

Subvention Relations publiques du Rotary – Demande de subvention 2009-2010

Le conseil d'administration du Rotary a alloué des fonds pour 2009-2010 pour aider les districts à promouvoir le Rotary auprès du grand public et favoriser ainsi le recrutement et la fidélisation de l'effectif.

I. Critères

- Seuls les districts sont éligibles. Ils ne peuvent déposer qu'un seul dossier.
- Les subventions seront plafonnées à 10 000 USD et disponibles jusqu'à épuisement du budget approuvé.
- Les districts doivent fournir un apport minimum équivalent à un tiers du montant total de la subvention demandée.
- Les fonds sont octroyés sur base concurrentielle au vu de la qualité des dossiers et afin de garantir une distribution géographique équilibrée des efforts de promotion.

Quelques exemples de financement :

Montant total requis (en USD)	Contribution du district requise (1/3 du montant demandé, en USD)	Valeur de l'action (en USD)
10 000 USD	3 333 USD	13 333 USD ou plus
6 000 USD	2 000 USD	8 000 USD ou plus
3 000 USD	1 000 USD	4 000 USD ou plus
1 000 USD	333 USD	1 333 USD ou plus

En plus de contributions financières, les districts sont encouragés à obtenir des contributions en nature de biens ou services ayant une valeur monétaire (remises sur divers services ou prestations : placement gratuit d'affiches, remise sur la parution d'une annonce, diffusion gratuite d'un message d'intérêt public à la radio ou la télévision). Ces contributions ne peuvent être prises en compte dans le calcul des contributions du district à l'action.

Nous vous invitons à consulter des exemples d'action réussies sur http://www.rotary.org/RIdocuments/en_pdf/pr_grant_model_en.pdf

II. Procédure de demande

- Les districts doivent soumettre les pièces suivantes :
 - Dossier de demande complet avec description détaillée du plan de relations publiques
 - Montant des contributions du district (au moins 1/3 du montant de la subvention requise)
 - Devis sur papier à en-tête des fournisseurs ou prestataires de service
 - Maquette de tout matériel imprimé ou script de toute annonce radio ou télévision s'il n'appartient pas à la campagne l'*Humanité en action*.
- Il est recommandé au demandeur et au gouverneur de lire attentivement *Subventions Relations publiques du Rotary – Modalités*, document que le gouverneur doit par ailleurs signer. Une signature électronique, ou son équivalent, est requise pour les demandes envoyées par e-mail.

III. Échéances

- Les demandes doivent être soumises avant le **15 juillet 2009.**
- Les gouverneurs seront informés des décisions par e-mail au plus tard le **1^{er} octobre 2009.**
- Les actions concernées doivent être mises en place avant le **1^{er} juin 2010.**

IV. Monter une action de relations publiques réussie

1. Utiliser les messages d'intérêt public de la campagne *L'humanité en action*

Pour assister les clubs et districts, le Rotary International a conçu des messages d'intérêt public dans le cadre de la campagne *L'humanité en action* qui peuvent être adaptés à votre région pour la télévision, la radio, la presse, des panneaux publicitaires ou l'Internet. Ils offrent une solution bon marché tout en garantissant la transmission d'un message uniforme à travers le monde. [Pour télécharger ces messages.](#)

Les districts peuvent adapter les messages d'intérêt public de la campagne *L'humanité en action* en ajoutant les coordonnées des personnes à contacter et/ou en modifiant leur contenu pour qu'ils correspondent à la culture locale.

En janvier 2010, les clubs recevront de nouveaux messages d'intérêt public destinés à faciliter le recrutement. Nous encourageons les districts à utiliser également ces nouvelles ressources.

Les districts qui décident de ne pas utiliser les ressources du kit *L'humanité en action* doivent joindre à leur demande de subvention une description détaillée du matériel qu'ils comptent utiliser : maquette de tout matériel imprimé, script de toute annonce radio ou télévision, etc.

