



GUIDE DE PROMOTION DES ACTIONS HUMANITAIRES

FAIRE LE BIEN DANS LE MONDE

Suggestions pour la promotion d'actions et d'activités financées par le biais des programmes humanitaires de la Fondation Rotary

Les Rotariens qui œuvrent dans le cadre des programmes humanitaires de la Fondation remplissent la mission de la Fondation de faire le bien dans le monde. Mais qu'en est-il de sa mission de développer la bonne volonté, l'entente et la paix entre les peuples ? Afin de mener à bien cette mission, il faut faire connaître au plus grand nombre l'action humanitaire du Rotary.

Le moyen le plus efficace est d'utiliser les médias et d'autres activités de relations publiques.

Les actions humanitaires de la Fondation impliquant au minimum deux pays, il existe au moins deux marchés potentiels à exploiter pour chaque sujet de reportage. Utiliser les médias d'au moins deux pays pour diffuser le message de l'action du Rotary permet d'accroître :

- L'entente et la bonne volonté internationale
- La sensibilisation du grand public avec le soutien et la participation qu'elle suscite

Les initiatives de relations publiques sont importantes pour assurer une présence permanente sur le marché de l'information. La présentation dans les médias de l'action du Rotary non seulement renforcera son image publique et sa capacité à obtenir une couverture médiatique plus importante mais contribuera aussi à attirer des membres potentiels, des participants aux programmes, des bénévoles et de futurs sympathisants.

La réussite d'une initiative de promotion de l'image publique du Rotary tient dans la mobilisation des clubs et des districts, rendant donc les relations publiques essentielles au niveau local. N'oubliez pas que votre nouvelle a une base locale et pensez à insister sur cet aspect local même dans le cas d'une action montée à l'étranger.

Nous vous proposons des stratégies pour vos contacts avec les médias, à établir en concertation avec les responsables Fondation et Relations publiques des clubs et districts concernés par l'action ou l'activité.



PLANIFICATION

Si toute action humanitaire peut éventuellement faire l'objet d'un reportage, produire un reportage pour médiatiser votre action réclame toutefois une préparation adéquate. Même avant d'avoir reçu la confirmation de la subvention, commencer à recueillir les suggestions et à enrôler l'aide des parties concernées (gouverneurs, responsables Fondation et Relations publiques). Penser également à informer les organisations ou agences gouvernementales susceptibles de soutenir votre action, voire de s'associer à l'opération.

Élaborer ensemble un plan de promotion visant à obtenir la participation et le soutien de la population ainsi que la reconnaissance des activités humanitaires du Rotary. Vous devrez nous en donner les grandes lignes dans votre dossier de demande de subvention.

Soutien local

Enrôler le soutien de tous les secteurs d'activité locaux. Les pouvoirs publics et d'autres organismes peuvent vous conseiller et appuyer votre action ainsi que générer un intérêt médiatique sur une activité. Des représentants de l'enseignement, de la santé et d'autres instances appropriées peuvent vous aider à promouvoir votre action en apportant leur soutien ou leur témoignage sur l'impact potentiel local. Les entreprises peuvent offrir équipement, services, locaux et parrainage financier. Les responsables associatifs et de communautés religieuses peuvent aussi vous ouvrir la porte à un nouveau public.



ROTARY INTERNATIONAL

One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL 60201-3698 États-Unis
www.rotary.org

Médias traditionnels

Dresser la liste des médias que vous ciblez pour médiatiser votre action (presse, stations de radios, chaînes de télévision, sites internet) dans tous les districts impliqués.

Présenter votre action en une page et inclure un bref profil des participants clés.

Contactez ces médias avant de démarrer votre action humanitaire (organiser éventuellement un lancement officiel), pendant (à chaque étape importante), et à la fin (évaluer les résultats et présenter des témoignages). Essayez d'obtenir que les journalistes se déplacent sur les lieux durant l'action plutôt que de leur en présenter un compte rendu ou de les inviter simplement à la remise d'un don.

Présenter un dossier sur votre sujet de reportage avec des photos ou des vidéos ainsi que les témoignages des autorités et des bénéficiaires. Incorporer par la suite ce matériel à votre plan de mise en œuvre du projet.

