifiés à d'autres clubs. Utiliser le formulaire de recommandation de nouveau membre pour appuyer la candidature d'un ami, d'un membre de sa famille ou d'un collègue pressenti comme candidat pour un *autre* club que le vôtre.

Pour les non Rotariens qui sont intéressés par le Rotary. Le formulaire de membre potentiel est destiné aux non Rotariens désirant rejoindre un Rotary club. Les dirigeants de club doivent se familiariser avec ce processus par lequel ils reçoivent les demandes par l'intermédiaire de leur gouverneur ou du responsable Effectif de district.

Pour les Rotariens qui déménagent. Changer de collectivité ne veut pas dire quitter le Rotary. Demander aux membres du club qui déménagent de remplir le formulaire de changement d'adresse.

Suivi des prises de contact. Le siège reçoit tous les formulaires (membre potentiel, changement d'adresse, recommandation) et les filtre avant de les envoyer aux gouverneurs et/ou responsables Effectif. Après évaluation, les informations des candidats retenus sont transmises aux clubs concernés qui peuvent les inviter à une réunion statutaire et éventuellement proposer leur candidature.



Orientation des nouveaux membres – Guide pour les clubs (414-FR)

Développez un plan d'action pour vos orientations de prospects et de nouveaux membres.

Voir en Annexe 1 la liste des publications et des vidéos destinées aux prospects et nouveaux membres.



Kit Information des prospects (423-FRB)

Voir Annexe 1.



Kit DVD Effectif (427-MU)

Voir Annexe 1.

Ayez des copies du profil du club sur le lieu de réunion pour les donner aux visiteurs et aux membres pressentis.

Présenter le Rotary aux prospects

Les prospects ont besoin d'informations sur le club et les programmes du Rotary, et doivent connaître les responsabilités et avantages à être Rotarien pour qu'ils soient en mesure d'accepter cette invitation en toute connaissance de cause. Des membres ayant rejoint un club sans aucune connaissance du Rotary auront tendance à quitter ce club au bout d'un ou deux ans.

Tout club doit développer un programme d'information pour les prospects. Pour plus d'information sur les programmes d'information des prospects consulter le guide *Orientation des nouveaux membres – Guide pour les clubs*.

Créer une bibliothèque de club

Les clubs doivent créer et maintenir à jour une bibliothèque/médiathèque devant inclure les publications mentionnées dans ce guide. Demandez aux membres de consulter le catalogue et de commander les publications qui les intéressent. Vous pourrez ainsi utiliser ces ressources pour l'orientation des prospects, la formation des nouveaux membres et la formation continue. Vous pourrez par exemple demander à un membre du club de faire une présentation à la réunion statutaire sur le dernier numéro de *RVM : le magazine en images*. Vous pourrez aussi organiser des discussions de groupe sur une vidéo ou une publication particulière.

Fournir au prospect du matériel d'information

Le *Kit Information des prospects* comprend du matériel d'information et de familiarisation au Rotary destiné aux membres potentiels. Ce kit devra être distribué aux prospects lors de leur visite de club. Les DVD du *Kit DVD Effectif* pourront être projetés pendant les sessions d'orientation de prospects ou dans le cadre de la formation continue des membres existants.

Le Rotary International met à votre disposition de nombreuses publications que vous pourrez utiliser pour le recrutement. Voir en annexe 1 la liste complète de ces publications.

Fournir des informations spécifiques à votre club

Avant de rejoindre le Rotary, les prospects désireront en savoir plus sur l'histoire de votre club et ses réalisations récentes. Créez le profil du club sous forme de dépliant ou de feuille libre que vous donnerez aux membres pressentis qui présentera les actions en cours et déjà réalisées ou toute autre information que vous jugerez utile. Vous pouvez aussi développer une présentation PowerPoint qui explique les critères d'assiduité du club, les attentes en ce qui concerne la participation et les obligations financières. Vous trouverez plus d'information à ce sujet et des exemples dans *Orientation des nouveaux membres – Guide pour les clubs* [414-FR].

Consulter les meilleures pratiques du développement de l'effectif sur le site du Rotary

Vous pouvez consulter les meilleures pratiques des clubs sur le développement de l'effectif du monde entier compilées sur le site du Rotary. Cette base de données vous aidera à développer un plan d'action Effectif efficace. Il est possible d'y effectuer une recherche selon des critères bien précis et d'y partager vos stratégies qui ont fait leurs preuves. Voici des exemples de ces meilleures pratiques :

- Créer une banque de donnée des Anciens (Rotaract, Interact, Youth Exchange, EGE et autres programmes du Rotary et de la Fondation) qui servira d'outil de prospection.
- Inviter les Anciens des programmes du Rotary aux réunions de club, et recommander ces personnes pour devenir membres, le cas échéant.
- Demander aux membres de penser à recruter leur conjoint et offrir une récompense pour toute adhésion (frais de cotisation du club offerts pendant une année par exemple).
- Organiser des déjeuners pour les décideurs locaux et demander à chaque membre d'en inviter un certain nombre et de se cotiser pour couvrir les dépenses supplémentaires. Montrez-leur la vidéo *Bienvenue au Rotary* ou un extrait de *RVM : le magazine en images* et faites venir en tant qu'intervenant un dirigeant dynamique du Rotary.
- Passer en revue les journaux d'affaires et les revues locales, et noter les noms des décideurs locaux. Les inviter à une réunion de club.
- Faire imprimer des cartes de visites avec votre nom et le logo du Rotary avec ces mots : "Soyez le bienvenu" ainsi que le jour, l'heure et le lieu de votre réunion statutaire de club. Distribuer ces cartes à des membres potentiels pour qu'ils assistent à une réunion aux frais du club.
- Inviter les prospects à participer à une activité ou une action du club pour leur donner une idée du travail utile effectué par club.
- Demander aux membres de porter des insignes ou des tee-shirts ou il est indiqué "Posez-moi des questions sur le Rotary" pour aider à engager des conversations sur une adhésion au Rotary.
- Expérimenter de nouveaux supports medias (blogs, vidéos et podcast) téléchargeables sur le site du club. Inclure une vidéo destinée au recrutement dans laquelle les membres du club se présentent et décrivent les avantages d'être membre.
- Louer un espace avec vitrine sur rue pour exposer des informations sur les activités du club au sein de la collectivité.
- Offrir un abonnement au magazine *Le Rotarien* aux membres potentiels.
- Envoyer une lettre de bienvenue aux nouveaux chefs d'entreprise de votre collectivité.
- Collecter lors de chaque réunion les cartes de visites des invités et intervenants, et leur envoyer une carte ou un mot de remerciement et les inviter à nouveau.
- Passer une publicité dans l'annuaire de la chambre de commerce locale.
- Porter le logo du Rotary sur vos vêtements pendant les actions d'intérêt public.



Utiliser pour votre correspondance les *Cartes de correspondance du Rotary* (910-MU).



Avec le Rotary... *Cartes postales* (614-FR) et *Cartes de visite* (613-FR) Pour inviter des prospects à assister à une réunion de Rotary club.

Attirer de nouveaux membres par les relations publiques

L'image publique de votre club a un effet direct sur la croissance de l'effectif. Assurez-vous que les commissions Relations Publiques et Effectif coordonnent leurs objectifs. En faisant la promotion des événements et des actions d'intérêt public du club, vous pouvez faire connaître votre travail et ainsi attirer des membres potentiels. Une couverture médiatique (journaux, télévision, radio, internet ou panneaux publicitaires) fera connaître le club à des personnes susceptibles de le rejoindre. Le Rotary International reçoit plus de formulaires de membres potentiels dans les régions où s'est tenue une campagne de relations publiques.

