

CLUB PUBLIC RELATIONS COMMITTEE MANUAL
HANDBUCH FÜR DEN CLUBAUSSCHUSS FÜR

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 클럽 홍보 위원회

매뉴얼 クラブ広報委員会の手引き

HANDBOKEN FÖR KLUBBKOMMITTÉN FÖR

PR MANUAL DEL COMITÉ DE RELACIONES

PÚBLICAS DEL CLUB MANUAL DA COMISSÃO

DE RELAÇÕES PÚBLICAS MANUALE DELLA

COMMISSIONE DEL CLUB PER LE PUBBLICHE

RELAZIONI 클럽 홍보 위원회 매뉴얼 LA

COMMISSION RELATIONS PUBLIQUES DU CLUB

クラブ広報委員会の手引き CLUB PUBLIC

RELATIONS COMMITTEE MANUAL 클럽

홍보 위원회 매뉴얼 HANDBOKEN FÖR

KLUBBKOMMITTÉN FÖR PR

ROTARY INTERNATIONAL®



Table des matières

Introduction

1 Rôle et responsabilités	3
Promouvoir le club.....	4
Les éléments des relations publiques.....	5
Effectif et image publique.....	6
Messages clés du Rotary.....	7
2 Le responsable Relations publiques du club	9
Votre commission.....	10
Formuler des objectifs.....	10
Le budget.....	11
La communication.....	12
3 Documentation et ressources	13
Questions pour se préparer à l'assemblée de district	15
Assemblée de district – Polycopiés	16

Cette nouvelle édition du manuel consacré à *La commission Relations publiques du club* [226C-FR] est applicable jusqu'aux mandats 2015-2016. Les informations qu'elle contient sont fondées sur les statuts types et le règlement intérieur recommandé au Rotary club, les statuts et le règlement intérieur du Rotary International et le *Rotary Code of Policies*. Veuillez vous y reporter pour des directives précises. Toute modification apportée à ces documents par le Conseil de législation ou le conseil d'administration du R.I. remplace les directives présentées dans cette publication.

Photos : Alyce Henson et Monika Lozinska-Lee

Introduction

Ce manuel a vocation à aider les commissions Relations publiques de club à formuler des objectifs et à comprendre leur rôle pour rendre le club plus performant. Les responsabilités varient selon les pratiques, les législations locales et les procédures de club, les recommandations qui y figurent seront adaptées à chaque situation.

Ce document est articulé autour de trois chapitres : le premier consacré aux responsabilités de votre commission ; le deuxième à vos devoirs en tant que responsable ; et le troisième aux ressources qui vous seront utiles à vous et aux autres membres de la commission. À la fin du troisième chapitre, vous trouverez une liste de sujets de discussion ainsi que des fiches de travail à utiliser durant l'assemblée de district.

À chaque commission – administration, effectif, relations publiques, action, Fondation Rotary – est consacré un manuel détaillant sa mission et ses tâches. Vous pouvez télécharger gratuitement d'autres exemplaires de cette publication (incluse dans le kit 225-FR de gestion du club) sur le site www.rotary.org. Mais chaque manuel peut être acheté séparément sur shop.rotary.org.

Partagez le chapitre 1 avec les membres de la commission pour qu'ils comprennent bien le rôle de ce groupe.

En tant que membre du Rotary International, votre club, comme les quelque 34 000 autres, est membre du Rotary International. À ce titre, il a accès aux services et ressources de l'organisation, telles les publications en 9 langues, le site www.rotary.org, les subventions de la Fondation Rotary et l'appui du personnel du siège d'Evanston et des bureaux régionaux.

Des commentaires ?

Envoyez vos questions ou commentaires sur ce manuel, ou tout autre document de formation du R.I., à :

Leadership Education and Training Division
Rotary International
One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL 60201-3698
États-Unis
learn@rotary.org
Tél. : +1-847-866-3000
Fax : +1-847-866-9446

1

Rôle et responsabilités



Le président du club est membre de droit de toutes les commissions.

Les efforts de la commission Relations publiques portent sur l'action intérieure.

La commission Relations publiques de club est chargée d'informer le public de l'action du Rotary et de promouvoir les activités et les actions du club. Une action efficace dans ce domaine renforce l'image du Rotary comme une organisation crédible qui répond à des besoins concrets. Elle motive aussi les troupes et facilite le recrutement.

