

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

Introduction

Des guides de l'action rotarienne existent déjà, par exemple sur le site du District - Opérations et actions 2020 : Fiche 1 « Passer à l'action », Fiche 2 « Bilans de l'action ». Et de nombreuses formations expliquant comment passer à l'action existent sur le site My Rotary www.ROTARY.ORG/MYROTARY.

Cependant, l'expérience apportée par les premières fiches vitrines recueillies dans le District en 2022 et 2023 a montré que l'oubli de certains éléments importants pouvait limiter les effets attendus de l'action. En pratique, l'objectif de ce pense-bête est d'aider les clubs à penser à tous ces **éléments importants qui influencent la réussite et l'impact de leurs actions**, pour leurs **bénéficiaires**, et pour le **Rotary**. Basé sur la méthode courante **QuiQuoiOùQuandCommentCombienPourquoi**, il est présenté sous la forme de questions simples se concentrant sur :

- la conception et la **préparation de l'action**,
- sa **communicAction**,
- et son **évaluation**.

Il peut être utilisé pour **organiser une nouvelle action**, ou pour revoir et **améliorer une action existante**. En pratique, l'important est de pouvoir apporter une réponse à toutes les questions, mais chaque club, chaque responsable d'action peut choisir, dans chaque rubrique, l'ordre des questions.

Fidèle à l'objectif de la Commission Actions d'intérêt public de partager et valoriser nos actions rotariennes, ce pense-bête est **ouvert aux remarques et suggestions des rotariens** du District pour l'améliorer en continu.

Définitions rotariennes illustrées (rappel)

- **Action** : *service apporté à une communauté pour répondre à des problèmes concrets qu'elle rencontre*. Ex : vaccination des enfants dans le cadre de l'action Polio+ pour les prémunir contre cette maladie et l'éradiquer.
- **Opération** : *collecte de fonds non affectée*. Ex : vente de boules de Noël par un club pour financer ses actions futures, pas encore déterminées.
Opération affectée : *collecte de fonds destinée à financer une action déterminée au profit de son/ses bénéficiaires*. Ex : vente de tulipes pour financer l'action Polio+. **Dans ce document seules des opérations affectées sont abordées.**
- **Action et opération** : **3 cas de figures** pour les clubs ou interclubs Rotary :

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

- Le club conduit **l'action et l'opération**. Ex : 1€ 1 projet 1 emploi.
- Le club conduit **l'action** ou y contribue, mais ne participe pas à l'opération pour son financement. Ex : Mon sang pour les autres : les clubs participent à la collecte de sang et à sa préparation organisées par l'EFS, sans coût pour le Rotary.
- Le club conduit **l'opération** et ne participe pas à l'action. Ex : opération tulipes pour Polio+.

1. Concevoir et préparer l'action et le cas échéant l'opération

Cette 1^{ère} partie du pense-bête existe sous **deux formats** : le **texte** (ci-dessous) permet une utilisation comme document de travail, par exemple en notant les réponses ; le format **graphique (annexe 1)** offre une vision globale et rapide des check listes pour préparer action et opération.

Questions	Action	Opération affectée
Rôle du club / Interclub ?	Participe à l'action ? Oui/Non Si non, passer à Opération	Participe à l'opération ? Oui/Non Si non, rester sur action
QUI	Quel(s) BÉNÉFICIAIRE(S) ? ^{1,2}	
POURQUOI	<ul style="list-style-type: none"> • Quel(s) OBJECTIF(S) ?² • Quelle CAUSE PRIORITAIRE ?³ 	
QUOI COMMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Quel TITRE est donné à l'action ? • Quel type d'action envisager ? • Une DESCRIPTION de l'action existe-t-elle ? • Les RISQUES de l'action sont-ils estimés (ex financiers, humains) ? • Les solutions pour prévenir / minimiser ces risques existent-elles (ex assurance)? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quel type d'opération envisager ? • Une DESCRIPTION de l'opération existe-t-elle ?
COMBIEN	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles dépenses sont destinées à l'action ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quel est le montant des RECETTES attendu ? • Quelles sont les modalités de RECUEIL DES FONDS de l'opération ? • Un BUDGET PRÉVISIONNEL est-il établi ?
OÙ, QUAND	<ul style="list-style-type: none"> • L'organisation est-elle définie (dates/période, lieux...) ? • L'action est-elle planifiée (ex rétro-planning) ? 	<ul style="list-style-type: none"> • L'opération est-elle définie (dates/période, lieux...) ? • L'opération est-elle planifiée (ex rétro-planning) ?
AVEC QUI	<ul style="list-style-type: none"> • Action du Club (Rotary, Rotaract, Interact)? 	<ul style="list-style-type: none"> • Opération du Club (Rotary, Rotaract, Interact)?

