

Flash Communication N° 4 : Communication externe

« Il est plus facile de dire ce que le Rotary fait que ce qu'il est » Paul HARRIS

Si la communication interne est du ressort du président de club, la communication externe est l'affaire de tous.

L'avenir du Rotary repose sur de bonnes relations publiques.

Il s'agit de délivrer un message efficace et de projeter l'image d'un Rotary crédible, répondant aux besoins actuels. Une communication se doit d'être fidèle, non interprétée et limitée à l'objet et à la motivation de sa diffusion. Les communications, qu'elles s'adressent directement ou indirectement à un groupe de Rotariens ou non, doivent, dans leur conduite, « s'inspirer » de l'éthique qui anime les actes et actions des Rotariens.

I. Le Rotarien

1. Portez votre insigne
2. Parlez du Rotary

Vos amis et collègues savent-ils que vous êtes Rotarien ?

Parlez-vous de votre premier "Instant Rotary" ?

Parlez-vous du travail de votre club autour de vous ? Parlez-vous du Rotary avec vos "followers" ?

Parler de votre engagement dans un Rotary-club peut améliorer de manière significative l'image de notre organisation auprès du grand public.

Il revient à chaque Rotarien de dire au monde ce qu'est le Rotary et son action.

http://www.rotary.org/fr/MediaAndNews/News/Pages/110927_news_survey.aspx

3. Pensez également à vous inscrire à l'Annuaire professionnel des Rotariens de notre district
<http://www.rotaryd1650.org/PPR/RR/Pages/production.php>

II. Le club

Le Président ne travaille pas seul

1. Sachez promouvoir vos actions de club :

NOMMEZ UN RESPONSABLE COMMUNICATION DANS VOTRE CLUB

Rapports avec la presse écrite locale, les radios et les télévisions :

Les Rotariens doivent « vendre » leur message sur le Rotary aux médias.

Réalisez des dossiers de presse;

Transmettez des **fiches-info** : Des chiffres sur le Rotary ; Regard sur le Rotary

Le [Rotary Media Center](#) permet de visionner et de télécharger du matériel multimédia dont des photos et des vidéos de qualité professionnelle prêtes à l'emploi, des affiches haute définition, des messages radio.. <http://rotary.synapticdigital.com/>

A. AVANT L'ACTION **Ressources de promotion des actions**

- Pourquoi venir...
- Organisez la visite : date complète, lieu, horaires, parking, métro, bus, taxis...
- Dispositions particulières : But de l'action; Aide susceptible d'être apportée par le public
- Affichage : Votre mairie ; Les afficheurs communaux indépendants ; Les afficheurs nationaux ; Les réseaux des centres commerciaux, galeries marchandes, gares...
- Conférence de presse : uniquement pour les événements importants.

B. PENDANT L'ACTION **Ressources de promotion du Rotary**

Que vous soyez tout nouveau ou un spécialiste, des ressources utiles sont disponibles à l'adresse: <http://www.rotary.org/fr/members/runningaclub/informingthecommunity/Pages/ridefault.aspx>

- Utilisez le pack Média et les kakémonos (*affiches déroulantes*) du district, créés par le club de La Guerche **IMPORTANT** <http://www.rotaryd1650.org/PackMedia/index.htm>
- Diffusez les témoignages des bénéficiaires de l'Echange scolaire, des boursiers, EGE...
- Affichez le "But du Rotary"
- Respectez la charte graphique du RI : vos ressources ad hoc: http://www.rotary.org/RIdocuments/fr_pdf/547fr.pdf
<http://www.rotary.org/fr/MediaAndNews/Multimedia/Graphics/Pages/RILogos.aspx>
<http://www.graphics-for-rotarians.org/index.html>

C. APRÈS L'ACTION **Parlez de votre action +++ et sélectionnez une photo représentative** privilégier l'action, le bénéficiaire de l'œuvre et non la remise de chèque **IMPORTANT**

- Adressez un compte-rendu à **Jean-Marie PARISELLE** +++ notre excellent webmaster, pour insertion sur le site du district jmpariselle@wanadoo.fr
- Ecrivez un petit article pour le *magazine LE ROTARIEN* : Votre contact : **Le Rotary en Actions - Laure ROOSEN** laure.roosen@lerotarien.org
SURTOUT Communiquez vos actions locales organisées entre le 15 janvier et le 15 mars. Elles seront peut-être mises en avant lors de la semaine de communication dans les bannières sur les sites de Presses Quotidiennes Régionales de notre région.
- Communiquez votre action à la communauté rotarienne et à vos amis sur Facebook...