2. Groupe d'appui Image publique du Rotary (PIRG)

Les coordinateurs régionaux du groupe d'appui Image publique du Rotary sont à votre disposition pour vous aider dans la planification de votre subvention Relations publiques. Pour accéder à la liste de coordinateurs régionaux : http://www.rotary.org/RIdocuments/en_pdf/rg_08_pi_contact_information.pdf.

Les coordinateurs régionaux et de zone du groupe d'appui Image publique du Rotary sont des Rotariens professionnels des relations publiques chargés de promouvoir la campagne Image publique du Rotary. Ils sont nommés par le président du Rotary International et assistent les districts dans le cadre de leurs efforts de sensibilisation du public.

V. Notification

Les bénéficiaires des subventions Relations publiques seront informés des décisions par e-mail au plus tard le 1^{er} octobre 2009. Assurez-vous que votre adresse e-mail est bien indiquée dans votre dossier de demande et que toutes les coordonnées sont bien lisibles, ce qui évitera tout retard dans le traitement du dossier.

VI. Versement de la subvention

1. Une fois la subvention approuvée, le district monte l'action et effectue les paiements nécessaires. Une fois ses factures réglées, le district soumet au siège les pièces justificatives pour remboursement.
2. Les demandes de remboursement et pièces justificatives doivent être envoyées au Rotary International par courrier ou par e-mail (les justificatifs devront dans ce cas être scannés) au plus tard le 1^{er} juin 2010 à l'adresse suivante :

Rotary International
Public Relations Division – PR Grants
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL 60201
États-Unis
prgrants@rotary.org

Pour toute question contacter : prgrants@rotary.org

Subvention Relations publiques – Demande de subvention 2009-2010

Informations d'ordre général (en lettres d'imprimerie)

District : _____

Pays représenté(s) dans le district : _____

Gouverneur : _____

☎ : _____

E-mail du gouverneur : _____

Subvention multi-pays (indiquer les pays partageant cette subvention)

Subvention multi-district (indiquer les districts partageant cette subvention)

***Le Rotary vous contactera exclusivement par e-mail, veuillez vous assurer que votre adresse électronique est valide.**

1. Média utilisé pendant votre campagne : Radio TV Presse Panneaux publicitaires

Nouveau média (publicités Internet, blogs ou podcasts) Autre (préciser)

2. Utiliserez-vous le matériel *Humanité en Action* ? Oui Non

Lesquels ? Polio Eau Alphabétisation Effectif Paix Rotary en général

Si oui, décrire comment vous allez l'adapter à votre district :

Si non, décrire le matériel utilisé pour votre campagne et joindre maquettes et scripts : _____

3. Quel est votre public cible ? _____

3a. Combien de personnes votre campagne touchera-t-elle ? _____

3b. Durée de la campagne ? _____

3c. Fréquence de diffusion ? _____

4. Veuillez décrire en détails votre plan de relations publiques (2 pages maximum ; joindre une feuille volante si nécessaire).

5. Calcul du coût total du projet :

COÛT TOTAL DU PROJET	Montant (devise locale)	Montant (USD)
Montant demandé pour la subvention (10 000 USD maximum)		
Contribution financière du district (égale à au moins un tiers du montant de la subvention demandée)		
Coût total du projet : (Montant de la subvention + contribution financière du district)		

6. Budget (joindre les devis des fournisseurs sur papier à en-tête)

Nom du fournisseur	Description du service fourni	Coût
TOTAL		

7. Veuillez décrire les contributions en nature obtenues :

Nom du fournisseur	Dons et contributions en nature**	Valeur estimée
TOTAL		

**Les contributions en nature de biens ou services ayant une valeur monétaire. Par exemple des espaces publicitaires cédés gratuitement (presse, affichage, segments télévision ou radio). Ces contributions font participer la collectivité et permettent d'étendre la portée de votre action.