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

	<ul style="list-style-type: none"> • Action inter-clubs ? Si oui, quels clubs participent ? • L'équipe action est-elle constituée (responsables, membres du Rotary, répartition des tâches) ? • Quels sont les PARTENAIRES techniques de l'action (liste, rôles) ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Opération inter-clubs ? Si oui, quels clubs participent ? • L'équipe opération est-elle constituée (responsables, membres du Rotary, répartition des tâches) ? • Quels sont les PARTENAIRES techniques et/ou financiers (subventions, sponsors ?) de l'opération (liste, rôles) ?
--	--	--

1. Pour être réussie, une action doit répondre à des problèmes concrets que rencontre une communauté et miser sur ses atouts pour procéder à un changement durable. Le bénéficiaire est généralement une communauté aidée par l'action.

2. Sauf exception, pour
une action donnée nécessitant une opération, les bénéficiaires, les objectifs et la cause prioritaire sont les mêmes pour l'opération et l'action.

3. Pour s'inscrire dans les valeurs et les orientations du RI, l'objectif de l'action doit entrer dans une des 7 causes prioritaires définies par le Rotary En 2023, le terme « cause prioritaire » a remplacé « axe stratégique ».

2. Communiquer sur l'action et le cas échéant l'opération

Le pense-bête vise à faciliter l'élaboration du plan de communication et la préparation du communiqué de presse (selon les principes travaillés avec Lionel Rieulier et l'Université du District à Saint Briec le 18/11/2023).

Quel est le plan de communication ?

L'objectif du tableau ci-dessous est d'aider à déterminer les éléments et la chronologie du plan de communication. L'ampleur du plan de communication est à adapter à l'ampleur de l'action et/ou de l'opération.

Avant	Pendant	Après
OBJECTIF : FAIRE SAVOIR + FAIRE VENIR	OBJECTIF : ASSURER PRESENCE ET ACCUEIL	OBJECTIF : PARTAGER & VALORISER
Faut-il des SPONSORS ? Si oui : – Lesquels ? – Pour quelle forme de partenariat ?	Faut-il organiser un ACCUEIL DES PARTICIPANTS le jour de l'action ?	Faut-il une COMMUNICATION DES RÉSULTATS ET DE L'UTILISATION FONDS COLLECTÉS ? (Ex : N billets vendus ; Contribution à l'opération nationale ; Equipements financés par l'action)

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

Quels OUTILS DE COMMUNICATION seront utilisés ? (Ex : Communiqué de presse ; interview journalistes presse locale ; Affiches ; Flyers ; Posts ; Vidéos)	Faut-il organiser une COMMUNICATION SUR ROTARY ET ACTION pendant l'action ? — Si oui, sous quel format ? (Ex : présentation ; vidéo)	Quels OUTILS DE COMMUNICATION seront utilisés ? (Ex : Communiqué de presse ; interview journalistes presse locale ; Posts ; Vidéos)
Quels MEDIAS DE COMMUNICATION INTERNE seront utilisés ? (Ex : Sites internet ; Réunion statutaire ; Bouche à oreille ; District Info)	Faut-il un Cocktail offert à l'issue de l'action ?	Quels MEDIAS DE COMMUNICATION INTERNE seront utilisés ? (Ex : Sites internet ; Réunion statutaire ; District Info)
Quels MEDIAS DE COMMUNICATION EXTERNE seront utilisés ? (Ex : Réseaux sociaux; Affichage ; Presse écrite, radios, TV locale)	Faut-il organiser une VENTE SUR PLACE DE BILLETSRESTANTS ?	Quels MEDIAS DE COMMUNICATION EXTERNE seront utilisés ? (Ex : Réseaux sociaux; Presse écrite ; radios, TV locale)
Quelles RESSOURCES sont nécessaires ? (Ex : équipe, budget, outils)		Des REMERCIEMENTS sont-ils prévus ? (Ex : membres du/des clubs, sponsors, partenaires).

