Image publique
Demande de subvention PRIORITAIRE multidistrict 2013-2014

Le conseil d'administration du Rotary a alloué des fonds en 2013-2014 pour favoriser les placements publicitaires et aider les districts à promouvoir le Rotary auprès du grand public, et contribuer ainsi au recrutement et à la fidélisation de l'effectif. Chaque district peut demander jusqu'à 15 000 dollars sous la forme d'une subvention Image publique.

Nouveauté cette année, les subventions Image publique prioritaires sont destinées à financer des activités à hauteur de 15 000, 10 000 ou 7 500 dollars utilisant du matériel de promotion présélectionné par les services Relations publiques, ce qui a pour effet un traitement plus rapide de la demande. Elles sont **attribuées par ordre d'arrivée des dossiers de demande** jusqu'à épuisement des fonds alloués à ce type de subvention. Les demandeurs de subvention Image publique prioritaire seront informés des décisions au plus tard le 15 avril 2013. Ces subventions nécessitent de disposer d'un plan médias, d'informations démographiques, de données chiffrées et de dons en nature (le cas échéant), et elles doivent utiliser du matériel de promotion spécifique dans l'un des domaines suivants : **Polio, Effectif** ou **Paix**.

I. Critères 2013-2014

- Seuls les districts sont éligibles.
- Les subventions seront de 15 000, 10 000 ou 7 500 dollars par district et disponibles jusqu'à épuisement du budget approuvé.
- Les districts peuvent choisir parmi les 4 types suivants de subventions :
  - Subvention prioritaire pour un district seul
  - Subvention prioritaire multidistrict
  - Subvention classique pour un district seul
  - Subvention classique multidistrict

  Il est possible de demander à la fois une subvention pour un district seul ET une subvention multidistrict, mais le montant total demandé est plafonné à 15 000 dollars.
- Les subventions peuvent financer des actions sur une, deux ou trois années. Les demandes de subvention pour une action pluriannuelle doivent être approuvées par les gouverneurs des années pour lesquelles la subvention est demandée et un rapport annuel sur les progrès de l'action doit être soumis au R.I. Les gouverneurs des années suivant celle d'approbation de la subvention doivent soumettre un formulaire attestant que l'action financée se poursuivra l'année suivante.
- Les districts doivent fournir un apport minimum équivalent à un tiers du montant total de la subvention demandée.
- Les dossiers de demande doivent être déposés au plus tard le **4 mars 2013.** Les demandes de subvention Image publique prioritaire reçues après cette échéance seront traitées comme des demandes de subvention classique.

Financement d'une action Image publique (Tous les montants sont en dollars US)

Montant de subvention demandé	Contribution du district*	Coût minimum total de l'action
15 000	5 000	20 000
10 000	3 333	13 333
7 500	2 500	10 000

*Au moins 1/3 du montant demandé

Outre leur propre participation financière, les districts sont encouragés à obtenir des dons en nature de biens ou de services (remises sur 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 à la télévision). Ces contributions ne sont pas prises en compte dans le calcul de la contribution minimum du district à l'action.

Vous trouverez des exemples d'actions réussies sur www.rotary.org/fr/prgrants.

II. Procédure de demande

Les districts doivent soumettre un dossier de demande comprenant les pièces suivantes :

- Description détaillée du plan d'action Image publique
- Montant de la contribution du district (au moins 1/3 du montant de la subvention demandée)
- Devis ainsi que données sur l'audience estimée et sa description, sur papier à en-tête des fournisseurs ou prestataires de service
- Description détaillée ou maquette de la campagne, y compris, le cas échéant, les modifications apportées au matériel des campagnes *L'humanité en action* ou *À ça* pour en adapter le contenu aux spécificités régionales
- Signature du gouverneur.

Il est recommandé au gouverneur de lire attentivement les modalités des subventions Image publique. Une signature électronique, ou son équivalent, est requise pour les demandes envoyées par e-mail.

III. Échéances

- Les demandes doivent être envoyées d'ici au **4 mars 2013**. Les demandes reçues après cette date ne seront **pas** étudiées comme des subventions Image publique prioritaires.
- Les gouverneurs seront informés des décisions par e-mail au plus tard **15 avril 2013**.
- Les activités financées par une subvention Image publique doivent avoir été réalisées et les demandes de remboursement reçues au plus tard le **1er juin 2014**.

IV. Ressources

- **Coordinateurs Image publique du Rotary (RPIC)**

  Les coordinateurs Image publique sont des Rotariens professionnels des relations publiques chargés de venir en aide aux districts et aux clubs pour mieux promouvoir le Rotary. Ils sont nommés par le président du Rotary International.

  Consulter votre RPIC pour toute aide sur la planification de votre action Image publique. Pour accéder à la liste des RPIC : www.rotary.org/fr/members/runningadistrict/publicimagecoordinators.