Les responsabilités de la commission Relations publiques sont les suivantes :

- Fixer des objectifs en fonction des objectifs annuels du club.
- Connaître les ressources Relations publiques conçues par le R.I.
- Sensibiliser les Rotariens, mais aussi les médias et la collectivité sur les actions et les activités du club.
- Comprendre les éléments de relations publiques qui vous aideront à faire la promotion du Rotary dans la région.
- Connaître les messages clés du Rotary et les utiliser en public.
- Travailler avec la commission Effectif pour soutenir ses efforts de recrutement.

Des sous-commissions peuvent être créées pour gérer les diverses responsabilités de la commission, notamment si votre club est grand.

Commencez à réfléchir aux objectifs de votre commission, à votre plan d'action et aux ressources dont vous aurez besoin cette année.

Si votre club, ou le Rotary, est confronté à une publicité négative, votre commission doit se réunir pour gérer cette crise. Lutte contre les fausses idées avec des actions bien ciblées. Consultez le document *Travailler avec les médias en cas de crise* [515-FR] ou contactez le département des relations publiques du R.I. pour l'alerter d'une crise potentielle.

Promouvoir le club

La responsabilité principale de la commission est de sensibiliser le public aux activités et aux actions de votre club et, de ce fait, promouvoir les valeurs et les efforts de l'organisation. Le public découvre le Rotary au travers des médias et du bouche-à-oreille. Afin de créer de solides relations avec le public, il est donc important d'informer les Rotariens et les médias de tout ce qu'entreprend votre club. Cela peut se faire de diverses manières :

- Parrainer ou participer à des initiatives telles qu'un marathon, une campagne de recyclage ou une collecte de fonds.
- Monter une exposition itinérante.
- Insérer une publicité dans des journaux et magazines, sur des panneaux d'affichage, dans les bus, gares ou aéroports.
- Encourager les Rotariens à porter leur insigne.
- Publier des informations sur le Rotary sur un forum, les réseaux sociaux, votre site Internet ou celui d'une autre organisation.

La commission doit réfléchir en début d'année à d'autres activités et mettre en place un plan d'action. Une bonne promotion du Rotary passe par la collaboration entre Rotariens, la compréhension des éléments de relations publiques et la connaissance et l'utilisation des messages clés du Rotary.

Les éléments de relations publiques

Pour être efficaces, les actions de relations publiques exigent du temps, des efforts et une bonne planification. Avant le début de l'année, votre commission doit élaborer une stratégie et déterminer les actions et les activités qu'elle souhaite mettre en valeur.

Public. L'image du Rotary dans la collectivité repose sur des relations publiques ciblées en fonction des activités que le club va entreprendre. Ce public peut inclure :

- Les bénéficiaires des actions du Rotary et des clubs
- La communauté éducative : élèves et enseignants
- Les pouvoirs publics locaux
- La presse spécialisée dans l'éducation, le développement, l'eau ou la santé
- D'autres organisations non gouvernementales et caritatives
- La société civile au travers d'entreprises et de leaders
- Le monde associatif
- La télévision, la radio, la presse écrite, la presse en ligne et les blogueurs.

Téléchargez les outils proposés sur le [Media Center du R.I.](#) (en français).

Médias. La concurrence en matière d'espace de communication est telle qu'il faut faire preuve de créativité et envisager tous les types de média pour promouvoir le Rotary auprès du public ciblé.

Le terme « média » regroupe les chaînes de télévision, les journaux, les agences de presse internationales, Internet (y compris les blogs et les réseaux sociaux), les publications d'autres organisations, mais également :

- les revues et radios locales ;
- les panneaux d'affichage et les espaces publicitaires dans les aires publiques (abris-bus et gares par exemple) ;
- les revues professionnelles ;
- les chaînes câblées locales ;
- les bulletins d'entreprises et d'associations.

Communiqués de presse. Moyen le plus simple et le plus couramment utilisé pour véhiculer des informations en direction des médias, le communiqué de presse attire l'attention sur un événement et sert de base d'articles pour les journalistes. Un communiqué de presse doit être objectif et concis (jamais plus d'une page), et il doit répondre aux questions suivantes : qui, quoi, où, quand, pourquoi et comment.