Le Rotary met à votre disposition de nombreux outils pour vous aider à mettre en place une stratégie de relations publiques efficace. Les clubs reçoivent annuellement la campagne *L'humanité en action* sous forme de DVD et CD-Rom. Les Rotariens peuvent obtenir des médias locaux des espaces publicitaires à faible coût ou même gratuits. Chaque kit contient des messages d'intérêt public pour la télévision, la radio, la presse, l'Internet et des panneaux publicitaires. La publication du Rotary, *Des relations publiques efficaces – Suggestions au club* devrait être lue par les membres de la commission Effectif de votre club. Ce guide offre des outils et des conseils de base pour promouvoir les activités du club auprès du grand public. D'autres ressources sont disponibles sur le site du Rotary, notamment des exemples de communiqués de presse, des lettres aux rédacteurs en chef et des fiches-info sur de nombreux sujets en relation avec le Rotary.

Le Rotary accorde des subventions au niveau du district pour aider les clubs à promouvoir leurs activités dans les médias locaux. Consulter le site du Rotary pour en savoir plus.



Des relations publiques efficaces – Suggestions au club (257-FR)

Inviter les membres potentiels à rejoindre le Rotary

Une fois que vous avez proposé un candidat qualifié comme membre et que le comité du club a accepté sa candidature, le moment est venu d'inviter le membre pressenti à rejoindre le club. Un membre de la commission Effectif et le Rotarien qui propose le candidat devraient rendre visite au membre pressenti et l'inviter. Cette attention particulière aidera à tisser de bonnes relations qui aideront à fidéliser les nouveaux membres.

Tout au long de la procédure de recrutement et au moment où vous proposez au membre potentiel de rejoindre votre club, essayez de transmettre votre enthousiasme pour les actions du club et votre fierté d'en être membre. Pensez aux personnes et aux activités qui ont suscité votre intérêt pour le Rotary. Comment vous êtes-vous impliqué dans votre première action d'intérêt public ? Des membres chaleureux et accueillants envoient un message essentiel à un membre potentiel : il est le bienvenu et aura l'occasion de participer à quelque chose d'important.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB – PLAN D’ACTION POUR LE CHAPITRE 2

Oui	Non	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a identifié et évalué les autres options de bénévolat dans la collectivité et a défini une stratégie pour positionner le club en tête de liste.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif a discuté du principe des classifications avec les membres et nous comprenons l’importance d’une représentation de toutes les classifications au sein du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a effectué son étude annuelle des classifications pour l’année 20__-20__.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif a distribué la liste des classifications représentées et vacantes au sein du club, et les membres ont débattu du contenu de cette liste.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a effectué l’évaluation de la diversité de l’effectif, et nous comprenons les forces et les faiblesses de la composition démographique actuelle du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif a mis en place un plan d’action pour augmenter la diversité du club à travers les classifications, la mixité, l’âge et l’appartenance ethnique. Nos membres ont connaissance de leur rôle.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a complété le questionnaire Effectif.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les membres du club comprennent que nous devons concentrer nos efforts pour inviter des membres potentiels de groupes sous-représentés aux réunions statutaires.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif a distribué des exemplaires du guide <i>Parrainer la candidature d’un nouveau membre</i> [254-FR] à tous les membres et leur a rappelé l’utilité des formulaires en ligne (recommandation, membre potentiel, changement d’adresse).
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a créé une bibliothèque des publications du Rotary mise à jour annuellement et encourage les membres du club à l’utiliser.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club s’est procuré des <i>Kit Information des prospects</i> [423-FR] ou a développé son propre kit pour les prospects et a aussi commandé le <i>Kit DVD Effectif</i> [427-MU] pour sa bibliothèque de club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif prépare des documents sur le club à distribuer aux membres potentiels, notamment un profil sur les actions du club, les obligations financières et les critères d’assiduité.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a une commission Relations publiques active qui travaille à l’obtention d’une couverture médiatique des événements du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif collabore avec la commission Relations publiques quand c’est nécessaire.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre club a inscrit une de nos meilleures pratiques de recrutement sur la base de données des meilleures pratiques de développement de l’effectif sur le site du Rotary.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif a présenté aux dirigeants et membres du club au moins une stratégie de recrutement obtenue sur la base de données des meilleures pratiques de développement de l’effectif sur le site du Rotary.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif rappelle aux membres du club régulièrement d’inviter des membres potentiels aux réunions statutaires.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notre commission Effectif connaît la procédure de soumission de prises de contact de membres qualifiés par les trois formulaires (recommandation, membre potentiel, changement d’adresse) sur le site du Rotary, et nous avons mis en place une procédure spécifique pour répondre à ces prises de contact.

Oui Non

Nous avons demandé à chaque membre de notre club de recommander au moins un candidat à un autre club chaque année en remplissant le formulaire en ligne de recommandation de nouveaux membres, et de proposer à un candidat de rejoindre notre club.

En tant que Rotariens, les membres de notre club comprennent qu'ils ont la responsabilité de recommander de membres potentiels.

Chapitre 3 Maximiser la fidélisation

La fidélisation est aussi importante au succès et au développement à long terme que le recrutement. La difficulté des clubs à stabiliser leur effectif est une des principales préoccupations du Rotary aujourd'hui. Des membres dynamiques, actifs et motivés assurent un fonctionnement efficace du club et sont plus à même d'attirer de nouveaux membres.

Un effectif plus équilibré, reflétant la composition socioprofessionnelle de la ville, permet de minimiser les départs. La fidélisation de l'effectif est un processus continu nécessitant une attention, une action et un engagement constants.

Évaluer la fidélisation dans votre club

Il est important de connaître le nombre de membres qui quittent le club chaque année, pas seulement les pertes ou gains nets. D'importants problèmes de fidélisation peuvent exister au sein d'un club bien que son effectif reste constant. Les clubs qui perdent et acquièrent des membres d'année en année risquent de se mettre en difficulté et de ne plus être en mesure d'attirer de nouveaux membres.

Utiliser le modèle Fidélisation

Ce modèle explore sur une durée déterminée les mouvements au sein de l'effectif d'un club. Au lieu de simplement constater des gains (ou pertes) nets d'une année sur l'autre, il permet d'évaluer l'incidence du recrutement et des départs/radiations sur ces gains ou pertes. Cette vue globale donne une meilleure idée de ce qui se passe en chiffrant les arrivées et les départs. Pour plus d'instructions, veuillez consulter le modèle Fidélisation dans *Outils d'évaluation du club*.

Afin d'obtenir des résultats probants, nous recommandons d'utiliser une période de 3 ou 5 ans. Faire une étude sur une période plus courte ne permet pas de dégager des tendances tandis qu'utiliser une période plus longue risque de multiplier les facteurs et de fausser les conclusions.

Utiliser le modèle Radiation

Afin d'évaluer pleinement les forces et faiblesses d'un club en matière de fidélisation et d'adapter ses stratégies de fidélisation, il est nécessaire de savoir combien de temps les membres sont restés dans le club avant de partir.



Le modèle Fidélisation

Si votre club a un excellent taux de fidélisation, veuillez partager vos stratégies sur la base de données des meilleures pratiques Effectif sur www.rotary.org.



Le modèle Radiation

Ce modèle répartit les anciens membres en catégories définies en fonction de la durée passée au sein du club. Une étude de chaque catégorie fait ressortir le moment où les départs se produisent le plus souvent. Un regroupement par catégorie permet également de déterminer si les problèmes éventuels concernent uniquement un certain type de membres afin de mettre en œuvre une stratégie ciblée.