👉 Grâce à **Rotary Showcase**, les Rotariens peuvent diffuser des photos et des informations sur les actions de leur club à la famille du Rotary, au grand public et à leurs contacts sur Facebook. Ils peuvent aussi indiquer les fonds utilisés, la valeur des dons en nature, le nombre de bénévoles impliqués et **le nombre d'heures de bénévolat**, ce qui permettra au R.I. de mesurer son impact au niveau mondial.
https://map.rotary.org/fr/project/pages/project_showcase.aspx

👉 **Pinterest** est un tableau virtuel. Classez, épinglez et partagez tout ce que vous aimez.
<http://pinterest.com/rotary>

👉 Ne négligez pas la portée médiatique souvent considérable du **blog** (sorte de journal de bord en ligne intégrant plusieurs médias) ou du **postcasting** (diffusion de vos fichiers audio ou vidéo sur [Internet](#)).

2. Participez aux actions rotariennes nationales

- ➡ **Mon Sang Pour Les Autres**; <http://www.monsangpourlesautres.fr>
- ➡ **Espoir en Tête**; <http://www.espoir-en-tete.org/espoir-en-tete>
- ➡ **Carte Visa Premier Prestige Rotary** qui soutient PolioPlus et les actions de votre club !
<https://www.carteprestige-rotary.fr/fr/index.html>
- ➡ **Jeunesse et Communication**; http://www.rotaryd1650.org/php/jeunesse_com.php
- ➡ **Semaine de communication 18 au 23 mars 2013**; Votre implication est essentielle pour que cette campagne soit visible <http://www.lerotarien.org/programmes-et-actions/actualite-et-societe/fiche/article/communication-2013-de-nouveaux-rotariens-a-portee-de-main.html>

Le Rotarien va remettre aux clubs différents outils pour leur permettre de construire au plan local une véritable action de communication. Parmi ces outils :

- Un **Power Point**, envoyé aux dirigeants des clubs, qui représente un mode d'emploi pour mener au plan local une action de communication
- Un argumentaire sous version papier en cinq exemplaires, qui seront envoyés aux clubs lorsque ceux-ci se seront inscrits à cette campagne
- Une clé USB qui permettra aux clubs de fournir aux sites web de la presse quotidienne régionale des bannières sur quatre thèmes d'actions du Rotary : Eau, Polio, Illettrisme, Jeunesse

Inscrivez-vous ! Les présidents et secrétaires disposeront d'un login pour se connecter à l'espace club du site événementiel <http://www.rotaryenaction.org> qui permet :

- D'enregistrer le club.
- De visualiser le kit médias.
- De télécharger les outils numériques.
- De commander **GRATUITEMENT** les outils « print ».

3. Améliorez la présence en ligne de votre club +++

NOMMEZ UN MEMBRE DU CLUB RESPONSABLE DES COMPTES FACEBOOK, LINKEDIN ET TWITTER.

- Une stratégie de communication numérique est **primordiale aujourd'hui** pour faire connaître le Rotary et vos actions.
- Utiliser les réseaux sociaux permet d'atteindre un public varié qui ne connaît pas le Rotary, d'entamer le dialogue et de répondre aux questions instantanément.
- Réaliser des vidéos permet de relayer nos présences et de les diffuser :

Exemple parmi d'autres : Dans le cadre de la Semaine de la communication, les cinq Clubs de Nîmes et Sommières Vauvage, le 18 mars 2009 au " Carré D'art "

Le Rotary Club présent au Carré d'art de Nîmes

<http://www.youtube.com/watch?v=DImgDgYchOA>

- Conseils pratiques et simples : interrogez **Jean-Marie PARISELLE**

4. Participez aux manifestations de la Cité

- Forum des Associations lorsque celui-ci est organisé dans la localité.
- Salons (salon de l'étudiant...),
- Braderies, brocantes, vide greniers...
- Manifestations sportives grand public...

**Apprécier les choses non pas pour ce qu'elles valent,
mais pour ce qu'elles représentent.**