Voici quelques conseils pour rédiger un communiqué :

- Si vous l'envoyez par e-mail, insérer le texte dans le corps du message plutôt que comme pièce jointe car les filtres anti-spam bloquent souvent les messages avec pièce jointe.
- En Objet, indiquer le sujet du communiqué et pas simplement « Communiqué de presse ».

- L'adresser directement à un journaliste plutôt qu'à l'adresse électronique générale de l'agence qui l'emploie.

Fiches-info. Il s'agit d'informations générales sur le Rotary, son histoire, ses objectifs et les priorités de son action. En interne, les Rotariens utilisent les fiches-info pour informer leurs nouveaux membres ; à l'externe, elles servent à présenter le Rotary et ses activités aux membres potentiels et au public, et sont distribuées aux médias qui y trouvent des informations de base. Sur le [site du R.I.](#), tapez « fiches-info » et téléchargez les fiches disponibles qui accompagneront votre message.

Effectif et image publique

L'image publique de votre club a un effet direct sur la croissance de l'effectif. Une campagne de qualité attirera de nouveaux membres ou incitera les prospects que vous avez invités à devenir membre.

Pour être fructueuse, votre campagne utilisera tous les vecteurs de communication possibles. D'ailleurs, vos amis rotariens pourront vous aider dans cette tâche.

Véhiculer une image positive. Travaillez avec la commission Effectif pour réfléchir à ce qui attire les prospects vers le Rotary, puis déterminez les médias les mieux adaptés pour les cibler. Abordez les actions de recrutement que vous pouvez mener ensemble.

Suggestions pour le recrutement :

- Promouvoir l'action du Rotary avec et pour les jeunes.
- Mettre en valeur les possibilités de service, de networking et de convivialité associées au fait d'être membre du Rotary.
- Promouvoir les activités du club dans des publications professionnelles et d'entreprises.
- Prévoir une section du site Internet du club pour les non-Rotariens et demander aux organisations locales de publier sur leur site un lien vers cette page.

Des relations publiques de qualité contribuent à attirer des membres potentiels ainsi qu'à fidéliser les membres.

Améliorer les activités du club pour intéresser les médias.

Réfléchissez aux activités et aux manifestations pouvant intéresser votre collectivité. Travaillez avec les commissions Administration et Actions pour proposer des programmes hebdomadaires de qualité et monter une action/activité qui intéressera les médias :

- Action qui répond à un besoin de la collectivité ou illustre une tendance actuelle
- Action internationale parrainée par votre club ou à laquelle participe un membre du club
- Action impliquant des jeunes ou un membre éminent de la collectivité

- Intervention d'une personnalité éminente à une réunion du club
- Intervention d'un participant à un programme du R.I. ou de la Fondation présentant son expérience d'une autre culture
- Activité Interact et Rotaract
- Anniversaire du club ou d'un programme
- Événement avec un fort contenu visuel
- Action ou activité novatrice.

Impliquez les membres dans vos efforts de relations publiques en les encourageant à parler du Rotary, des activités et des actions de votre club. Assurez-vous qu'ils connaissent le But du Rotary et ses programmes, et encouragez-les à rechercher toute occasion de mentionner ses réalisations auprès de leurs relations privées et professionnelles.

Messages clés du Rotary

La meilleure façon de faire connaître l'action du Rotary est de parler de votre club et de l'organisation. Cela se fera peut-être devant un public non rotarien. Préparez quelques phrases concises qui expliquent le Rotary et votre club aux médias.

Vous devez être capable de répondre à chacune de ces questions en moins d'une minute :

- Qu'est-ce que le Rotary ?
- Qui sont les Rotariens ?
- Que fait le Rotary ?

Vos réponses doivent être positives, factuelles, précises et brèves. Évitez le jargon rotarien. Pour les situations plus formelles, voici quelques conseils :

- Pensez à votre interlocuteur et adaptez votre présentation en conséquence.
- Préparez une structure des sujets que vous souhaitez aborder.
- Répétez votre présentation en la chronométrant.

Voici quelques points importants à communiquer sur le Rotary dans votre présentation/discours :

Le Rotary est une organisation humanitaire internationale.

- Les Rotariens sont des leaders du monde de l'entreprise, des professions libérales et de la société civile, qui offrent gracieusement leur temps et leurs compétences pour répondre aux besoins de leur collectivité et à l'étranger.