Par exemple, si vous découvrez que la majorité des départs se produisent durant les deux premières années, votre club doit concentrer ses efforts sur les membres se trouvant dans cette catégorie. Vos stratégies peuvent inclure une formation préalable à l'intronisation, un programme d'orientation pour les nouveaux membres et la participation rapide des nouveaux membres aux activités et actions du club.

La clé bien sûr est de fidéliser les membres dans toutes les catégories. Le modèle n'a pour but que d'identifier les catégories les plus vulnérables ayant besoin d'une attention particulière.

Les résultats doivent d'abord être évalués par un dirigeant de club ayant accès aux données sur l'effectif puis par la commission Effectif du club. Distribuez-les ensuite aux membres durant une réunion et discutez des conclusions. Profitez de cette séance pour mieux former les membres et les impliquer d'avantage dans les activités de développement de l'effectif.



Le questionnaire pour
membre démissionnaire



Le questionnaire sur la
satisfaction des membres

Interview des membres

Interviewer les membres anciens et actuels afin de déterminer les raisons pour lesquelles ils décident de rester ou de partir.

Utiliser le questionnaire pour membre démissionnaire à chaque fois qu'un membre décide de quitter le club. C'est une petite interview de sortie pour aider les clubs à prévenir de telles pertes à l'avenir.

Le questionnaire sur la satisfaction des membres vise à déterminer les aspects les plus appréciés ou à améliorer au niveau du club. Il offre des informations que la commission Effectif du club peut utiliser afin d'établir un plan d'action pour la fidélisation. Les deux questionnaires sont disponibles dans *Outils d'évaluation du club*.

Créer des outils d'évaluation adaptés

Chaque club ayant des besoins spécifiques en matière de fidélisation et les outils fournis par le Rotary n'étant pas toujours adaptés aux besoins locaux, nous encourageons les clubs à les utiliser comme modèles pour créer des outils d'évaluation adaptés à leurs besoins.

Fidéliser ses membres

Les résultats de l'évaluation permettent d'identifier les stratégies qui marchent et les domaines où il faut agir. Voici quelques directives à suivre pour maximiser la fidélisation.

Cérémonies d'intronisation

L'intronisation d'un nouveau membre marque le début de plusieurs années d'engagement et d'accomplissements, et mérite d'être célébrée de manière notoire. Suggestions :



*Orientation des nouveaux
membres : Guide pour les
clubs (414-FR)*

Trouvez des exemples de
script de cérémonie officielle
d'intronisation.

- Inviter la famille du nouveau membre à la cérémonie.
- Décorer la salle avec les fanions du club et emblèmes du Rotary.
- Organiser l'intronisation dans un cadre différent de celui des réunions.
- Encourager les membres du club à faire part de leur engagement et de leur fierté d'être Rotarien.

Impliquer les nouveaux membres dans des actions significatives

Une des raisons pour lesquelles beaucoup de gens désirent rejoindre le Rotary est la possibilité de prendre part à une action significative. Les clubs ayant de nombreuses actions en cours sont plus en mesure d'offrir aux nouveaux membres des opportunités à tous les niveaux, et de leur donner le sentiment de participer à un effort important.

Un rôle actif au sein du club permet aux nouveaux membres de s'impliquer immédiatement au Rotary. Nous vous encourageons à identifier les intérêts des nouveaux membres, les nommer dans des commissions appropriées et les impliquer immédiatement dans des actions. Faites leur également part des possibilités d'assumer un rôle de dirigeant au sein du club à l'avenir.

Les Rotariens désirent participer à des actions significatives, faute de quoi ils risquent rapidement de se désintéresser. Le *Kit Action d'intérêt public* fournit aux clubs les outils nécessaires pour planifier, mettre en œuvre et évaluer des actions efficaces. Veuillez acheter au moins un kit pour la bibliothèque de votre club.



Kit Action d'intérêt public
(605-FR)



Créer un programme de formation des nouveaux membres (425-FR)

Autres ressources importantes pour les commissions Effectif de club : *Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs* et la dernière édition du *Catalogue*.



Formation des nouveaux membres (426-FR)

Cet assemblage de publications RI sous forme de pochette sera utile aux nouveaux membres.

Formation et orientation des nouveaux membres

Il est essentiel que les nouveaux membres connaissent le Rotary et soient informés des activités de votre club. Veillez à ce que les nouveaux membres connaissent bien les obligations et avantages issus de la qualité de Rotarien ainsi que les possibilités de service aux niveaux du club, du district et international. Établissez un programme d'orientation pour les nouveaux couvrant tout ce qu'ils doivent savoir sur le Rotary. Pour plus d'informations, veuillez consulter *Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs*.

Utiliser le Kit Formation des nouveaux membres

Le kit *Formation des nouveaux membres* contient des publications pour former les nouveaux membres durant leur orientation. Veuillez en commander pour les distribuer aux nouveaux membres ou créer votre propre kit pour nouveaux membres. Pensez également à commander le *Kit DVD Effectif* [427-MU]. La plupart de ces outils peuvent être aussi utilisés pour la formation continue. Voir en annexe 2, la liste complète des publications et vidéo/DVD contenus dans chaque kit.

Communication électronique

Servez-vous du site internet, bulletin et courriel de votre club pour informer régulièrement les membres, nouveaux et actuels, ainsi que les prospects des activités du club. Gardez une liste à jour des coordonnées des membres du club.

Essayez d'être créatif et ingénieux lorsque vous communiquez électroniquement. Les transmissions multimédia (vidéos, numériques, podcasts) et les blogs de votre site internet peuvent avoir différentes fonctions. Si aucun des membres n'est en mesure d'utiliser ces nouveaux outils de communication, invitez un professionnel en marketing à faire une présentation sur ces outils durant une réunion de votre club.

Former et guider les membres actuels

La formation continue des membres est, d'après certaines études, l'un des meilleurs outils de fidélisation car elle favorise une augmentation du taux général de fidélisation. Plus les membres en savent sur le Rotary, plus ils deviennent actifs. Au moins quatre réunions statutaires doivent porter sur les thèmes suivants :

- Les possibilités de participation :
 - à des réunions multidistricts
 - aux assemblées de club ou séminaires de district
 - aux actions et activités du club ou district
 - comme dirigeants.
- Les programmes, actions et activités du Rotary
- Les manifestations spéciales telles que la convention du Rotary et les conférences de district
- Comment parrainer la candidature de nouveaux membres
- Les objectifs, et initiatives des commissions Effectif de club et de district
- Rapport sur les objectifs Effectif et les progrès à date
- Rapport sur les efforts d'obtention de la Citation présidentielle, du Prix du Rotary pour le développement de l'effectif, du prix du Rotary - Reconnaissance des initiatives de développement de l'effectif ou du Certificat - Croissance des petits clubs (voir chapitre 5)
- La création de nouveaux clubs et le rôle de parrain.

N'hésitez pas à ajouter des thèmes que vous trouvez importants pour vos membres et qui favoriseraient leur engagement au niveau du club. Organisez au moins une réunion par trimestre pour aborder les problèmes concernant l'effectif ainsi que votre stratégie actuelle de développement de l'effectif. Envisagez également d'utiliser les activités d'évaluation d'*Outils d'évaluation du club* dans le cadre de votre formation continue.

Utilisez le questionnaire sur la satisfaction des membres pour déterminer les stratégies à utiliser pour que les membres continuent d'être actifs et de s'impliquer dans le club. Les résultats du modèle radiation peuvent vous permettre déterminer les périodes clés de désintéressement (en général



Le questionnaire sur la satisfaction des membres

entre la première et la troisième année de participation). Ces outils peuvent vous permettre de créer un programme donnant aux membres actuels le sentiment de faire partie intégrale d'une équipe efficace.