Proposer des porte-parole, y compris vous-même. Informer les journalistes de leurs coordonnées et disponibilité. S'il s'agit de non Rotariens, assurez-vous que ces personnes connaissent bien le Rotary et qu'elles disposent de toutes les informations nécessaires comme les fiches infos.

La couverture médiatique dans les pays parrains peut servir à sensibiliser la population aux besoins des pays en développement et à la réponse apportée par le Rotary. Les reportages peuvent aussi viser à recueillir des fonds pour l'action et peuvent être présentés dans les publications des autres organisations qui vous appuient comme un bon exemple d'action à monter.

Médias sociaux

Les médias sociaux procurent aux utilisateurs une interactivité permettant un partage d'informations et d'idées sur des sites Internet, des forums ou des blogs.

Blog : un blog est hébergé sur un site Internet permettant la publication et la mise à jour rapide d'articles et de notes. Il représente un moyen aisé et peu coûteux de faire connaître vos actions humanitaires et vos expériences en ligne. De nombreux journalistes en quête d'idées de reportages consultent les blogs et ceux-ci peuvent vous donner la possibilité de toucher directement les médias. Envisager par exemple la création d'un blog dès le commencement d'une action en documentant son évolution avec des expériences personnelles, photos et vidéos. N'oubliez pas de faire figurer le lien vers votre blog dans les communiqués de presse envoyés aux médias pour leur permettre de suivre la progression de l'action et rédiger de nouveaux reportages.

Podcast : il s'agit d'un moyen de diffusion de fichiers audio ou vidéo numériques sur Internet, généralement auprès d'abonnés. Comme les blogs, les podcasts connaissent le plus de succès sont courts et spécialisés. Vous pouvez ainsi créer un podcast présentant votre action ou incluant un entretien avec un des bénéficiaires. N'oubliez pas de faire figurer le lien vers votre podcast dans les communiqués de presse envoyés aux médias.

Réseaux sociaux en ligne : ces sites en ligne peuvent vous permettre de valoriser vos actions, d'entrer en contact avec des

personnes partageant les mêmes valeurs et intérêts et d'établir un réseau d'entraide et d'information pour accroître la sensibilisation au travail du Rotary.

Une vidéo émotionnelle sur votre action peut augmenter le degré de sensibilisation. Il est aujourd'hui très facile de diffuser des vidéos sur Internet. Les nombreux sites de publication et de partage de vidéos sont autant de forums d'exposition de votre action. Chaque site, généralement gratuit, offre des options différentes allant de la simple publication au montage vidéo. Vous pouvez ainsi créer une vidéo présentant l'action et des témoignages de Rotariens ou de bénéficiaires que vous pourrez envoyer aux médias locaux pour la réalisation éventuelle d'un reportage. La chaîne YouTube du Rotary International propose des messages d'intérêt public et des vidéos de l'action du Rotary.

Manifestations spéciales

L'organisation d'une présentation, d'une réception, d'une inauguration officielle ou d'une remise de prix peuvent permettre d'attirer l'attention du public sur votre action. En faisant preuve de créativité, il vous est possible de montrer concrètement l'impact passé, actuel ou à venir de votre action. Inviter des personnalités locales, des représentants des pouvoirs publics, des célébrités, l'ensemble des personnes ayant monté l'action et ses bénéficiaires. Présenter l'action de façon concise en mettant en avant les aspects sensibles et captivants. Intégrer ces manifestations dans votre plan et informer à l'avance les médias.

Stands, affiches et brochures

Le succès d'une action tient souvent à la promotion qui en est faite et facilite le recrutement de participants et de partenaires ou l'obtention de fonds supplémentaires. Ayez si possible recours à des professionnels et utilisez la même identité visuelle pour toutes vos publications, stands et autre matériel d'information destiné au public. Il est important que votre action ait une identité qui lui est propre.

Au minimum, utiliser l'emblème du Rotary ne serait-ce que pour l'impression des communiqués de presse sur le papier à tête de gouverneur, ou s'assurer que les participants portent une casquette ou un tee-shirt avec l'emblème quand des photos sont prises. Pour en savoir plus sur l'utilisation correcte de l'emblème et des marques du Rotary, consulter *Identité visuelle du R.I.* [547-FR].

