




GUIDE DE PLANIFICATION ÉVÈNEMENTIELLE




Organiser ou participer à un événement est un excellent moyen d'augmenter la visibilité du Rotary et de votre club dans votre ville. Les manifestations locales permettent de nouer des relations, d'attirer l'attention, de motiver à l'action et de promouvoir les résultats obtenus par le Rotary dans votre région. Cela peut aussi favoriser les échanges entre décideurs et leaders d'opinion de votre ville et les aider à s'impliquer au Rotary.

Ce guide est un outil pour vous aider à promouvoir le Rotary au travers de vos événements. Il propose des idées et une liste de contrôle pour commencer votre planification. Il identifie également des ressources utiles.



1

QUE CHERCHEZ-VOUS À ACCOMPLIR ?

- + Souhaitez-vous promouvoir le Rotary dans votre ville ?
 - + Votre club souhaite-t-il attirer de nouveaux membres ?
 - + Souhaitez-vous lever des fonds ?
 - + Souhaitez-vous montrer à la population locale que vos membres sont des experts et des ressources ?
- 

2

DÉTERMINER LE MEILLEUR TYPE D'ÉVÉNEMENT POUR ATTEINDRE VOS OBJECTIFS

LÉGENDE

- FACILE
- MOYEN
- DIFFICILE

POUR SENSIBILISER AU ROTARY :



Tenez un stand dans une manifestation : Qu'il s'agisse d'une fête de quartier ou d'un congrès, prévoyez suffisamment de bénévoles pour tenir le stand et distribuer de la documentation sur le Rotary.



Parrainez un événement local : Les feux d'artifice du 14 juillet peuvent devenir ceux du Rotary ou la ville peut organiser le cross du Rotary. Cela intègre naturellement votre club dans le tissu associatif et économique local.



Créez un festival du Rotary : Organisez un festival annuel d'une journée avec des artistes, restaurateurs et entreprises locaux. Assurez-vous que vos membres seront présents en nombre toute la journée pour parler du Rotary et collectez les e-mails des participants pour vos futurs efforts de recrutement.



POUR ATTIRER DES MEMBRES :

Organisez une journée recrutement : Proposez un programme ludique et éducatif auquel chaque membre invite quelqu'un qui a exprimé son intérêt pour le Rotary. N'oubliez pas de présenter les invités au plus grand nombre de membres et de les contacter dans les jours suivants pour les impliquer dans des activités ou les inviter à rejoindre le club.

Organisez une présentation : Assistez à la réunion ou à la manifestation d'une autre organisation au cours de laquelle vous présenterez le Rotary et votre club. N'oubliez pas d'emmener des brochures à distribuer et d'inviter les personnes intéressés à votre prochaine réunion de club.

Co-organisez un événement avec une autre organisation : La promotion croisée est un excellent outil de recrutement et de networking.



POUR LEVER DES FONDS :

Organisez un marché artisan : Invitez des artistes et artisans locaux à venir vendre leurs créations. Vous pouvez demander un droit d'inscription pour tenir un stand et conserver un pourcentage des ventes que vous reverserez à la Fondation. Utilisez vos ressources et vos contacts pour obtenir la participation de personnalités locales.

Organisez des enchères silencieuses : Outre les articles obtenus auprès d'entreprises ou partenaires locaux, vous pouvez proposer les services professionnels de vos membres aux enchères.

Organisez une journée d'envoi de remerciements : Réunissez les membres du club pour écrire des mots de remerciements à tous ceux qui ont été généreux envers votre club ces dernières années, qu'il s'agisse de dons monétaires, matériels ou autre. Montrer que vous appréciez leur générosité facilitera l'obtention de nouvelles contributions à l'avenir.



POUR PROMOUVOIR L'IMPLICATION AU NIVEAU LOCAL :

Invitez un intervenant dans votre club : Invitez des entreprises, professionnels et dirigeants locaux à présenter leurs compétences et expertises à vos membres. Cela augmentera la visibilité de votre club parmi les décideurs locaux et favorisera les partenariats à long terme. Cela améliorera aussi votre image et facilitera le recrutement.

Organisez une action dans les axes stratégiques : L'action locale est essentielle au Rotary et organiser un événement dans ce cadre initie la population locale aux valeurs de l'organisation et à ses accomplissements.