Ressources pour les programmes de formation continue

- *Outils d'évaluation du club*
- *RVM : le magazine en images*
- *Parrainer la candidature d'un nouveau membre* (254-FR)
- www.rotary.org
- Adjoint du gouverneur
- Responsable Effectif de district



Encouragez les membres à s'informer en s'abonnant sur www.rotary.org aux *Bulletin Effectif*, *PR Tips*, *Bulletin Formation*, et autres bulletins électroniques du Rotary.

Bulletin Effectif

Vous trouverez dans ce bulletin électronique mensuel du Rotary :

- Les dernières études sur l'effectif
- Des conseils pour identifier et recruter des membres qualifiés et engagés
- Des idées pour créer ou développer un programme d'orientation des nouveaux membres
- Des suggestions pour fidéliser les membres.

Consultez www.rotary.org pour vous y abonner ou télécharger les dernières éditions.

Faire connaître vos stratégies de fidélisation

Inscrivez vos stratégies sur la base de données des meilleures pratiques Effectif sur www.rotary.org. et découvrez-y les stratégies qui ont permis aux clubs des quatre coins du monde d'améliorer leur taux de fidélisation. Voici quelques exemples à suivre :

- Encourager les nouveaux membres à rejoindre une commission.
- Présenter les nouveaux membres aux Rotariens ayant des intérêts similaires.
- Faire une liste détaillée des opportunités pour les nouveaux membres de s'informer sur le RI et de s'impliquer dans les activités du club.
- Assigner à chaque nouveau membre un mentor expérimenté.
- Demander aux nouveaux membres leurs impressions sur le programme d'orientation.
- Leur demander de participer à la conférence de district ou à une autre réunion de district. Envisager de couvrir une partie des frais.
- Reconnaître les membres qui proposent des nouveaux membres grâce à un insigne Parrain nouveau membre, disponible auprès des fournisseurs agréés du Rotary. Veuillez consulter la liste de ces distributeurs sur www.rotary.org.
- Organiser un atelier sur le développement de l'effectif pour discuter des problèmes et des plans d'action.

- Réorganiser l'emploi du temps de vos réunions statutaires afin de déterminer si cela a un impact sur la productivité de votre club.
- Créer et maintenir un site internet du club.
- Créer des présentations PowerPoint pour les nouveaux membres sur les actions en cours, les manifestations, les coûts, les commissions et les objectifs Effectif.
- Travailler avec les dirigeants du district pour mettre en place un système où vous vous échangerez les noms de prospects avec d'autres Rotary clubs de votre région.

Formuler et mettre en place un plan d'action Effectif

De 2003 à 2006, le programme pilote Fidélisation du Rotary a identifié sept étapes clés permettant d'améliorer le taux de fidélisation :

1. Identifier des prospects qualifiés.
2. Leur présenter les programmes du Rotary et les actions du club.
3. Les inviter à rejoindre le club.
4. Organiser une cérémonie d'intronisation digne.
5. Mettre en place un programme d'orientation des nouveaux membres.
6. Les impliquer rapidement dans les commissions, les activités, les collectes de fonds, les réunions du comité, les réunions statutaires de club et les activités sociales.
7. Former les membres via un programme de formation continue.

La fiche de travail de l'annexe 2 peut vous aider à déterminer si votre club suit ces étapes. Prenez en considération les évaluations tirées d'*Outils d'évaluation du club* lorsque vous remplissez la fiche de travail.

Si la commission Effectif de votre club est chargée de formuler le plan d'action Effectif, les membres jouent un rôle clé dans sa mise en œuvre. Il faut donc les encourager à s'impliquer d'avantage et à collaborer.

Après avoir rempli la fiche de travail, la commission Effectif du club doit rédiger un rapport présentant le plan d'action Effectif à distribuer à tous les membres. Discutez du plan et encouragez les membres à participer à sa mise en œuvre.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB – PLAN D’ACTION POUR LE CHAPITRE 3

Oui	Non	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a rempli le modèle Fidélisation et a discuté des résultats avec les membres du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a rempli le modèle Radiation et a discuté des résultats avec les membres du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a organisé une discussion avec les membres sur les forces et faiblesses de notre fidélisation et des idées ont été formulées pour remédier aux problèmes.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a mis en œuvre un plan pour accroître le taux de fidélisation pour la période identifiée comme la pire dans le cadre du modèle Radiation.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Le club utilise le questionnaire pour membre démissionnaire ou une interview de sortie adaptée lorsqu’un membre quitte le club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif s’assure que le questionnaire annuel sur la satisfaction des membres est dûment rempli.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif utilise les informations obtenues par ces questionnaires et autres outils d’évaluation pour améliorer les stratégies actuelles de développement de l’effectif.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif reconnaît l’impact majeur de nos actions sur le taux de fidélisation du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les membres de la commission Effectif ont lu le <i>Kit Action d’intérêt public</i> [605-FR] et collaboré avec notre commission Actions pour monter de nouvelles actions pertinentes.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les membres de la commission Effectif ont lu <i>Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs</i> [414-FR].
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a formulé ou est sur le point de formuler un nouveau programme d’orientation se concentrant sur la formation des nouveaux membres et leur implication dans les activités du club dès leur arrivée au sein du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Le club a commandé des <i>Kit Formation des nouveaux membres</i> [426-FR] ou développé son propre kit pour nouveaux membres.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Le club a acheté le <i>Kit DVD Effectif</i> [427-MU] pour la bibliothèque du club.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Le club a un site internet qui est mis à jour régulièrement.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les dirigeants du club communiquent régulièrement avec les membres à travers des bulletins ou par courriel.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif offre un programme de formation continue et nous nous y consacrons au moins quatre réunions par an.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les membres de la commission Effectif se sont abonnés au bulletin Effectif sur le site du Rotary.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a inscrit une de ses stratégies de fidélisation sur la base de données des meilleures pratiques Effectif sur www.rotary.org .
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif a adopté une stratégie de fidélisation tirée de la base de données des meilleures pratiques Effectif sur www.rotary.org .

Oui Non

La commission Effectif encourage les membres à participer à la formulation du plan d'action pour le développement de l'effectif.

Tous les membres ont reçu un rapport détaillé de la commission Effectif sur les étapes du plan d'action Effectif : Identifier, présenter, inviter, introniser, et la formation des prospects, des nouveaux membres et des membres actuels.

Chapitre 4 Parrainer de nouveaux clubs

L'organisation de nouveaux clubs est essentielle au développement de l'organisation et doit être saluée de manière notoire. La réussite d'un nouveau club dépend largement de l'encadrement fourni par les Rotariens du club parrain.

Bien que les gouverneurs soient les seuls responsables de la création de nouveaux clubs, votre club peut jouer un rôle important dans cet effort en acceptant de parrainer un nouveau club. Le parrainage d'un club nécessite un engagement sérieux de la part de tous les membres. Veuillez donc bien informer les membres de votre club des attentes et assurez-vous qu'ils sont prêts à participer à cette aventure.

La croissance à travers les nouveaux clubs

Les emplois du temps, obligations familiales et intérêts varient grandement selon les gens. Il est donc nécessaire d'offrir plusieurs options aux prospects.

Si les Rotariens doivent proposer des nouveaux membres à leur propre club, ils doivent également connaître les autres Rotary clubs de leur collectivité qui leur conviendraient éventuellement mieux. S'il n'y a pas d'autres clubs dans votre collectivité – et qu'il y a suffisamment de demande – faites en part aux dirigeants de votre district. Assurez-vous également qu'il n'existe pas d'autres clubs dans les collectivités avoisinantes et, le cas échéant, demandez au gouverneur de créer un nouveau club que vous proposerez de parrainer.