- **Actions réussies**

  Elles doivent avoir les caractéristiques suivantes :
  - Avoir des objectifs bien définis et mesurables
  - Cibler un public spécifique
  - Impliquer un éventail de médias
  - Avoir la capacité de toucher à plusieurs reprises un segment important du public ciblé
  - Inviter le public à passer à l'action (contacter quelqu'un, s'informer sur un site web, faire un don).

  Nous vous proposons quelques exemples d'actions réussies sur www.rotary.org/fr/prgrants.

- **Indicateurs de mesure des succès**

  Des objectifs bien définis et mesurables sont essentiels pour mesurer l'efficacité de toute action Image publique. Ils doivent être formulés lors de la planification de votre action (ex. : augmentation de 1 % de l'effectif, fonds supplémentaires pour soutenir vos actions, etc.). Mettre également en place des indicateurs de mesures des progrès effectués pour atteindre les objectifs fixés. Pour plus d'informations, consulter www.rotary.org/fr/prgrants.

- **Fournisseurs locaux**

  Rencontrer les professionnels locaux des médias, des relations publiques ou du marketing pour connaître les meilleures pratiques permettant d'atteindre le public cible (professionnels de 40 à 60 ans de votre région). Vous pouvez également déterminer avec eux comment atteindre un public plus jeune, plus âgé ou tout autre groupe démographique.

V. Notification

Les bénéficiaires de subventions Image publique prioritaires seront informés des décisions par e-mail au plus tard le **15 avril 2013**. Pour éviter tout retard dans le traitement du dossier, assurez-vous que votre adresse e-mail figure bien dans votre dossier de demande et que toutes les coordonnées sont bien lisibles.

VI. Versement de la subvention

- Une fois la subvention approuvée, le district met en place sa campagne Image publique et effectue les paiements nécessaires. Une fois ses factures réglées, le district fait parvenir au Rotary International les pièces justificatives pour remboursement, y compris un rapport détaillé et toutes données chiffrées.
- Les demandes de remboursement et photocopies des pièces justificatives peuvent être envoyées à tout moment au Rotary International par courrier ou par e-mail (les justificatifs doivent dans ce cas être scannés) une fois l'action mise en place et au plus tard le **1er juin 2014** à :

  Rotary International
  Attn: Public Relations Division (PI Grants)
  1560 Sherman Avenue
  Evanston, IL 60201-3698
  États-Unis
  prgrants@rotary.org

Pour toute question, contacter prgrants@rotary.org.

Image publique
Demande de subvention PRIORITAIRE multidistrict 2013-2014

SUBVENTION MULTIDISTRICT

Écrire en caractères d'imprimerie. Répondre à toutes les questions.

☐ **Une année** ☐ **Plusieurs années (un seul choix possible : ☐ 2 ans ☐ 3 ans)**

Coordinateur Subvention Image publique :

Prénom et nom _____

☎ _____

E-mail _____

Nombre de districts participant à la subvention _____

Numéros des districts

1. Quels sont les objectifs de votre campagne ? (veuillez indiquer des objectifs précis et mesurables comme par exemple Augmentation des dons au district de 1 %)

2. Décrire comment vous allez mesurer les résultats de votre action Image publique (Google Analytics, feuille de calcul, groupes de réflexion, etc.) :

3. Quel est votre public cible ? (Plusieurs choix possibles)

☐ Professionnels
☐ Responsables locaux
☐ Grand public
☐ Autres _____
☐ Hommes ☐ Femmes ☐ Les deux

☐ 25 à 35 ans
☐ 35 à 50 ans
☐ Plus de 50 ans
☐ Revenus moyens _____ (indiquer une fourchette)
☐ Revenus élevés _____ (indiquer une fourchette)

Travailler avec chaque fournisseur pour obtenir une audience estimée et sa description. Par exemple, pour cibler les femmes de 35 à 50 ans avec des publicités dans la presse écrite et à la télévision, les fournisseurs peuvent communiquer des informations sur leurs audiences comme le nombre de lecteurs ou de téléspectateurs, l'âge moyen, la répartition hommes-femmes, etc.

Joindre les estimations* et la description de l'audience de la campagne par les fournisseurs.

4. Durée de la campagne _____

Dates prévues _____

Fréquence de diffusion de vos messages (ex. : 10 spots TV payants et 20 spots TV offerts par semaine pendant 13 semaines) ?

_____

5. Calcul du coût total de l'action.

Coût total de l'action	**x Nombre de districts**	**Total (devise locale)** - Devise locale -	**Total (dollars)**
Montant de la subvention demandée par district Sélectionner (jusqu'à 15 000 dollars)			0.00
Contribution de chaque district _____ (au moins un tiers du montant de la subvention demandée)			0.00
Prime de 1 000 dollars par district			0.00
Coût total 1,000.00 (montant de la subvention + contribution financière du district)			0.00
Valeur des dons en nature obtenus 0.00			0.00

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

Nom du fournisseur	**Description des services**	**Coût total (devise locale)**	**Coût (dollars)**
	Total	0.00	0.00

7. Décrire les dons en nature obtenus*
   * Les dons en nature sont des biens ou des services ayant une valeur monétaire. Par exemple des espaces publicitaires cédés gratuitement (presse, affichage, segments télévision ou radio).