Pour observer d'autres Rotariens se prêtant à cet exercice d'une minute, visionnez le clip [Rotary Minute](#) (en anglais).

- Le Rotary est un réseau mondial de plus de 34 000 clubs rassemblant des hommes et des femmes qui œuvrent en faveur de causes sociales majeures.
- Nos résultats parlent d'eux-mêmes : la qualité de vie de millions de personnes s'est durablement améliorée grâce au Rotary.

La priorité du Rotary est l'éradication de la polio dans le monde.

- En collaboration avec l'Organisation mondiale de la Santé, l'UNICEF, la Fondation Bill & Melinda Gates et plusieurs États, le Rotary est sur le point d'aboutir à l'éradication de la deuxième maladie la plus importante après la variole. Le nombre de cas de polio a été réduit de 99 % dans le monde depuis 1985.
- Les Rotariens ont fait don de plus de 1 milliard de dollars et d'un nombre incalculable d'heures de bénévolat pour vacciner plus de 2 milliards d'enfants dans 122 pays.
- Le Rotary a réuni plus de 200 millions dollars en contrepartie des 355 millions de subventions donnés par la Fondation Bill & Melinda Gates.

Le Rotary est à l'avant-garde pour traiter les grandes problématiques humanitaires à travers le monde.

- La santé de la mère et de l'enfant, l'eau et l'assainissement, l'alphabétisation et l'éducation de base, mais aussi la prévention et le traitement des maladies comptent parmi les axes stratégiques du Rotary.
- La démarche du Rotary, fondée sur des objectifs et un modèle stratégique, a convaincu plusieurs organisations de s'allier avec nous pour répondre à ces priorités humanitaires.

Le Rotary investit dans les personnes pour créer une croissance économique durable.

- Le Rotary soutient les entrepreneurs et contribue à préparer les jeunes hommes et femmes à s'investir dans un travail valorisant.
- Le Rotary aide les communautés à se donner les moyens de soutenir un développement économique durable.

Le Rotary encourage la paix et l'entente mondiale au travers de ses programmes éducatifs.

- Le programme des Centres du Rotary pour la Paix propose des cursus d'études supérieures sur la paix et les conflits, validés par un master ou un certificat, à plus de 110 candidats chaque année dans sept centres universitaires à travers le monde.
- À ce jour, plus de 600 diplômés des Centres du Rotary pour la paix occupent des postes de cadre au sein de gouvernements et d'organisations dans le monde.
- Le programme Youth Exchange du Rotary favorise l'entente mondiale en permettant chaque année à 8 500 lycéens d'une centaine de pays de vivre et d'étudier à l'étranger.

2

Le responsable Relations publiques du club



Pour vous préparer à votre mandat, vous devez savoir ce que le comité du club, les Rotariens, votre district et le Rotary International attendent de vous. Outre la formation que vous avez suivie à l'assemblée de district, plusieurs étapes sont conseillées pour vous préparer à vos fonctions :

- Rencontrer le responsable sortant.
- Relire le règlement intérieur du club pour vous familiariser avec ses procédures et ses règles.
- Prendre connaissance du plan stratégique du club et formuler des objectifs annuels pour les réaliser.
- Choisir, puis préparer les membres de votre commission avec le président élu.
- Créer des sous-commissions si besoin (relations avec les médias, publicité/marketing et événements).
- Penser aux types d'activités que peut entreprendre votre club pour renforcer l'image du Rotary et attirer de nouveaux membres.
- Établir un programme de communication pour l'année.
- Fixer les autres tâches que le club peut déléguer à votre commission.

Essayez de répondre aux questions à la fin de ce document pour préparer l'assemblée de district.

Ne sous-estimez pas l'importance de la préparation pour réussir votre année. Une fois que vous aurez pris vos fonctions, vous devrez :

- gérer le budget de la commission ;
- travailler avec les autres commissions du club et la commission de district correspondante sur les activités et initiatives multiclubs ;
- organiser régulièrement des activités et des réunions de commission ;
- contrôler les progrès envers les objectifs de la commission et rendre compte au président élu, au comité et au club.