Qualifications et responsabilités du club parrain

Bien que le parrainage ne soit pas obligatoire, il est fortement recommandé par le conseil d'administration du Rotary. Le gouverneur et la commission Expansion du district doivent choisir comme club parrain un club répondant aux critères suivants :

- Être prêt à être le mentor du nouveau club pour au moins un an suivant son admission
- Être en règle vis-à-vis du Rotary
- Avoir au moins 20 membres actifs
- Avoir un programme équilibré.

La réussite d'un nouveau club dépend de son fonctionnement durant les premiers mois suivant sa création. Le club parrain débutera son rôle de mentor dès l'admission du nouveau club, offrant des conseils et s'impliquant dans les activités du club pendant au moins un an.



La création de nouveaux clubs (808-FR)

Ce guide pour gouverneurs et représentants spéciaux est également utile pour tous ceux qui désirent en savoir plus sur la procédure de création de nouveaux clubs.

Rôles et responsabilités du club parrain :

- Seconder le représentant spécial dans la planification et mise en place des structures administratives du nouveau club
- Participer à l'élaboration des actions et programmes initiaux du nouveau club
- Aider le club à se développer en tant que membre du Rotary
- Tenir le gouverneur au courant des activités du nouveau club comme requis durant la première année.

Autres responsabilités :

- Le secrétaire du club peut servir de conseiller au secrétaire du nouveau club durant les premières réunions.
- Le président du club peut assister avec le représentant spécial à la première réunion du comité du nouveau club.
- Encourager les membres expérimentés à aider les membres du nouveau club à se familiariser avec les informations, règles et procédures du Rotary.
- Aider le nouveau club à planifier ses programmes durant la première année.
- Planifier des activités communes de collecte de fonds.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB – PLAN D'ACTION POUR LE CHAPITRE 4

Oui Non

Nous avons discuté des rôles et responsabilités du club parrain.

Nous nous sommes mis d'accord pour servir comme club parrain au cas où le gouverneur fasse appel à nous. Les responsables du club sont unanimes dans leur engagement à parrainer un nouveau Rotary club.

La commission Effectif a informé le gouverneur de notre décision de servir comme club parrain si l'opportunité se présente au niveau du district.

Chapitre 5 Les prix du Rotary pour le développement de l'effectif et les programmes de reconnaissance



Prix du Rotary International pour le développement de l'effectif (901-FR)

Conscient que la croissance et le développement de l'effectif du Rotary est vital pour l'avenir de notre organisation, le conseil d'administration a établi trois programmes annuels de reconnaissance pour le développement de l'effectif. Les clubs sont encouragés à s'efforcer d'obtenir au moins un de ces prix/certificat.

Prix du Rotary International pour le développement de l'effectif

Il a pour vocation de récompenser les clubs ayant les meilleurs résultats dans les trois domaines suivants : fidélisation des effectifs, recrutement et création de nouveaux clubs.



Reconnaissance des initiatives de développement de l'effectif (422-FR)

Vous y trouverez également les directives du programme et le formulaire de soumission pour club.

Reconnaissance des initiatives de développement de l'effectif

Le Rotary International récompense les clubs qui élaborent et mettent en place des stratégies innovantes qui ont un impact sur les effectifs. Jusqu'à trois clubs par district peuvent recevoir un prix du Rotary récompensant leur engagement dans un des trois domaines du développement de l'effectif : fidélisation, recrutement, création de nouveaux clubs.

Les clubs ont jusqu'au 15 avril pour envoyer leurs formulaires de soumission à leur gouverneur qui, après les avoir revus, doit les soumettre au Rotary avant le 15 mai. Les clubs choisis reçoivent un certificat et sont reconnus durant la convention.



Certificat - Croissance des petits clubs (416-FR)

Certificat – Croissance des petits clubs

Afin d'encourager les clubs qui sont passés sous la barre des 20 membres, le conseil d'administration du Rotary a créé un Certificat – Croissance des petits clubs pour récompenser les clubs ayant moins de 20 membres qui ont pu accroître leur effectif.

Ces certificats sont attribués aux clubs de moins de 10 membres dont l'effectif dépasse les 10 membres, à ceux de 10 à 14 membres qui atteignent un objectif d'au moins 15 membres et à ceux de 15 à 19 membres qui atteignent un objectif d'au moins 20 membres.



Consultez votre supplément régional pour connaître l'effectif moyen des clubs de votre région.

Taille des clubs

En juillet 2006, les Rotary clubs avaient en moyenne 38 membres. Bien que toutes les localités ne soient pas tenues d'avoir cette même moyenne, il est important que les clubs aient un nombre suffisant de membres pour fonctionner correctement dans leur collectivité. Dans le but, le conseil d'administration a décidé que :

- Un nouveau club doit avoir au moins 20 membres fondateurs (le conseil d'administration se réserve le droit de faire une exception si besoin est). Au moins 50 % des membres fondateurs doivent être de la localité du nouveau club.
- Tout club désirant parrainer un nouveau club doit avoir au moins 20 membres actifs. Si le parrainage est effectué par 2 clubs ou plus, au moins un des clubs parrains doit satisfaire ce critère.
- Chaque club doit payer des cotisations pour au moins dix membres.

Déterminer la taille des clubs

Divers facteurs doivent être pris en compte pour déterminer si la taille d'un club est appropriée ou non : la taille de la collectivité, le nombre de Rotary clubs dans la région et les conditions socioéconomiques. Dans certains cas, les circonstances locales mènent à la création de plus petits clubs.

Veillez examiner les questions suivantes :

- Votre club reflète-il la composition de la collectivité ?
- Est-il en mesure de monter des actions réussies ?
- Y a-t-il suffisamment de Rotariens pour diriger et se charger du fonctionnement du club ?
- Toutes les professions de votre collectivité y sont-elles représentées ?

Les plus petits clubs doivent établir des objectifs réalistes pour recruter plus de membres. Voir les instructions des chapitres 3 et 4, et les ressources présentées au chapitre 6.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB – PLAN D'ACTION POUR LE CHAPITRE 5

Oui Non

Dans le cadre du développement du plan d'action Effectif, nous nous sommes engagés à obtenir au moins un des prix du Rotary pour le développement de l'effectif ou témoignages de reconnaissance.

Pour les clubs de moins de 20 membres : le président du club a sollicité l'aide du gouverneur, du responsable Effectif du district ou du coordinateur Effectif régional pour formuler ses objectifs Effectif ainsi qu'un plan d'action pour le développement de l'effectif.

Chapitre 6 Ressources

Les coordinateurs Effectif régionaux du Rotary (RRIMC)

L'objectif du programme des coordinateurs Effectif régionaux du Rotary est d'offrir une stratégie de promotion du développement de l'effectif au travers d'un réseau de Rotariens formés pour soutenir les clubs et districts dans leurs efforts.

Le rôle des 64 RRIMC est d'identifier et formuler des stratégies de développement de l'effectif adaptées aux besoins de leurs régions, et de former les commissions et responsables Effectif des districts dans le cadre de formations régionales et autres ateliers et séminaires Effectifs appropriés.

Ces bénévoles sont non seulement versés aux dernières stratégies et techniques de développement de l'effectif mais ils connaissent aussi bien les programmes du Rotary y afférant. Les clubs peuvent y faire appel pour :

- Diriger des formations régionales portant sur le développement de l'effectif.
- Servir comme intervenant durant des manifestations spéciales sur l'effectif.
- Aider les dirigeants du club à identifier et développer des plans, objectifs et stratégies de développement de l'effectif.
- Identifier des outils régionaux appropriés à utiliser dans les efforts de développement de l'effectif.