Un communiqué de presse a-t-il été préparé ?

Voir la **fiche technique** en annexe 2 (établie par Lionel Rieulier). L'objectif du tableau ci-dessous est d'aider à déterminer les éléments du contenu. Les 7 1^{ères} questions reprennent celles posées dans la partie 1, avec des réponses qui seront celles apportées dans cette partie. La 8^{ème} sous le tableau, concerne la personne à contacter.

QUI	
QUOI	
OÙ	
QUAND	

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

COMMENT	
COMBIEN	
POURQUOI	

Quel est le contact pour cette Action (nom, prénom, mail, tél) ?

Quelle(s) photo(s) souhaite-t-on montrer pour la communication de l'action ?

3. Faire le bilan de l'action et le cas échéant de l'opération

Action	Opération
– Quels sont les résultats concrets pour le(s) bénéficiaire(s) (matériel offert, services rendus...) ? ¹	
– Quel est l'impact pour le(s) bénéficiaire(s) ? ²	
– Quel est le bilan financier de l'action (dépenses totales pour l'action) ?	– En cas de don financier, quel est la valeur financière du don ? – Quel est le bilan financier de l'opération (recettes totales de la collecte de fonds affectée à l'action)
– Combien d'heures de bénévolat consacrées à l'action ?	– Combien d'heures de bénévolat consacrées à l'opération ?
Quel est l'impact pour le Rotary ? ³ <ul style="list-style-type: none"> • Quel est le nombre de rotariens impliqués ? • Quel est le nombre de participants non rotariens ? • Quel est le bilan de la communication interne (site internet club, District info, Rotary Mag...) ? • Quel est le bilan de la communication externe (réseaux sociaux, presse écrite, radio, télé...) ? 	
Les remerciements aux participants, aux intervenants, aux partenaires sont-ils envoyés ?	

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

Les **enseignements** de l'organisation, la conduite, la communication, et les résultats de l'action ont-ils été tirés ?

- Points forts ?
- Points faibles ?
- Améliorations possibles ?