Nom du fournisseur	Description des dons en nature obtenus	Valeur (devise locale)	Valeur (dollars)
	Total	0.00	0.00

Indiquer le taux de change utilisé et la source (Rotary.org, Yahoo, etc.).

Taux de change _____ Source _____

SÉLECTIONNER VOTRE CAMPAGNE

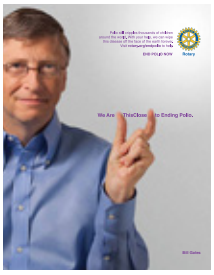
Afin de simplifier le traitement du dossier de demande et pour favoriser un message cohérent, les subventions Image publique prioritaires utilisent du matériel de promotion présélectionné qu'il est possible de consulter sur www.rotary.org/mediacenter et de télécharger sous format .jpg, .pdf ou .eps à www.dropsend.com. Se connecter avec prgrants@rotary.org, mot de passe : PIgrants.

Sélectionner une campagne *(A, B ou C)* :

☐ **A. PolioPlus**

Options PolioPlus :

Fille avec des béquilles

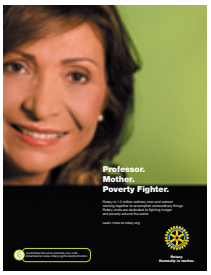


À ça

Arbre

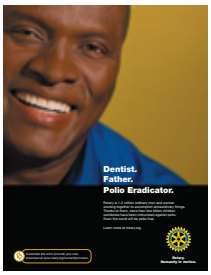
☐ **B. Effectif**

Options Effectif :



Visages

Avec le Rotary



Visages

☐ **C. Paix**

Options Paix :

Paix

Nous voulons la même chose

Fenêtre

Répondre aux questions suivantes pour la campagne choisie.

Médias utilisés dans votre campagne ?

☐ Radio ☐ TV ☐ Presse ☐ Affichage ☐ Publicité sur le web ☐ Blogs et podcasts
☐ Autre (Préciser) _____

Comment allez-vous adapter le matériel promotionnel à vos spécificités régionales ? (par exemple, ajouter l'adresse du site web du district, un code QR ou la photo d'une personnalité locale)

Comment allez-vous inviter le public à passer à l'action ? (contacter quelqu'un, s'informer sur un site web, faire un don)

SUBVENTIONS IMAGE PUBLIQUE DU ROTARY – MODALITÉS

- Les districts doivent utiliser les messages d'intérêt public du Rotary des campagnes *L'humanité en action* et *À ça* (disponibles en 9 langues) pour placement auprès des médias. Si les clubs adaptent ces messages, ils doivent le faire dans le respect des lignes de conduite sur l'utilisation des marques du Rotary comme décrit dans le *Manuel de procédure* (chapitre 5), sur www.rotary.org/fr/graphics et dans le guide *Identité visuelle du R.I.* Tout matériel promotionnel utilisé doit être décrit en détails et un visuel doit être inclut à la demande de subvention.
- Les dossiers sont étudiés individuellement et les gouverneurs seront informés des décisions au plus tard le 15 avril 2013. Les fonds seront distribués sur une base **concurrentielle** jusqu'à épuisement du budget approuvé
- Les subventions Image publique seront accordées dans les limites du montant de subvention indiqué au gouverneur dans le courrier d'agrément. Si les dépenses s'avèrent 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 districts 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 Image publique 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 une personne impliquée 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 aux districts inclut des coûts réels que les prestataires de services impliqués sont en droit de recouvrer.

     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.

SUBVENTION IMAGE PUBLIQUE – LISTE DE CONTRÔLE

Remarque : Le Rotary est limité dans la taille des e-mails qu'il peut recevoir. Utiliser plusieurs e-mails si les pièces jointes dépassent 10 MB.

☐ Description détaillée de la campagne Image publique
☐ Montant de la contribution du district (au moins 1/3 du montant de subvention demandé)
☐ Devis sur papier à en-tête des fournisseurs
☐ Audience estimée sur papier à en-tête des fournisseurs
☐ Maquettes (pour matériel écrit) et scripts (segments radio et télévision)
☐ Coordonnées exactes du coordinateur Subvention Image publique
☐ Signature des gouverneurs

J'atteste avoir pris connaissance des modalités des subventions Image publique 2013-2014 du Rotary International.

1. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

2. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

3. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

4. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

5. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

6. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

7. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

8. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

9. District _____

   Signature du gouverneur _____ Date _____

   E-mail _____

10. District _____

    Signature du gouverneur _____ Date _____

    E-mail _____

11. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

12. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

13. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

14. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

15. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

16. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

17. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

18. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

19. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

20. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

21. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

22. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

23. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

24. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

25. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

26. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

27. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

28. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

29. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____

30. District _____

Signature du gouverneur _____ Date _____

E-mail _____