Pour contacter un RRIMC, consultez l'*Official Directory* [007-EN] sur www.rotary.org ou contactez le responsable Effectif de votre district.

La commission Effectif de district

La commission Effectif est chargée de l'identification, de la promotion et de la mise en œuvre de stratégies appropriées de développement de l'effectif. Le responsable de la commission sert de liaison entre le gouverneur, le RRIMC, le Rotary et les clubs pour les questions liées à l'effectif. Le gouverneur ou son adjoint ont les coordonnées des membres de cette commission. Veuillez suggérer aux dirigeants de votre district de nommer une commission Effectif s'il n'en existe pas une déjà.

La commission Effectif de votre club doit communiquer ses objectifs à la commission de district et lui faire part de ses succès. Il est aussi important pour les districts de s'informer des stratégies efficaces au niveau des clubs que de vous informer auprès des districts.

Commission Relations publiques de district

La commission Relations publiques de district est chargée de promouvoir les actions du Rotary auprès du public pour renforcer le soutien apporté aux programmes du Rotary. La commission doit également sensibiliser les Rotariens aux retombées pour les clubs de la publicité, de relations publiques favorables et d'une image publique positive.

Demandez à la commission si elle a planifié des campagnes ou des initiatives, ainsi que les derniers outils fournis par le Rotary. Les plans de la commission peuvent avoir un impact sur les efforts de développement de l'effectif et de relations publiques de votre club. La commission dispose également d'informations et d'outils que la commission Relations publiques de votre club peut utiliser pour créer une campagne efficace dans votre région.

Le site du Rotary

www.rotary.org est la principale source d'informations pour les Rotariens qui doivent le consulter régulièrement afin de s'informer des dernières nouveautés et nouvelles.

En matière d'effectif, vous y trouverez :

- Résultats d'enquêtes sur l'effectif
- Formulaire pour membre potentiel, de déménagement et de recommandation
- Publications (vous pouvez télécharger gratuitement ou commander en ligne la plupart des publications via shop.rotary.org)
- Informations sur les programmes du Rotary et de la Fondation
- *Accès Membres* qui permet aux présidents et secrétaires de club de communiquer au Rotary les changements affectant leur effectif. (méthode préférée)
- Le formulaire Effectif (téléchargeable) utilisé pour communiquer manuellement ces mêmes changements au Rotary
- Le centre de formation en ligne du Rotary où les dirigeants de club et les nouveaux membres peuvent étudier à leur propre rythme
- Les dernières nouvelles du Rotary
- Noms et adresses des Rotary clubs à travers le monde
- Nom et coordonnées du correspondant CDS de votre club ou district
- Les fournisseurs agréés du Rotary (insignes, vêtements, logiciels, etc.)

Les correspondants CDS

Tous les clubs ont un correspondant CDS à leur disposition pour répondre aux questions relatives :

- Aux statuts et règlement intérieur du Rotary, au *Rotary Code of Policies*, au *Manuel de procédure* et aux directives du conseil d'administration.
- Au Rotary International et au Secrétariat.
- Aux problèmes relatifs aux élections ou à l'interprétation des directives du Rotary.
- À l'utilisation d'*Accès Membres*.

Une base de données consultable sur www.rotary.org vous permettra d'identifier les coordonnées du correspondant CDS de votre district.

Bureaux régionaux

Le secrétariat du RI comprend le siège qui est situé à Evanston (Illinois – États-Unis), et sept bureaux régionaux. Vous pouvez consulter dans l'*Official Directory* ou sur www.rotary.org une liste du personnel du Secrétariat.

Envoyez toutes vos questions ou commentaires à membershipdevelopment@rotary.org.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB – PLAN D'ACTION POUR LE CHAPITRE 6

Oui	Non	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif du club communique régulièrement avec la commission Effectif de district.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif du club a recours aux commissions Effectif et Relations publiques de district.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les dirigeants du club communiquent régulièrement avec le gouverneur ou son adjoint et peuvent les contacter si besoin est.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif de district transmet aux clubs les initiatives des RRIMC.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif du club comprend l'objectif du programme RRIMC et n'hésitera pas à contacter son RRIMC pour répondre à toutes questions concernant l'effectif ou pour tout problème que les dirigeants du district n'ont pas pu résoudre.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les membres de la commission Effectif du club consultent chaque mois le site du Rotary et y téléchargent des documents importants.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La commission Effectif du club va étudier la mise en place des plans d'action listés dans cette publication pour renforcer ses activités.



Annexe 1 : Publications et ressources du Rotary

Les publications et vidéos listées ci-dessous sont disponibles via le Catalogue. Vous pouvez les commander en ligne sur shop.rotary.org, auprès du bureau des commandes (☎ +1-847-866-4600, 📠 +1-847-866-3276, shop.rotary@rotary.org, RI Publications Order Services, 7100 N. Lawndale Ave., Lincolnwood, IL 60712, Etats-Unis) ou auprès de votre bureau régional.

Titre	Description	Numéro de catalogue	Téléchargeable sur le site ?
Kits Effectif*			
Kit Information des prospects	Contient : <i>Le Rotary de base, Voici le Rotary, Le Rotary en bref, Fondation Rotary – L'année en chiffres, Bienvenue au Rotary et brochure PolioPlus.</i>	423-FR	Non
Kit DVD Effectif	Contient deux DVD : <i>l'un pour les nouveaux membres et l'autre pour les prospects.</i>	427-MU	Non
Créer un programme de formation des nouveaux membres	Contient : <i>Orientation des nouveaux membres, Développement de l'effectif et Catalogue.</i>	425-FR	Non
Kit Formation des nouveaux membres	Contient : <i>Bienvenue au Rotary (chemise) L'ABC du Rotary, Thème, Bienvenue au Rotary, Fondation Rotary – L'année en chiffres, Fondation Rotary – Récapitulatif des programmes, Rapport annuel de la Fondation Rotary. Défi 100 millions USD du Rotary – brochure.</i>	426-FR	Non

* N.B. : Le contenu est sujet à changement en fonction des nouvelles éditions et disponibilités.

Publications imprimées			
L'ABC du Rotary	Recueil de rubriques initialement écrites par Cliff Dochterman, président 1992-1993 du Rotary, pour le bulletin hebdomadaire de son club. Excellent guide sur l'histoire du Rotary et ses programmes.	363-FR	Non
Parrainer la candidature d'un nouveau membre	Procédure de sélection et d'élection d'un nouveau membre.	254-FR	Oui
Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs	Ressource pour les Rotariens chargés du programme de formation des nouveaux membres de leur club. Propose des conseils avec des feuilles de travail et une liste de ressources.	414-FR	Oui