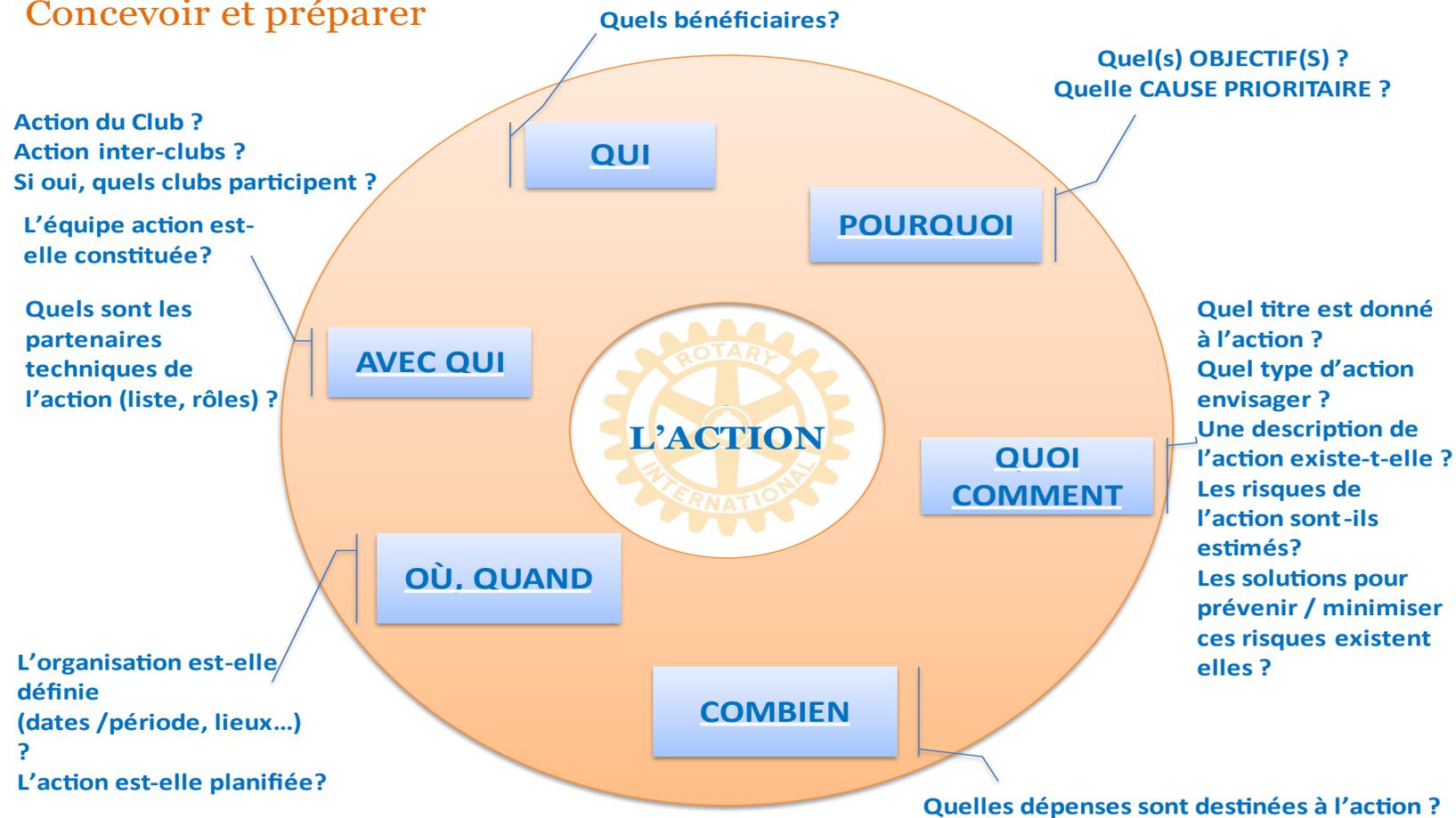
En cas de 1^{ère} action, peut-on la rééditer ?

1. Sauf exception, pour une action donnée nécessitant une opération, les résultats (et l'impact) pour les bénéficiaires sont ceux de l'action et de l'opération.
2. Pour le RI, l'impact se définit comme *le changement positif à court et moyen terme résultant de l'action* ; en cas d'actions répétées, il intègre le bilan des actions précédentes.
3. Augmenter l'impact pour le Rotary est une priorité pour le RI. En pratique, il s'agit *d'optimiser la portée de nos actions, en **faisant savoir** les objectifs, le travail et les résultats de nos actions (« dire ce que l'on fait »), **en interne**, et **en externe**.*