Votre commission

Avant le début de l'année, concertez-vous avec le président élu pour désigner les nouveaux membres et préparer les réunions. Par souci de continuité, leur mandat devrait être de trois ans. Dans votre choix, prenez en considération les caractéristiques suivantes :

- Expérience professionnelle des médias
- Solides compétences d'orateur, rédacteur ou photographe
- Connaissances des réseaux sociaux
- Expérience des sites Internet
- Personnalité renommée au niveau local.

Une fois votre équipe constituée, déterminez comment vous allez mettre à profit les compétences de chacun et déléguez en conséquence.

- Informer votre équipe sur les activités et le plan stratégique du club.
- Associer les nouveaux membres aux plus expérimentés.
- Favoriser les contacts entre homologues au sein du district avec l'annuaire.
- Établir la liste des ressources disponibles.
- Donner aux membres de la commission une liste des réunions et des activités du district.

Formuler des objectifs

En tant que responsable, vous devez vous assurer que votre commission atteint ses objectifs fixés pour soutenir le plan stratégique du club. Vous travaillerez sur ce thème avec le président élu et d'autres dirigeants entrants de club lors de l'assemblée de district. Le R.I. est en train d'élaborer un outil interactif qui permettra aux clubs de soumettre leurs objectifs via *Accès Membres*.

Des objectifs efficaces. Les objectifs annuels, qui refléteront les capacités de la commission et les intérêts du club, doivent être partagés, quantifiables, ambitieux, réalistes et limités dans le temps.

Divers outils de planification sont proposés aux clubs : Gouvernance d'un club dynamique ; Le plan de Leadership du club et Guide de réflexion stratégique.

Plan d'action. Avec les dirigeants du club et les membres de la commission, définissez un plan d'action pour atteindre chaque objectif en vous basant sur les phases suivantes :

- Établir un calendrier pour chaque étape avec un responsable.
- Déterminer des critères d'évaluation des progrès pour chaque phase.
- Utiliser les ressources et outils disponibles dans votre club ou district, ou auprès du R.I.
- Obtenir les informations et les ressources, humaines et financières, nécessaires avant de débiter.
- Déterminer des critères d'évaluation de votre réussite dans la réalisation des objectifs.

Évaluez le succès des objectifs précédents et de votre plan actuel, et apportez les changements nécessaires.

Motivation. Vous motiverez votre équipe sans difficultés si les principes suivants sont en place :

- la conviction que l'objectif sera bénéfique ;
- la conviction que l'objectif est réalisable ;
- les possibilités de camaraderie et de rencontre ;
- les tâches où ils pourront appliquer leur expertise ;
- la reconnaissance de leurs efforts.

Utiliser ces facteurs de motivation vous aidera à encourager l'engagement et la participation des Rotariens aux activités du club.

Le budget

Avant le 1^{er} juillet, déterminez avec le responsable sortant de la commission et le trésorier du club les moyens nécessaires pour atteindre vos objectifs, et vérifiez qu'ils sont budgétisés. Incluez toutes les collectes de fonds prévues.

Assurez une surveillance constante des fonds, des transactions et des rapports ainsi que de l'état des finances de votre commission. Un contact régulier avec le trésorier permet de réagir rapidement en cas de problème.

La communication

Vous devrez communiquer avec les dirigeants de club suivants :

- **Les membres de la commission.** Réunions régulières pour étudier et identifier les ressources disponibles, discuter des actions en cours et futures, élaborer des stratégies pour atteindre les objectifs.
- **Votre club.** Informez le président du club, le comité et les membres des activités et des progrès effectués par la commission.
- **Autres commissions.** Le travail d'une commission affecte souvent celui d'une autre. Une communication efficace permettra une meilleure coordination :
 - avec la commission Actions, pour s'informer des actions futures pouvant intéresser les médias ;
 - avec la commission Effectif, pour cibler les efforts de recrutement ;
 - avec la commission Fondation, pour s'informer des actions humanitaires financées avec l'aide de la Fondation ;
 - avec la commission Administration, pour se tenir au courant des programmes hebdomadaires et pour créer un site Internet de club intéressant pour le public et les médias.
- **Votre district.** N'hésitez pas à demander des conseils à votre homologue de district ou à l'adjoint du gouverneur.
- **Votre région.** Votre coordinateur Image publique est là pour répondre aux questions des clubs. Vous trouverez son nom sur le [site Internet du R.I.](#)

3

Documentation et ressources



Les ressources suivantes seront utiles à votre commission dans l'exercice de ses responsabilités. Téléchargez-les sur le [site Internet du R.I.](#) ou commandez-les à la [boutique du Rotary](#), par e-mail à shop.rotary@rotary.org ou auprès de votre bureau régional.

