



## PLACE A L'ACTION — REPONSES A VOS QUESTIONS

### PLACE À L'ACTION. DE QUOI S'AGIT-IL ET QUELLES EN SONT LES RAISONS ?

Place à l'action est le nom donné à la dernière campagne d'image publique du Rotary — la prochaine étape de notre initiative de redynamisation de la marque afin d'illustrer ce qu'est le Rotary pour ceux qui ne le connaissent pas.

Si notre nom est relativement connu, nos dernières enquêtes montrent que trop de membres et de donateurs potentiels ne comprennent pas bien ce qu'est le Rotary. Ils ne connaissent pas nos causes ni notre travail au service des autres. Environ, 60 pour cent des sondés affirment ne pas connaître l'existence de Rotary clubs.

La campagne Place à l'action vise à renforcer l'image du Rotary partout dans le monde et à expliquer au public ce que fait le Rotary. Nous voulons motiver et impliquer les membres actuels et potentiels ainsi que les donateurs, les partenaires et les sympathisants. Cela prendra du temps, mais cette campagne nous permettra de montrer au monde que nous faisons place à l'action.

### QUELS SONT LES SUPPORTS DE CETTE CAMPAGNE ?

Un large éventail de supports sera progressivement disponible dans le [Brand Center](#). Les premiers sont les suivants :

- Publicités pour la presse écrite
- Graphiques à partager sur les réseaux sociaux
- Vidéos
- Directives de la campagne
- Publicités pour le web
- Modèles pour concevoir vos propres publicités avec des photos de votre club en action

Rendez-vous régulièrement dans le Brand Center pour découvrir de nouveaux supports, notamment ceux qui seront conçus pour la radio, les transports en commun ou l'affichage.

## **OÙ PUIS-TROUVER LES SUPPORTS DE LA CAMPAGNE PLACE À L'ACTION ? UN CR-ROM POURRA-T-IL ÊTRE COMMANDÉ À LA BOUTIQUE EN LIGNE DU ROTARY ?**

Tous les supports pourront être téléchargés gratuitement via le [Brand Center](#). La boutique en ligne du Rotary ne proposera aucun support à la vente.

## **LES CLUBS ET DISTRICTS POURRONT-ILS MODIFIER CES SUPPORTS ?**

Absolument. La campagne a été conçue de manière à ce que les clubs et districts puissent facilement adapter les supports. Les directives disponibles dans le Brand Center expliquent point par point comment concevoir ses propres annonces. Elles incluent également des conseils pour choisir des photos pour les publicités.

## **COMMENT LE ROTARY INVESTIT-IL DANS SON IMAGE PUBLIQUE ?**

Les campagnes publicitaires ont deux aspects engendrant des coûts : la conception d'annonces et leur diffusion. Grâce à leurs contacts locaux, les clubs sont bien placés pour négocier des encarts à moindre coût ou gratuits. Pour sa part, le Rotary investira dans la conception d'annonces et d'autres supports de communication, mais n'apportera pas d'aide financière à la diffusion.

## **QUELLE AIDE OFFRIREZ-VOUS AUX CLUBS OU AUX DISTRICTS QUI NE CONNAISSENT PAS LE MILIEU PUBLICITAIRE ? PROPOSEZ-VOUS DES RESSOURCES POUR AIDER LES CLUBS À UTILISER, ADAPTER ET DIFFUSER DES PUBLICITÉS ?**

Les ressources comprennent des directives qui proposent des conseils pour élaborer un plan média, acheter des encarts publicitaires et obtenir des encarts gratuits. Les dirigeants de club et de district seront également formés sur les plans média.

## **QUELLES SONT LES PERSONNES ET LES ACTIONS FIGURANT DANS LA CAMPAGNE ?**

La première vidéo met en scène de vrais Rotariens américains et brésiliens dans la cadre de véritables actions. Progressivement, nous concevrons d'autres supports similaires avec des Rotariens et des actions d'autres pays.

## **MON CLUB OU DISTRICT PEUT-IL FIGURER DANS LA CAMPAGNE ? NOUS AVONS D'EXCELLENTS EXEMPLES POUR ILLUSTRER LE SLOGAN PLACE À L'ACTION.**

Vous pouvez nous écrire à [globalcommunications@rotary.org](mailto:globalcommunications@rotary.org).

## **QUI PEUT RÉPONDRE À MES QUESTIONS SUR PLACE À L'ACTION ?**

Adressez vos questions générales à [pr@rotary.org](mailto:pr@rotary.org). Pour la mise en page, écrivez à [graphicdesign@rotary.org](mailto:graphicdesign@rotary.org) et pour la localisation, adressez-vous à [globalcommunications@rotary.org](mailto:globalcommunications@rotary.org).

Si vous avez besoin d'aide pour utiliser le Brand Center, remplissez le [formulaire](#) qui se trouve dans Mon Rotary. Sélectionnez Brand Center comme objet.

Pour en savoir plus, consultez les directives de la campagne.