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

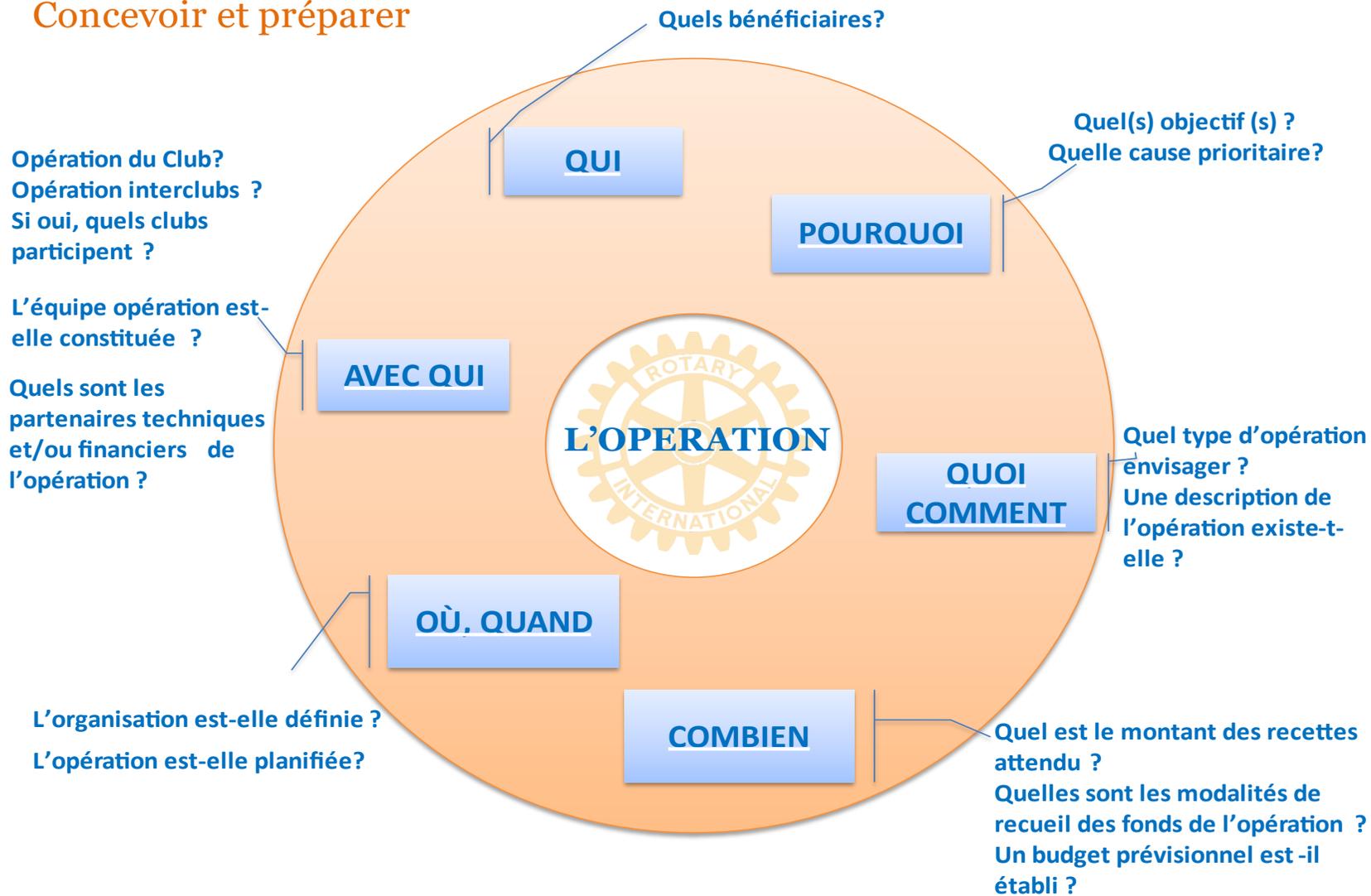
Annexe 1. Concevoir et préparer action et opération : version graphique

Concevoir et préparer



PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

Concevoir et préparer





Annexe 2. Fiche technique Communiqué de presse (réalisée par Lionel Rieulier)



LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Qu'est-ce qu'un communiqué de presse ?

Un communiqué de presse est un document concis destiné aux journalistes pour diffuser des informations sur un événement spécifique.

Comment rédiger votre communiqué de presse ?

Un communiqué de presse n'excède pas **1 à 2 pages Word**. Il répond aux 7 questions suivantes : Qui ? Quoi ? Où ? Comment ? Pour quoi ? À Quand ? Combien ? Qui contacter pour plus d'infos ?

Trouvez un titre irrésistible

Le succès de votre communiqué de presse réside dans votre titre. L'objectif est de le rendre captivant et engageant en utilisant des verbes d'action, un langage clair et compréhensible, tout en restant simple et court.