Données de base pour l'information du public

Lorsque vous préparez votre dossier pour les médias, nous vous suggérons d'inclure une brève description du Rotary et de sa Fondation et de mentionner aussi d'autres activités parallèles entreprises dans le monde entier. Par exemple :

- Le Rotary International, créé en 1905, est implanté aujourd'hui dans plus de 200 pays et compte environ 1,2 million de membres répartis dans 33 000 clubs.
- Par le biais de sa Fondation, ce réseau mondial de bénévoles conduit des activités éducatives et humanitaires ayant pour objectif de permettre aux Rotariens de promouvoir l'entente mondiale, la bonne volonté et la paix ainsi

que d'améliorer les conditions de vie. Depuis 1947, la Fondation Rotary a consacré près de 2 milliards de dollars à ces programmes humanitaires, éducatifs et culturels.

- Les actions humanitaires répondent durablement aux besoins des collectivités identifiés par les Rotary clubs.

Des fiches-info sur le Rotary International et sa Fondation peuvent être téléchargées sur www.rotary.org. Pour obtenir plus d'informations ou des exemples de communiqués de presse et d'annonces pour les médias, contacter les services Relations publiques du R.I. : pr@rotary.org ; ☎ +1-847-866-3000 ; 📠 +1-847-866-8237.

Outils de relations publiques

Des relations publiques efficaces [257-FR]

Télécharger les messages d'intérêt public de la campagne *L'humanité en action*

Commander les messages d'intérêt public de la campagne *L'humanité en action*

Fiches-info sur le Rotary et la Fondation : www.rotary.org

S'abonner au bulletin Relations publiques *PR Tips* : www.rotary.org

D'autres publications sur les relations publiques et le Rotary peuvent être commandées sur shop.rotary.org ou par *Catalogue* [019-FR].

ÉTUDE DE CAS

Cette action a utilisé tous les outils présentés dans cette brochure. Il vous reste à étudier comment les adapter à votre situation.

Méthode CLE aux Philippines

De nombreuses écoles aux Philippines ont des effectifs surchargés avec souvent près de 50 élèves par classe, manquent cruellement d'enseignants et de salles adaptées, et doivent faire face à un taux d'illettrisme élevé. Le district 3800 (Philippines) a adopté la méthode CLE (concentrated language encounter), une méthode d'apprentissage de la lecture, de l'écriture et de compréhension de l'anglais ayant déjà fait ses preuves dans les écoles élémentaires.

Planification

Une commission scolaire composée de Rotariens a été mise en place, des données recueillies et la mise à jour des manuels pédagogiques effectuée avant le lancement de toute promotion auprès du public visé incluant étudiants, parents, enseignants, conseils municipaux et associations locales.

Manifestations spéciales

Le district a organisé des concours dans 16 écoles de Mandaluyong City. Chaque école a créé une exposition sur la

méthode CLE et ses avantages pour les enseignants et les élèves. Les stands, installés près de l'entrée principale des écoles, ont renforcé la visibilité, la sensibilisation et la compréhension du public. Des prix en espèces (200 USD - 300 USD) ont été remis aux trois meilleures expositions sur la base du design et de l'information fournie.

Soutien local

Le succès de CLE a amené le Ministère de l'éducation à rendre obligatoire les bibliothèques dans toutes les écoles municipales dont certaines ont été équipées de présentoirs promotionnels fournis par le district.

Médias

Une chaîne publique de télévision a invité les Rotariens du district 3800 à parler du programme CLE et de son rôle en tant qu'outil d'apprentissage de la lecture, de l'écriture et de compréhension de l'anglais. La retransmission nationale a permis une plus forte sensibilisation à l'action du Rotary avec la méthode CLE.

Stands

Des tee-shirts avec les logos du Rotary et de CLE ont été réalisés par les Rotary clubs du district et distribués aux élèves et aux enseignants. Les clubs ont aussi remis des livrets frappés du logo du Rotary et contenant de l'information sur le programme.

Résultats et reconnaissance

La méthode CLE a permis au Rotary de former 350 enseignants et près de 15 000 élèves. Les anciens participants ont un rôle d'ambassadeur chargés de parler de CLE et de diffuser une image positive du Rotary. Le district a également reçu une lettre officielle de soutien de la part du Ministère de l'éducation.