Organisez un panel : Les discussions sous forme de panel permettent de présenter les membres comme des experts et des leaders d'opinion, et ainsi de renforcer notre image et notre réputation. N'oubliez pas d'inclure un élément interactif, d'inviter des exposants à tenir des stands liés à la cause présentée et de permettre aux participants d'échanger et de faire connaissance.



3

ÉVALUER VOS RESSOURCES

Une fois le type d'événement choisi, faites un inventaire des ressources à votre disposition pour l'organiser (temps, argent, bénévoles, etc.). Voici un exemple de calendrier et de liste de contrôle possibles.

CALENDRIER	TÂCHE
<input data-bbox="165 554 233 623" type="checkbox"/> 24 à 18 semaines avant l'événement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Identifier les objectifs de l'événement <input type="checkbox"/> Élaborer un plan (sujet, public, intervenants, sponsors, promotion, site) <input type="checkbox"/> Constituer une équipe et définir les rôles <input type="checkbox"/> Réserver une salle <input type="checkbox"/> Préparer un budget <input type="checkbox"/> Analyser les problèmes possibles (par exemple, pour un événement en extérieur, prévoir une solution de secours en cas de pluie) <input type="checkbox"/> Contacter un assureur et souscrire une assurance <input type="checkbox"/> Rédiger un appel d'offres avec un cahier des charges
<input data-bbox="165 1129 233 1199" type="checkbox"/> 18 à 12 semaines avant l'événement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Confirmer les intervenants et les horaires des répétitions <input type="checkbox"/> Trouver des sponsors <input type="checkbox"/> Trouver des exposants <input type="checkbox"/> Réaliser un appel d'offres pour les fournisseurs avec un cahier des charges ou une fiche technique (graphiste, imprimeur, audiovisuel, traiteur, musique, photographe, etc.) <input type="checkbox"/> Sélectionner les fournisseurs, signer les contrats et décider des échéances <input type="checkbox"/> Créer un système pour les inscriptions <input type="checkbox"/> Obtenir les droits pour les spectacles, la musique, etc. <input type="checkbox"/> Confirmer les divertissements et les horaires des répétitions <input type="checkbox"/> Déterminer la stratégie promotionnelle <input type="checkbox"/> Faire un inventaire du matériel marketing existant pouvant être réutilisé et déterminer les nouveaux besoins

CALENDRIER	TÂCHE
18 à 12 semaines avant l'événement (suite)	<input type="checkbox"/> Commencer à créer vos documents promotionnels <ul style="list-style-type: none"> - Page web pour s'inscrire - Affiche - Flyer - Images pour les réseaux sociaux - Campagne e-mail - Vidéos - Autres matériels promotionnels - Éléments décoratifs pour le stand du Rotary - Signalétique
<input type="checkbox"/> 12 à 8 semaines avant l'événement	<input type="checkbox"/> Envoyer les invitations <input type="checkbox"/> Envoyer les invitations et les documents promotionnels aux intervenants et aux partenaires pour qu'ils les distribuent dans leurs réseaux <input type="checkbox"/> Publier l'événement sur le site web du club et d'autres <input type="checkbox"/> Préparer un plan de salle (places attribuées, stands, etc.) <input type="checkbox"/> Rédiger un programme <input type="checkbox"/> Définir les rôles des bénévoles et noter les compétences requises
<input type="checkbox"/> 8 à 6 semaines avant l'événement	<input type="checkbox"/> Envoyer un rappel par e-mail <ul style="list-style-type: none"> - Inscription - Programme - Logistique - Demande de partage de l'information <input type="checkbox"/> Commencer une campagne d'appels téléphonique auprès du public ciblé <input type="checkbox"/> Recruter des bénévoles pour les tâches spécifiques