Titre	Description	Numéro de catalogue	Téléchargeable sur le site ?
La création de nouveaux clubs	Comprend lignes de conduite, formulaires à remplir, réponses aux questions les plus fréquentes, etc.	808-FR	Oui
Le Rotary de base	Huit pages sur ce que chaque Rotarien doit savoir sur le Rotary (structure, mission et programmes du Rotary et de la Fondation).	595-FR	Oui
Rapport annuel de la Fondation	Rapport sur les programmes et les comptes audités de la Fondation.	187B-FR	Oui
Rapport annuel du Rotary	Rapport sur les programmes et les comptes audités du Rotary.	187A-FR	Oui
Voici le Rotary	Brochure illustrée donnant un bref aperçu du Rotary aux futurs Rotariens et au public.	001-FR	Oui
Fondation Rotary – L’année en chiffres	Bref aperçu de l’organisation, de la portée et des programmes de la Fondation. Destiné au public. Par lot de 50.	159-FR	Oui
Le Rotary en bref	Fiche, format carte de visite, répondant aux principales questions sur le Rotary. Destinée aux non Rotariens.	419-FR	Oui
Des relations publiques efficaces – Suggestions aux clubs	Guide pratique pour promouvoir les actions du club auprès du public.	257-FR	Non
Catalogue	Liste des publications, auxiliaires audiovisuels, formulaires et fournitures.	019-FR	Oui
Un siècle de service : l’histoire du Rotary	Ce livre, commandité par le Rotary à l’occasion de son centenaire en 2005, illustre l’esprit humanitaire du Rotary. Il couvre la naissance, l’évolution et l’expansion du Rotary, ses idéaux, traditions et programmes.	913-FR	Non
Kit Action d’intérêt public	Contient <i>Action d’intérêt public : comment monter une action</i> , un guide pour évaluer les besoins, collaborer avec d’autres organisations, développer un projet, le mener à bien et évaluer son impact ainsi que <i>Domaines d’action prioritaires</i> , la liste d’actions recommandées aux clubs et districts.	605-FR	Oui
Avec le Rotary... (cartes postales)	Pour inviter des prospects à assister à une réunion de Rotary club. Par lot de 20.	614-FR	Non
Avec le Rotary... (cartes de visite)	À distribuer autour de vous et aux prospects. Par lot de 20.	613-FR	Non

Titre	Description	Numéro de catalogue	Téléchargeable sur le site ?
Programmes de reconnaissance			
Prix du Rotary pour le développement de l'effectif	Brochure et formulaire à l'intention des gouverneurs. Certificat à l'échelle du district décerné aux clubs au vu de leur croissance, fidélisation et création de nouveaux clubs. Les districts qui atteignent leurs objectifs sont également reconnus.	901-FR	Oui
Reconnaissance des initiatives de développement de l'effectif	Description et critères du programme qui vise à reconnaître la créativité des clubs en matière de recrutement, fidélisation et expansion.	422-FR (pour club) 421-FR (pour district)	Oui
Croissance des petits clubs	Brochure détaillant ce nouveau programme géré au niveau du district qui reconnaît la croissance des clubs de moins de 20 membres.	416-FR	Oui
Citation présidentielle	Brochure décrivant la citation présidentielle.	900A-FR	Oui
DVD/Vidéos/cédéroms			
L'humanité en action	Kit contenant un cédérom et un DVD avec des outils de relations publiques : spots télé, annonces pour la presse écrite, bandeaux publicitaires Internet, aides pour les campagnes d'affichage. Révision annuelle.	Voir Catalogue	Oui
RVM : le magazine en images	Parution régulière de DVD comportant plusieurs reportages sur l'action des Rotariens à travers le monde. Idéal pour des réunions de club ou pour présenter le Rotary à des prospects.	Voir Catalogue	Non
Service Above Self: A Century of Extraordinary Purpose	Documentaire de 60 minutes sur le premier siècle de service du Rotary. Produit par Horizons Communications Group, société de production de documentaires indépendante.	929-EN	Non
Un don, chaque année	DVD de 9 minutes présentant les programmes de la Fondation et les subventions financés par les contributions au Fonds de participation aux programmes.	978-MU	Non
PolioPlus : un cadeau aux enfants du monde	DVD de 11 minutes sur les progrès de la campagne.	317-MU	Non

Titre	Description	Numéro de catalogue	Téléchargeable sur le site ?
Le Rotary et la communauté internationale : du local à l'international	Huit minutes sur le Rotary, les Nations unies et la communauté internationale. Vidéo et DVD.	266-MU	Non
Rotary: The Possibility	Vidéo de trois minutes sur les actions rotariennes à travers le monde. Pour faciliter le recrutement. Bande sonore sans narration.	688-MU	Non
Héritage du Rotary	Quatre vidéos historiques réunies sur un seul DVD : <i>Paul Harris en direct</i> (1942) ; <i>Histoire du Rotary</i> ; <i>Paul Harris, a Man of Action and Vision</i> (anglais) ; et <i>The Great Adventure</i> , vidéo en anglais de 30 minutes réalisée à Hollywood en 1955 à l'occasion du cinquantième anniversaire du Rotary. Durée totale : 57 minutes. Avec Edward Arnold et Jim Backus.	020-MU	Non
You – The Rotary Foundation	Vidéo de 4 minutes présentant sur un fonds musical les bénéficiaires des programmes de la Fondation à travers le monde.	170-MU	Non
Voici le Rotary	Vidéo de 6 minutes sur le Rotary et la Fondation. Idéal pour présenter le Rotary et pour l'orientation des nouveaux membres.	449-MU	Non
Bienvenue au Rotary	À l'intention des nouveaux membres. 3 minutes.		Oui
Périodiques			
Bulletin Effectif	Bulletin électronique mensuel sur le développement de l'effectif. S'abonner sur www.rotary.org .		Oui
Rotary PR Tips	Bulletin électronique bihebdomadaire de conseils destinés aux clubs et districts. S'abonner sur www.rotary.org .		Oui
Bulletin Formation	Bulletin électronique mensuel à l'intention des formateurs de district et des Rotariens intéressés par la formation. S'abonner sur www.rotary.org .		Oui

Titre	Description	Numéro de catalogue	Téléchargeable sur le site ?
RI Community Service	Bulletin électronique bimestriel en anglais sur l'action d'intérêt public et les ressources offertes aux Rotariens. S'abonner sur www.rotary.org .		Non
RI Vocational Service	Bulletin électronique bimestriel sur l'Action professionnelle. S'abonner sur www.rotary.org .		Non
International Service Update	Bulletin électronique sur l'Action d'intérêt public, les Volontaires du Rotary et les Unités de développement communautaire ainsi que les secours en cas de catastrophe et efforts de reconstruction. S'abonner sur www.rotary.org .		Non
Every Rotarian, Every Year	Bulletin électronique avec mise à jour sur le Fonds de participation aux programmes, les dons à date et l'impact des contributions sur la vie des gens à travers le monde. S'abonner sur www.rotary.org .		Oui
Rotary World	Journal de huit pages qui paraît quatre fois par an à l'intention des dirigeants rotariens.		Oui
The Rotarian	Revue officielle du Rotary. Parution mensuelle. Pour les magazines régionaux, consulter www.rotary.org ou l' <i>Official Directory</i> .		Sélection d'articles, liens vers les magazines régionaux
Ressources Internet			
Formation au leadership – Guide pour lancer un programme	Lignes de conduite et suggestions de séances.	250-FR	Oui
Centre de formation en ligne	Modules éducatifs en ligne pour dirigeants de club et nouveaux membres.		Oui
Base des meilleures pratiques Effectif	Base de données des meilleures pratiques soumises par les clubs et districts du monde entier.		
Formulaire de membre potentiel	Permet aux non Rotariens de demander des informations sur la procédure de recrutement sur le site du Rotary.		Oui

Titre	Description	Numéro de catalogue	Téléchargeable sur le site ?
Formulaire de changement d'adresse	Permet aux Rotariens qui déménagent d'envoyer leurs nouvelles coordonnées à des clubs de leur nouvelle ville.		Oui
Formulaire de recommandation	Permet à des Rotariens de soumettre le nom et les coordonnées de Rotariables à un club autre que le leur.		Oui



Annexe 2 : Fiche de travail – Plan d'action Effectif

Pour recruter et fidéliser des membres de qualité, votre plan d'action Effectif doit contenir les étapes suivantes :

1. Identifier
2. Informer
3. Inviter
4. Introniser
5. Orienter
6. Impliquer
7. Former

Veillez vous référer aux listes à la fin de chaque chapitre pour remplir cette feuille de travail. Nous vous demandons de prendre en considération les objets cochés *non* comme stratégie potentielle à adopter.