- [Des Relations publiques efficaces – Suggestions aux clubs](#) [257-FR] : guide pratique pour promouvoir les actions du club auprès de la collectivité et des membres potentiels.
- Le [site Internet du R.I.](#) : conçu pour aider les dirigeants des clubs à diffuser une image positive. Contient des communiqués de presse, des conseils pour travailler avec les médias et des messages d'intérêt public.
- [Media Center](#) (en français) : site proposant du contenu multimédia à visionner et à télécharger, notamment des vidéos prêtes à être diffusées, des images haute résolution à imprimer, des annonces pour les radios ainsi que des liens vers les pages du Rotary sur les réseaux sociaux. À partager avec tous les Rotariens et médias.
- [Travailler avec les médias en cas de crise](#) [515-FR] : aide les clubs et les districts à gérer efficacement les questions posées par les médias en cas de crise.

- *The Rotarian* (ou magazine régional) : magazine mensuel officiel du R.I., qui rend compte des actions menées par les clubs et les districts, des décisions du conseil d'administration du R.I. et des réunions du Rotary. Trente magazines régionaux sont également diffusés en 24 langues.
- [Voici le Rotary](#) [001-FR] : brochure illustrée donnant un aperçu du Rotary aux futurs Rotariens et au public.
- [Identité visuelle du Rotary](#) [547-FR] : directives sur le graphisme des publications à tous les échelons du Rotary et sur le bon usage des marques du Rotary.
- [Le Rotary en bref](#) [419-FR] : fiche, format carte de visite, répondant aux principales questions sur le Rotary.
- *Rotary PR Tips* : bulletin d'information électronique en anglais pour communiquer sur l'action du Rotary dans la commune. Abonnez-vous à la page [Autres bulletins](#).

Ressources humaines

Vous trouverez toutes les coordonnées nécessaires dans l'*Official Directory*, sur le site www.rotary.org/fr ou auprès de votre gouverneur.

- Adjoint du gouverneur : Rotarien nommé pour aider le gouverneur à suivre un certain nombre de clubs. L'adjoint responsable de votre club vous rend au moins une visite trimestrielle et il est à votre disposition pour répondre à vos questions ou vous guider.
- Gouverneur : dirigeant du R.I. chargé de conseiller les clubs sur les stratégies à appliquer pour un meilleur fonctionnement.
- Commission Relations publiques du district : des Rotariens qui ont été nommés pour appuyer les clubs dans leurs actions de relations publiques.
- Autres responsables de commissions de clubs du district : des dirigeants qui peuvent vous aider dans le cadre de vos actions et initiatives.
- Anciens dirigeants ou responsables de commissions du club : Rotariens expérimentés pouvant vous conseiller pendant votre préparation et que vous pouvez nommer pour diriger certaines activités de la commission.
- Coordinateurs Image publique : des Rotariens nommés par le président du R.I. pour informer et conseiller les clubs et les districts dans la promotion de leurs actions et de leurs succès, et dans leurs campagnes de sensibilisation auprès des médias.
- Centre d'appels : équipe qui répond à vos questions. Pour l'Amérique du Nord, 866-9ROTARY (en anglais) ou par e-mail à contact.center@rotary.org (réponse en français). Pour les autres régions, contactez le bureau régional.

Questions pour se préparer à l'assemblée de district

Nous vous encourageons à consulter les responsables entrants et sortants de votre club pour discuter de ces questions.

Quelles sont les responsabilités de la commission Relations publiques du club, et les vôtres en tant que responsable ?

Comment la commission appuiera-t-elle le plan stratégique du club ?

Comment faire connaître le Rotary aux membres potentiels, et qui, au sein de votre collectivité, peut vous aider à promouvoir le club ?

Quel nouveau média votre club utilisera-t-il pour se faire connaître ?

Comment soutenir les membres de la commission dans la réalisation de leur mission ?

Quels sont les objectifs à long terme et les objectifs annuels de la commission ?