CALENDRIER	TÂCHE
<input data-bbox="165 170 233 239" type="checkbox"/> <p>6 à 4 semaines avant l'événement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Envoyer un rappel par e-mail <input type="checkbox"/> Obtenir les présentations des intervenants <input type="checkbox"/> Préparer votre présentation <input type="checkbox"/> Continuer de promouvoir l'événement <input type="checkbox"/> Choisir les menus, le cas échéant <input type="checkbox"/> Former les bénévoles <input type="checkbox"/> Affiner le plan de salle <input type="checkbox"/> Affiner le programme <input type="checkbox"/> Planifier la livraison et le stockage du matériel <input type="checkbox"/> Ouvrir les inscriptions
<input data-bbox="165 764 233 833" type="checkbox"/> <p>2 semaines avant l'événement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Envoyer un rappel par e-mail <input type="checkbox"/> Finaliser le programme détaillé <input type="checkbox"/> Finaliser le plan de salle <input type="checkbox"/> Créer une liste pour le photographe <input type="checkbox"/> Confirmer la présence de tous les intervenants, les attentes quant aux fournisseurs et la logistique <input type="checkbox"/> Donner le plan de salle et le programme détaillé à la salle et aux principaux acteurs
<input data-bbox="165 1197 233 1266" type="checkbox"/> <p>1 semaine avant l'événement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Envoyer un rappel par e-mail <input type="checkbox"/> Répéter le programme avec les intervenants <input type="checkbox"/> Déterminer les besoins de dernière minute des fournisseurs <input type="checkbox"/> Préparer des sacs cadeaux <input type="checkbox"/> Contacter les médias <input type="checkbox"/> Organiser la dernière réunion de planification avec les fournisseurs
<input data-bbox="165 1591 233 1661" type="checkbox"/> <p>2 jours avant l'événement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Envoyer un dernier rappel par e-mail et continuer de contacter les médias <input type="checkbox"/> Organiser une dernière réunion avec le personnel de la salle

CALENDRIER	TÂCHE
Jour J	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Installer la signalétique, les tables, le programme, etc.<input type="checkbox"/> Réaliser une inspection finale des lieux<input type="checkbox"/> Vérifier l'audiovisuel<input type="checkbox"/> Accueillir les fournisseurs et les panelistes<input type="checkbox"/> Accueillir les médias et leur présenter les principaux intervenants et partenaires<input type="checkbox"/> Identifier les personnes importantes pour le photographe<input type="checkbox"/> Obtenir les coordonnées des participants pour le suivi

4

FÉLICITATIONS, VOTRE ÉVÉNEMENT A ÉTÉ UN SUCCÈS !

Pour optimiser l'impact à long terme de votre événement et favoriser le succès du prochain :



Envoyez des remerciements : N'oubliez personne (participants, intervenants, partenaires, bénévoles).



Restez en contact : Demander leur avis aux participants et envoyez régulièrement des informations à ceux qui ont exprimé un intérêt pour votre club, le Rotary ou une cause particulière.



Poursuivez la couverture médiatique : Les médias ne peuvent pas toujours être présents le jour de votre événement. Envoyez-leur des photos, des vidéos et des communiqués de presse mettant en avant les moments importants. Les réseaux sociaux sont aussi très utiles.



Informez-nous : Envoyez un résumé de votre événement avec des photos et des vidéos à pr@rotary.org, publiez-les sur www.rotary.org/rotarystory ou utilisez [#rotarystory](https://twitter.com/rotarystory) sur les réseaux sociaux. Nous pouvons utiliser votre événement pour inspirer d'autres Rotariens à en faire de même.



RESSOURCES DISPONIBLES SUR ROTARY.ORG

De nombreuses ressources sont disponibles sur le **Brand Center**, la **boutique en ligne du Rotary et Mon Rotary** :

LOGOS OFFICIELS



MODÈLE DE BROCHURE DE CLUB



RESSOURCES PROMOTIONNELLES

- + Brochure pour les prospects
- + Présentation sur le Rotary

BANNIÈRES SUR LE ROTARY ET LES AXES STRATÉGIQUES



AUTRES RESSOURCES SUR LE BRAND CENTER :

- + Newsletters, présentations et modèles de papier à en-tête
- + Carte de remerciement
- + Exemples de promotion événementielle (affiches, cartes, numérique)

? Si vous avez besoin d'aide, contactez-nous à pr@rotary.org.

ANNEXE A : ORGANISER UN ÉVÉNEMENT DE RÉALITÉ VIRTUELLE

La réalité virtuelle (RV) est une immersion à 360 degrés dans un environnement totalement différent du vôtre où vous voyez d'autres façons de vivre. La RV montre l'autre facette de notre travail qu'il n'est pas possible d'expliquer avec des mots. Cette expérience forte encourage les Rotariens et les amis du Rotary à apporter temps, énergie et ressources en faveur de nos causes.