1. Identifier

Identifier des prospects qualifiés dans votre localité, c'est-à-dire des professionnels ou des décideurs locaux de la collectivité, faisant preuve d'un engagement certain envers le service à autrui.

Stratégies utilisées pour identifier des prospects qualifiés :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu les chapitres 1-2 de *Développement de l'effectif* et effectué les évaluations appropriées du club, nous avons décidé d'appliquer trois stratégies supplémentaires :

1. _____
2. _____
3. _____

2. Informer

Informez les prospects sur les programmes du Rotary et présentez votre club et ses actions en créant un programme d'orientation présentant :

- Le Rotary International et la Fondation dans leurs grandes lignes
- Les avantages et responsabilités des membres
- Une description des actions et activités du club

Un prospect bien formé préalablement à son entrée dans le club et accueilli par des Rotariens enthousiastes aura plus de chances de devenir un Rotarien actif et engagé.

Stratégies utilisées pour informer les prospects :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu les chapitres 1 et 2 de *Développement de l'effectif* et le premier chapitre de *Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs*, nous avons décidé d'appliquer trois stratégies supplémentaires :

1. _____
2. _____
3. _____

3. Inviter

Inviter un prospect à rejoindre le Rotary lors d'une visite personnelle de son parrain et d'un membre de la commission Effectif pour multiplier les connaissances, expériences et points de vue qui lui seront présentés. Cette visite doit être bien préparée : considérer les centres d'intérêt et les qualités du membre potentiel, et insister sur ses domaines d'implication potentiels.

Stratégies utilisées pour inviter les prospects à devenir membre du club :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu les chapitres 1-2 de *Développement de l'effectif* nous avons décidé d'appliquer trois stratégies supplémentaires :

1. _____
2. _____
3. _____

4. Introniser

Accueillir les nouveaux membres lors d'une cérémonie d'intronisation digne de ce nom. Invitez la famille du nouveau membre à la cérémonie. Demandez-lui de préparer un discours de cinq minutes soulignant ses acquis personnels et professionnels. Les membres du club doivent aussi se présenter au nouveau membre.

Stratégies utilisées pour accueillir les nouveaux membres :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu le chapitre 3 de *Développement de l'effectif et Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs*, nous avons décidé d'appliquer les stratégies suivantes :

1. _____
2. _____
3. _____

5. Orienter

Informez les nouveaux membres sur le club et le Rotary en mettant l'accent sur les domaines suivants :

- Les règles de conduite et directives du Rotary
- Les opportunités de service
- L'histoire et les accomplissements du Rotary

Envisagez d'organiser une orientation en plusieurs sessions (voir *Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs* [414-FR]).

Stratégies utilisées pour l'orientation des nouveaux membres :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu le chapitre 3 de *Développement de l'effectif*, effectué les évaluations appropriées du club et lu *Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs*, nous comptons adopter les stratégies supplémentaire suivantes :

1. _____
2. _____
3. _____

6. Impliquer

Impliquez les nouveaux membres dans les commissions du club, les activités, les collectes de fonds, les réunions du comité, les réunions statutaires et les sorties.

Il serait également utile d'impliquer le parrain du nouveau membre durant les premiers mois de son arrivée dans le club et/ou d'assigner à chaque nouveau membre un mentor rotarien. Ces derniers doivent rester en contact avec le nouveau Rotarien pendant les six premiers mois ou jusqu'à ce qu'il soit pleinement impliqué dans le club.

Stratégies utilisées pour impliquer les nouveaux membres :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu les chapitres 3 et 5 de *Développement de l'effectif* et effectué les évaluations appropriées du club, nous avons décidé d'appliquer les stratégies supplémentaires suivantes :

1. _____
2. _____
3. _____

7. Former

Former les membres pour leur permettre de prendre des initiatives et de mieux s'impliquer.

Les clubs doivent établir un curriculum de formation continue pour que les membres soient continuellement informés des programmes, actions et initiatives du club. Les clubs doivent également communiquer les nouveautés concernant le Rotary et la Fondation aux membres.

Les 3 principales activités du programme de formation continue :

1. _____
2. _____
3. _____

Après avoir lu les chapitres de 1 à 6 de *Développement de l'effectif* et effectué les évaluations appropriées du club, nous avons décidé d'appliquer les stratégies supplémentaires suivantes :

1. _____
2. _____
3. _____

Autres informations

Voici les raisons pour lesquelles nous avons décidé d'appliquer les nouvelles stratégies des points 1 à 7. (Par exemple : en raison des résultats des évaluations du club, suite à des discussions au sein du club, etc.) :

1. _____
2. _____
3. _____

Nous savons que le développement de l'effectif est un processus continu et poursuivrons nos efforts pour accomplir les objectifs fixés dans *Objectifs du club – Document de planification* en mettant à profit les trois points forts suivants :

1. _____
2. _____
3. _____

Nous continuerons également à travailler les points faibles suivants :

1. _____
2. _____
3. _____

Nous comptons mettre un accent prioritaire sur les trois étapes suivantes (parmi les 7 étapes listées ci-dessus) :

1. _____
2. _____
3. _____

La commission Effectif du club doit compiler les informations contenues dans cette feuille de travail pour faire un rapport aux membres du club sur le plan d'action Effectif. Discutez-en durant une réunion du club pour que tous les membres connaissent les mesures prises pour renforcer l'effectif du club et pour encourager leur engagement continu dans ce processus.



Formulaire d'évaluation de publication

Le Rotary International souhaite fournir les meilleures ressources possibles aux Rotariens, clubs et districts. Ce questionnaire nous aidera à améliorer nos futures éditions. Par avance, merci.

1. Comment avez vous appris l'existence du guide *Développement de l'effectif* ?

2. Comment votre club utilise-il ce guide ?

3. Qu'avez-vous trouvé le plus utile dans les publications suivantes :

Guide Développement de l'effectif

Outils d'évaluation du club

Supplément Effectif régional

4. Qu'avez-vous trouvé le moins utile dans les publications suivantes :

Guide Développement de l'effectif

Outils d'évaluation du club

Supplément Effectif régional



5. Quelles informations supplémentaires souhaiteriez-vous voir figurer dans ce guide ?

6. Avez-vous de commentaires ou des suggestions ?

Informations personnelles (optionnel)

Date _____

Nom _____

Rotary Club _____ District _____

Adresse _____

Code postal, ville _____

Pays _____

E-mail _____ Tél. _____

À envoyer à:

Membership Development Division (MD100)

Rotary International

One Rotary Center

1560 Sherman Ave.

Evanston, IL 60201-3698

États-Unis

☎ +1-847-866-9446

membershipdevelopment@rotary.org

Savoir intégrer les nouveaux membres

Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs [414-FR]

Tout ce dont vous aurez besoin pour faire des nouveaux membres de véritables Rotariens

Présente les programmes d'information pour prospects et nouveaux membres

Plans de séance/Listes de ressource/Feuilles de travail/Étapes

À télécharger sur www.rotary.org

Ou à commander (1 USD) à :

Shop.rotary.org ; ☎ +1-847-866-4600 ; 📠 +1-847-866-3276 ; shop.rotary@rotary.org

Nouveaux **outils Effectif en ligne**

Outils d'évaluation du club & Suppléments Effectif régionaux

Pour
évaluer vos pratiques en matière de développement de l'effectif,
s'informer sur les tendances Effectif régionales et
formuler un plan d'action pour le développement de l'effectif.

À télécharger sur www.rotary.org



ROTARY INTERNATIONAL®

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 États-Unis

www.rotary.org