Quel forme ?

Pour faciliter la lisibilité de votre communiqué de presse, il est recommandé d'aérer le texte en utilisant des titres et des sous-titres, les infos clés en gras. N'oubliez pas d'indiquer la date du communiqué et, si nécessaire, la date de l'annonce effective.

Quel fond ?

Présentez une seule nouveauté par communiqué de presse, en évitant les superlatifs tels que "exceptionnel" ou "magnifique". L'objectif d'un communiqué de presse est de transmettre de l'information, pas de faire de la publicité promotionnelle. Pour cela, il existe d'autres outils tels que les campagnes publicitaires.

Réalisé par Lionel Rieulier



Le communiqué de presse doit donner envie de vous publier ou de vous contacter pour en savoir plus.

	Lieu, date
COMMUNIQUÉ DE PRESSE	
Un titre accrocheur Un slogan explicite, qui donne envie de lire le CP	
Introduisez votre idée. C'est votre occasion d'intéresser le journaliste (Comment cela a-t-il pu se produire?). Un journaliste publie ce qu'il juge intéressant pour ses lecteurs.	
VISUEL Ajoutez une photo évocatrice avec le fichier haute définition en pièce jointe. Indiquez les droits.	DEVELOPPEMENT Donnez des infos concrètes et intéressantes (dates, lieux, raisons, statistiques) QQQQCCP. Evitez les superlatifs et les poncifs.
LISIBILITÉ Titres, paragraphes, infos principales en gras. Le journaliste publiera des informations impartiales & objectives. <ul style="list-style-type: none">• Des opinions tranchées• Des chiffres d'études• Des avis d'experts• Des métaphores, petites phrases, formules... qui vont marquer les esprits• Des exemples de clients, d'utilisateurs, de bénéficiaires (idéalement qui puissent être interviewés par le journaliste)	
QUI ÊTES-VOUS ? Titres, paragraphes, infos principales en gras.	
Ajoutez des éléments multimedia comme des vidéos, des liens vers des documents PDF, site web... qui rendent votre CP plus attractif.	
COORDONNÉES, PERSONNE À CONTACTER Nom prénom, Téléphone, e-mail Mentionnez son expertise, donnez envie de l'interviewer.	

Réaliser un bon communiqué de presse, c'est bien...

proposer un sujet qui intéresse les journalistes et ses lecteurs, c'est mieux...