Le Rotary croit en l'avenir de la RV comme outil de sensibilisation, de renforcement de l'effectif et de philanthropie. Nous avons réalisé une série de films en RV qui mettent en lumière notre travail.

Ce guide fournit tout ce que vous devez savoir pour incorporer la réalité virtuelle parmi vos événements de club.

ÉQUIPEMENTS

Vous avez besoin de :

1. Smartphones ayant l'application Rotary VR.

Les films en réalité virtuelle du Rotary sont disponibles via cette application gratuite. Téléchargez-la dans Google Play (Android) ou l'App Store (Apple).

2. Casques audio. Le son est tout aussi important que l'aspect visuel. De simples écouteurs peuvent être utilisés mais le casque audio permet de s'isoler du bruit extérieur, ce dernier réduisant la qualité de l'expérience.

3. Une visionneuse. Il existe plusieurs sortes de visionneuses pour tous les budgets. Allez dans votre boutique d'appareils électronique pour en trouver une qui vous convienne.

Prévoyez au moins deux ou trois smartphones ainsi que leur chargeurs, casques audio et visionneuses pour permettre à un maximum de personnes de vivre cette expérience en même temps.

Vous aurez également besoin d'un gel antibactérien ou d'un spray nettoyant à appliquer sur les appareils après chaque utilisation.





PRÉPARATION DE LA SALLE

Réservez un espace dédié et semi-privé pour que les participants se sentent à l'aise.

Disposez-y des sièges pivotants en nombre suffisant. Les participants doivent être en mesure de bouger leur corps tout en étant assis sur leur siège.

Installer une table à l'entrée de l'espace de RV en utilisant des enseignes représentant votre club vous aidera à rester organisé, évitera une affluence trop importante et permettra aussi au public de vous repérer. Utilisez une fiche d'inscription et préparez une clause de non-responsabilité. S'il y a suffisamment d'espace, réservez-en un pour la file d'attente afin de gérer l'afflux de participants.



PROMOTION DE VOTRE ÉVÉNEMENT

Parlez de votre événement dans vos communications marketing, notamment vos flyers, courriers et réseaux sociaux.

Utilisez des bannières. En fonction du type d'événement que vous organisez, placez vos bannières autour de votre événement pour susciter l'intérêt du public. Elles peuvent être à l'effigie de votre club avec le logo du Rotary ou promouvoir votre événement.

Gardez des ressources sur votre club sous la main. Engagez la conversation avec des participants en leur parlant de la RV, encouragez-les à participer aux activités de votre club et distribuez-leur vos ressources de club pour renforcer leur intérêt.



S'EXERCER

Avant le Jour J, familiarisez-vous aux équipements que vous allez utiliser pour l'événement. Entraînez-vous à faire fonctionner chaque application Rotary VR, appareil de visionnage et casque audio, chacun après l'autre et tous assemblés.

Organisez une séance pratique. Chaque bénévole devra maîtriser le fonctionnement de tous les appareils, y compris savoir les réparer en cas de problème. Anticipez les problèmes techniques. Par exemple, l'appareil de visionnage qui ne se connecte pas au smartphone, le son qui ne s'allume pas, l'application qui ne s'ouvre pas, etc. Vous devrez savoir comment les résoudre. Il est important que tous les bénévoles maîtrisent les points clés de l'événement.

Avant le début de l'événement, déterminez votre objectif.

- Souhaitez-vous susciter l'intérêt des participants pour qu'ils s'engagent à devenir membre, fasse un don, ou participe à des activités de votre club ?
- Si vous souhaitez sensibiliser le public, quel en serait l'objet ?

En fonction de vos réponses, préparez un message de 30 secondes pour interagir avec chaque participant avant et après leur expérience de RV. Commencez par leur expliquer votre objectif, ce qu'ils vont voir et pourquoi. Après leur expérience, demandez-leur ce qu'il en ont pensé. Discutez avec eux et encouragez-les à s'impliquer davantage en faveur de votre objectif.

Chaque bénévole devra s'y entraîner.