Subventions Relations publiques du Rotary - Modalités

- Les districts sont encouragés à utiliser les messages d'intérêt public du Rotary de la campagne *L'Humanité en action* (disponibles en 7 langues) pour les placer auprès des médias. Si les clubs développent leurs propres outils, ils doivent le faire dans le respect de la réglementation applicable à l'utilisation des marques du Rotary (voir : <http://www.rotary.org/fr/members/policiesandprocedures/RotaryNameandmarks/Pages/ridefault.aspx>) et le guide *Identité visuelle du R.I.* (http://www.rotary.org/RIdocuments/fr_pdf/547fr.pdf). Tout matériel promotionnel utilisé autre que *L'humanité en action* doit être décrit en détails et/ou inclure une représentation visuelle à la demande de subvention.
- Les dossiers sont étudiés individuellement et les gouverneurs seront informés des décisions au plus tard le 31 décembre 2009. Les fonds seront distribués sur une base concurrentielle jusqu'à épuisement du budget approuvé.
- Les subventions Relations publiques seront accordées dans les limites du montant de subvention indiqué au gouverneur dans l'e-mail d'approbation. Si les dépenses se révèlent inférieures, le Rotary ne remboursera que le coût des dépenses encourues. De même, le Rotary International n'est pas responsable des dépenses encourues au-delà du montant de la subvention.
- Les récipiendaires de subvention doivent respecter toutes les échéances relatives aux dates de la campagne et au remboursement des dépenses.
- Révéler tout conflit d'intérêt potentiel. Toute personne impliquée dans une action de relations publiques bénéficiant d'une subvention doit mener ses activités de telle manière à ce qu'il n'y ait pas de conflit d'intérêt réel ou perçu comme tel. Un conflit d'intérêt est défini comme étant une relation entre individus par le biais de laquelle un individu impliqué dans un programme subventionné profite ou fait profiter un proche, un ami, un collègue, des intérêts commerciaux ou une organisation dans laquelle l'individu est administrateur ou dirigeant. Tout conflit d'intérêt potentiel doit être justifié avant l'approbation de la subvention :
 1. Un appel d'offres doit être effectué dans les conditions requises à l'obtention des meilleurs services au meilleur prix possible en dépit de tout lien existant entre un fournisseur et une entité rotarienne. Un conflit d'intérêt peut exister lorsqu'une entité rotarienne verse des fonds à un Rotarien, à une entreprise dont le propriétaire ou le gérant est un Rotarien ou à des employés d'une agence, organisation ou institution travaillant en partenariat avec le Rotary ;
 2. La clause concernant les conflits d'intérêt est destinée à encourager la transparence dans toutes les transactions financières concernant la subvention. Ce texte n'a pas pour objet d'interdire aux membres d'un Rotary club de fournir des services à leur club ou district, ni d'interdire aux Rotariens travaillant dans le secteur des médias d'aider les districts dans leurs démarches de relations publiques.

Le Rotary International reconnaît que la fourniture de services aux clubs et districts inclut des coûts réels que les prestataires de services impliqués sont en droit de récupérer.

Le but de cette clause est de s'assurer que les districts prennent toutes les précautions nécessaires / fassent preuve de la diligence requise et communiquent tout conflit d'intérêt potentiel.

SUBVENTION RELATIONS PUBLIQUES - LISTE DE CONTRÔLE

- Description détaillée du projet Relation publiques
- Montant de la contribution financière du district (égale à au moins un tiers du montant de la subvention demandée)
- Devis / reçus des fournisseurs sur papier à en-tête
- Maquette(s) (pour matériel écrit) et script(s) (segments radio et télévision)

J'atteste avoir pris connaissance des modalités de subventions Relations publiques 2009-2010 du Rotary International.

Lu et approuvé le _____

Gouverneur (prénom et nom en caractères d'imprimerie) : _____

District : _____

Signature : _____

Date : _____

E-mail : _____