DATE: 20/02/07

☎ 01.02.03.04.05

E-MAIL Arnaud.Seygon@email.fr

WEB www.site_web_ou_blog_du_club_ou_de_l'action.fr

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CONTACTER : [Arnaud SEYGON]

POUR PARUTION IMMÉDIATE

Subvention record de 150 000 USD accordée au Rotary club de Jacksonville en soutien de *Mercy Ships*

Jacksonville, Floride – 20 février 2007 – Le Rotary club de Jacksonville a obtenu une subvention de contrepartie de 150 000 dollars de la Fondation Rotary du Rotary International en soutien du bateau-hôpital *Africa Mercy* de l'organisation humanitaire *Mercy Ships*.

Pour cette action, le club de Jacksonville a collecté plus de 480 000 dollars qui viendront s'ajouter à la contribution de la Fondation Rotary. L'action sera coordonnée par le club américain en partenariat avec les Rotary clubs de Tema (Ghana) et de Monrovia (Liberia). Ce partenariat international est d'ailleurs la principale raison de l'obtention de cette subvention.

« Cette action va avoir un impact significatif sur l'existence de nombreuses personnes dans l'Ouest de l'Afrique et va participer à l'établissement de bonnes relations entre les trois pays, a déclaré Jerry Knauer, président du Rotary club de Jacksonville. Les actions humanitaires de notre club se portent aussi bien localement que dans les pays les plus pauvres. »

Cette subvention de 150 000 dollars est la plus importante jamais attribuée à un des 57 Rotary clubs du district 6970 (Nord et Centre de la Floride).

« Depuis plus de 20 ans, le Rotary a été un partenaire exemplaire de *Mercy Ships* et cette collaboration avec le Rotary ici et à l'étranger nous honore, » a dit Don Stephens, président fondateur de *Mercy Ships*.

Lors d'une visite à Jacksonville l'an dernier, l'ancien Premier ministre britannique John Major a fait part au club de Jacksonville des besoins importants de partenariat en Afrique avec *Mercy Ships*.

L'*Africa Mercy* est un navire-hôpital de 16 572 tonnes destiné à fournir de l'aide médicale et au développement en Afrique. Pour son premier voyage, il appareillera au printemps pour le Libéria, pays en proie à la guerre. C'est à son bord que le président du Rotary club de Tema, M. Ako Odotei, a annoncé le partenariat du club du Ghana dans cette action.

Le Rotary International est une association de bénévoles issus des milieux d'affaires, des professions libérales et du monde civique qui se consacrent à l'action humanitaire et encouragent la paix et la bonne volonté dans le monde. Le Rotary compte environ 1,2 million de membres répartis dans plus de 33 000 clubs dans près de 200 pays et régions. Pour en savoir plus, consulter www.rotary.org.

###

MODÈLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Utiliser ce modèle de communiqué de presse en ajoutant vos propos et en joignant si possible une photo pour présenter aux médias locaux l'action montée avec la subvention obtenue.

DATE :

☎ :

E-MAIL :

Site Internet ou adresse de blog :

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CONTACTER : [Prénom et NOM]

POUR PARUTION IMMÉDIATE

[Insérer un titre dynamique avec un verbe actif]

1^{er} paragraphe

(VILLE, DATE) – Le Rotary club de [Nom] a obtenu une [décrire la subvention obtenue en répondant aux questions qui, quoi, où] de la Fondation Rotary du Rotary International.

2^e paragraphe

Présenter toutes les parties prenantes (Rotary clubs, organisations partenaires, etc.).

3^e paragraphe

Fournir des données, chiffres, statistiques expliquant l'importance de la subvention humanitaire.

4^e paragraphe

Insérer une citation d'un Rotarien local ou d'un bénéficiaire de l'action.

5^e paragraphe

Expliquer succinctement la procédure, l'allocation des fonds et les dates clés le cas échéant.

Dernier paragraphe

Le Rotary International est une association de bénévoles issus des milieux d'affaires, des professions libérales et du monde civique qui se consacrent à l'action humanitaire et encouragent la paix et la bonne volonté dans le monde. Le Rotary compte environ 1,2 million de membres répartis dans plus de 33 000 clubs dans près de 200 pays et régions. Pour en savoir plus, consulter www.rotary.org [ou le site Internet du Rotary club ou du district].

###