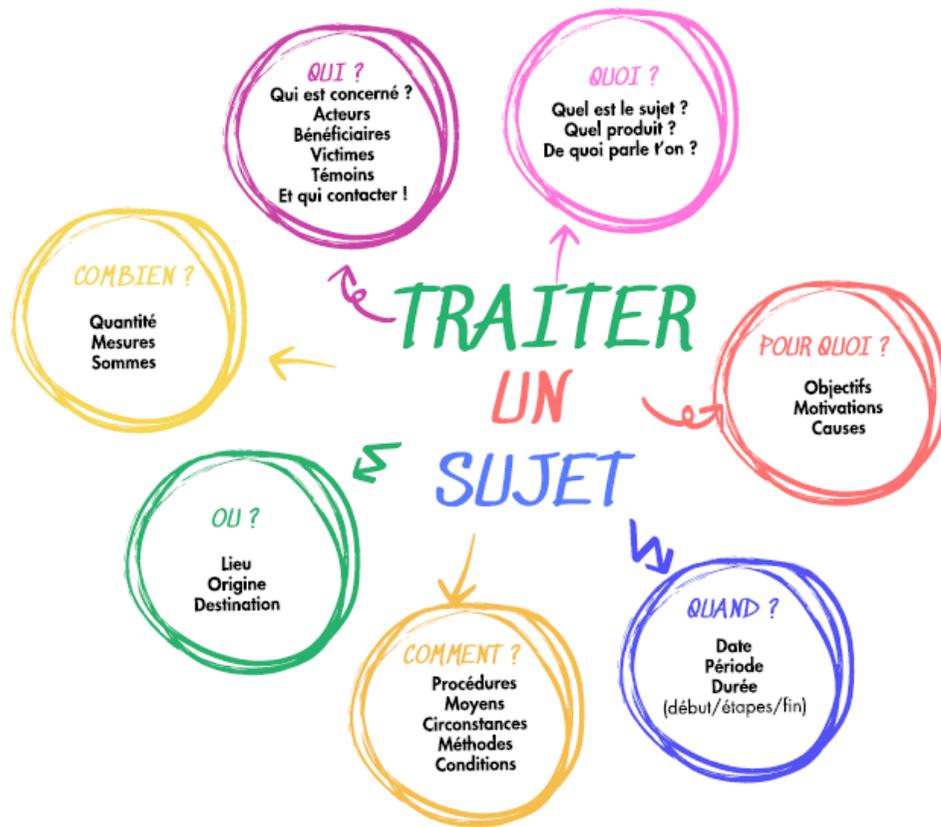
ASTUCE

Puisez vos idées de trame en ayant recours à l'intelligence Artificielle (Tchat GPT).



La publication du communiqué de presse sur LinkedIn, Facebook, site web... est devenue incontournable.

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB



Réalisé par Lionel Rieulier

Partie 1

Partie 2

Lieu, date

LOGO COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Un titre accrocheur

Un slogan explicite qui donne envie de lire le CP

INTRODUISEZ VOTRE IDÉE.
C'est votre occasion d'intéresser le journaliste (Comment cela a t'il pu se produire?).
Un journaliste publie ce qu'il juge intéressant pour ses lecteurs.

VISUEL
AJOUTEZ UNE **évoquez** le fichier haute définition en pièce jointe. Indiquez les droits.

DEVELOPPEMENT
DONNEZ DES INFOS CONCRÈTES ET INTÉRESSANTES (DATES, LIEUX, RAISONS, STATISTIQUES) **ÉVITEZ LES SUPERLATIFS ET LES PRINCIPALES**

LISIBILITÉ
TITRES, PARAGRAPHES, INFOS PRINCIPALES EN GRAS.
Le journaliste publiera des informations impartiales & objectives.

- Des opinions tranchées
- Des chiffres d'études
- Des avis d'experts
- Des métaphores, petites phrases, formules... qui vont marquer les esprits
- Des exemples de clients, d'utilisateurs, de bénéficiaires (idéalement qui puissent être interviewées par le journaliste)

QUI ÊTES-VOUS ?
TITRES, PARAGRAPHES, INFOS PRINCIPALES EN GRAS.

Ajoutez des éléments multimedia comme des vidéos, des liens vers des documents PDF, site web... qui rendent votre CP plus attractif.

**COORDONNÉES,
PERSONNE À CONTACTER**
NOM, PRÉNOM, TÉLÉPHONE, E-MAIL
Mentionnez son expertise, donnez envie de l'interviewer

PENSE-BÊTE de l'ACTION DE CLUB

LE ROTARY VA ÉRADIQUER LA POLIO DANS LE MONDE !



QUI ?

Qui est concerné ?
Acteurs / Bénéficiaires
Et qui contacter !

Le **Rotary**



QUOI ?

Quel est le sujet ?
De quoi parle l'on ?

Le Rotary participe à l'**éradication de la polio**



OU ?

Lieu
Origine
Destination

Le Rotary participe à l'éradication de la polio **dans le monde**



POUR QUOI ?

Objectifs
Motivations
Causes

Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde, **afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie.**



COMMENT ?

Procédures / Moyens
Circonstances
Méthodes / Conditions

Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde **en vaccinant**, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie.



COMBIEN ?

Quantité
Mesures
Sommes

Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde, en vaccinant **400 millions d'enfants**, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie.



QUAND ?

Date
Période
Durée

Depuis 1985, le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde, en vaccinant **400 millions d'enfants chaque année**, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie **dans les 3 ans qui viennent.**

TRAITER
D'UN SUJET



Réalisé par Lionel Rieulier