PLAN ORGANISATIONNEL

Pour bien préparer l'événement, évaluez les ressources déjà disponibles, le temps, le budget, les équipements et le nombre de bénévoles. Voici un exemple de plan organisationnel :

PÉRIODE	ACTIVITÉS
<input type="checkbox"/> Entre 18 et 12 semaines avant l'événement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Commencer par noter l'objectif, le public, le plan de communication, le lieu et le budget <input type="checkbox"/> Acheter l'équipement <input type="checkbox"/> Réserver la salle, l'espace <input type="checkbox"/> Constituer une équipe et assigner les rôles <input type="checkbox"/> Contacter des fournisseurs (imprimeur, graphiste, photographe, musique, etc.) <input type="checkbox"/> Élaborer une liste de distribution pour les ressources promotionnelles <input type="checkbox"/> Faire l'inventaire des ressources marketing que vous pouvez utiliser et identifier celles qui doivent être créées pour votre événement <input type="checkbox"/> Commencer à concevoir vos ressources promotionnelles : <ul style="list-style-type: none"> - Affiche de l'événement - Flyers - Publications pour les réseaux sociaux - E-mails d'invitation - Bannières et autres signes qui seront installés dans votre espace - Nappe pour la table d'accueil - Tout autre accessoire nécessaire
<input type="checkbox"/> Entre 12 et 8 semaine avant l'événement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Commencer la promotion de l'événement <input type="checkbox"/> Publier les informations relatives à votre événement sur le site web de votre club et dans vos réseaux sociaux
<input type="checkbox"/> Entre 8 et 6 semaines avant l'événement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Envoyer les e-mails d'invitation <input type="checkbox"/> Lancer une campagne téléphonique en ciblant vos correspondants <input type="checkbox"/> Continuer à distribuer vos ressources promotionnelles
<input type="checkbox"/> Entre 6 et 4 semaines avant l'événement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Envoyer les e-mails de rappel <input type="checkbox"/> Élaborer votre présentation et ce que vous allez dire aux participants <input type="checkbox"/> Continuer la promotion de l'événement <input type="checkbox"/> Planifier une séance d'exercice aux équipements de RV pour les bénévoles <input type="checkbox"/> Préparer les points clés à expliquer aux bénévoles, notamment les moments de discussion de 30 secondes entre eux et les participants

PÉRIODE	ACTIVITÉS
<input type="checkbox"/> 2 semaine avant l'événement	<input type="checkbox"/> Envoyer les e-mails de rappel <input type="checkbox"/> Élaborer un programme des tâches à accomplir en coulisses et pendant la journée <input type="checkbox"/> Confirmer les bénévoles, les fournisseurs et les tâches logistiques
<input type="checkbox"/> 1 semaine avant l'événement	<input type="checkbox"/> Organiser une séance pratique pour les bénévoles
<input type="checkbox"/> 2 jours avant	<input type="checkbox"/> Envoyer les derniers e-mails de rappel
Le jour J	<input type="checkbox"/> Installer les signes, la table d'accueil, les sièges pivotants et tous les autres accessoires <input type="checkbox"/> Recueillir les coordonnées des participants pour le suivi <input type="checkbox"/> Prendre des photos pendant l'événement <input type="checkbox"/> Préparer une autorisation d'utilisation d'image à faire signer par tous les participants pour que vous puissiez publier vos photos en ligne ou les utiliser pour vos ressources de club
Après l'événement	<input type="checkbox"/> Publier les photos sur les réseaux sociaux et le site web de votre club <input type="checkbox"/> Rester en contact avec les participants, par e-mail ou par téléphone



VOUS AVEZ RÉUSSI VOTRE ÉVÉNEMENT !

Félicitations ! Votre événement a été un succès. Pour optimiser votre impact à long-terme et poser les fondations pour vos prochains événements, vous devez :

Rester en contact avec les participants et leur demander de vous envoyer leurs commentaires sur leur expérience de l'événement.

Les encourager à s'engager. Peut-être deviendront-ils des membres potentiels, vos prochains bénévoles ou feront-ils un don en faveur de votre club ?

Faites part du succès de votre événement. Racontez-le sur le site web de votre club et à votre entourage. Publier des photos et des publications sur les réseaux sociaux en utilisant #RotaryVR. Nous pouvons vous aider à promouvoir votre événement dans le monde entier.