Polycopié 2 : Objectifs

Utilisez cette fiche pour formuler un objectif à long terme et des objectifs annuels pour les trois prochaines années qui vous permettront de l'atteindre. Ils doivent être ::

Partagés. Les personnes qui participent à la formulation d'objectifs et des stratégies nécessaires se sentent plus investies dans leur réalisation.

Quantifiables. Un objectif doit être un point tangible à viser.

Ambitieux. Il s'agit d'aller au-delà de ce que le club a déjà accompli.

Réalistes. Les Rotariens doivent pouvoir atteindre les objectifs avec les ressources dont ils disposent.

Limité dans le temps. Se fixer un calendrier et des échéances.

Objectif à long terme (objectif du club pour les 3 prochaines années) :

Année 1 - Objectif annuel :

Année 2 - Objectif annuel :

Année 3 - Objectif annuel :

Polycopié 3 : Plan d'action

Dans le tableau ci-dessous, inscrivez un de vos objectifs annuel (issu du polycopié), puis déterminez les étapes à suivre pour l'atteindre.

Objectif annuel :

Étapes	Responsable	Durée	Méthode d'évaluation des progrès	Ressources disponibles
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Ressources nécessaires :

Polycopié 4 : Commission Relations publiques du club – Études de cas

Lisez chaque cas et répondez aux questions. Créez un plan d'action à l'aide de la fiche de travail (page 22).

Étude de cas 1

Vous débutez votre mandat à la tête de la commission Relations publiques de votre club. Vous avez pris contact avec la presse locale pour l'inviter sur le chantier de construction d'une école que vous parrainez. Le journaliste interviewe un membre du club qui cite des faits/chiffres erronés.

Que faites-vous ?

Étude de cas 2

Le président de votre club et le responsable de la commission Effectif pensent que le club a besoin d'une plus forte visibilité sur Internet. Ils suggèrent d'utiliser davantage les médias sociaux et de créer des réseaux avec d'autres Rotary clubs.

Comment mettre à profit ces deux types d'outils pour accroître la présence de votre club en ligne ?

À remplir durant l'assemblée de district

Étude de cas 3

Les organisateurs d'une collecte de fonds vous demandent de faire une présentation sur l'action de votre club dans la commune.

Que répondez-vous ?

Étude de cas 4

Dans la commune, votre club est plutôt considéré comme un groupe de gens qui se réunissent une fois par semaine pour déjeuner. Il est pourtant très impliqué dans des activités en faveur de la collectivité locale.

Comment changer cette image ?

Étude de cas 5

Un Rotary club a parrainé un nouveau club Interact. Les Interactiens sont très impliqués dans plusieurs projets, mais celui en faveur de la création d'une bibliothèque dans un pays étranger leur tient particulièrement à cœur. Ils vous demandent de les aider dans leur travail de promotion. Outre les dons monétaires, ils souhaiteraient que les habitants de leur ville donnent des livres.

Comment les aider à faire connaître leur projet ?

Avec qui devrez-vous travailler ?

Quels types de médias allez-vous contacter ?

Outre les médias, quels autres moyens de promotion du projet de ce club Interact sont envisageables ?

À remplir durant l'assemblée de district

Plan d'action pour les études de cas

Étapes	Responsable	Durée	Méthode d'évaluation des progrès	Ressources disponibles
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Dans quelle mesure ces études de cas s'appliquent-elles à votre club ?

Ressources nécessaires :

Polycopié 5 : Guide de résolution des problèmes

Veillez remplir ce polycopié en vous aidant d'*Objectifs du club – Document de planification* et des polycopiés de la séance 2. Analysez les objectifs de votre club et identifiez un obstacle potentiel et les solutions pour le surmonter.

	Objectif	Obstacle potentiel	Ressources disponibles
Administration			
Effectif			
Relations publiques			
Actions			
Fondation Rotary			
Autre			

Un clic suffit !



Connectez-vous à *Accès Membres* pour

- Vous informer sur le Rotary grâce à des modules de formation
- Mettre à jour les données de votre club et télécharger des rapports
- Consulter le rapport semestriel de votre club (SAR) et payer les cotisations
- Renseigner les objectifs annuels de votre club et suivre vos progrès

Connectez-vous à *Accès Membres* en cliquant en haut à droite de la page d'accueil du site Web du Rotary. Un clic à tout faire.

www.rotary.org/fr/memberaccess



ROTARY INTERNATIONAL®

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 États-Unis

www.rotary.org