

ZONE
24 E

SEPTEMBER/ SEP-
TEMBRE 2017

Public Image
Newsletter

Image publique

TOGETHER, WE

INSPIRE

Rotary



PEOPLE OF ACTION

NOTE FROM THE RPIC

This month's newsletter is all about gearing up!



Carrie Jones
RPIC 24 E

Share Your Story With the World

This month's newsletter is about sharing your stories with the world. Let the world know why Rotary is different. Rotarians all bring their own personality, quirks, professional expertise and integrity to every project they tackle. Rotarians are local, but the projects we explore are so much more. We make a difference to the world. We inspire our friends. We help our neighbors. We use all the resources we can to make the world a better place.

Our solutions are sustainable. Our thinking is fresh.

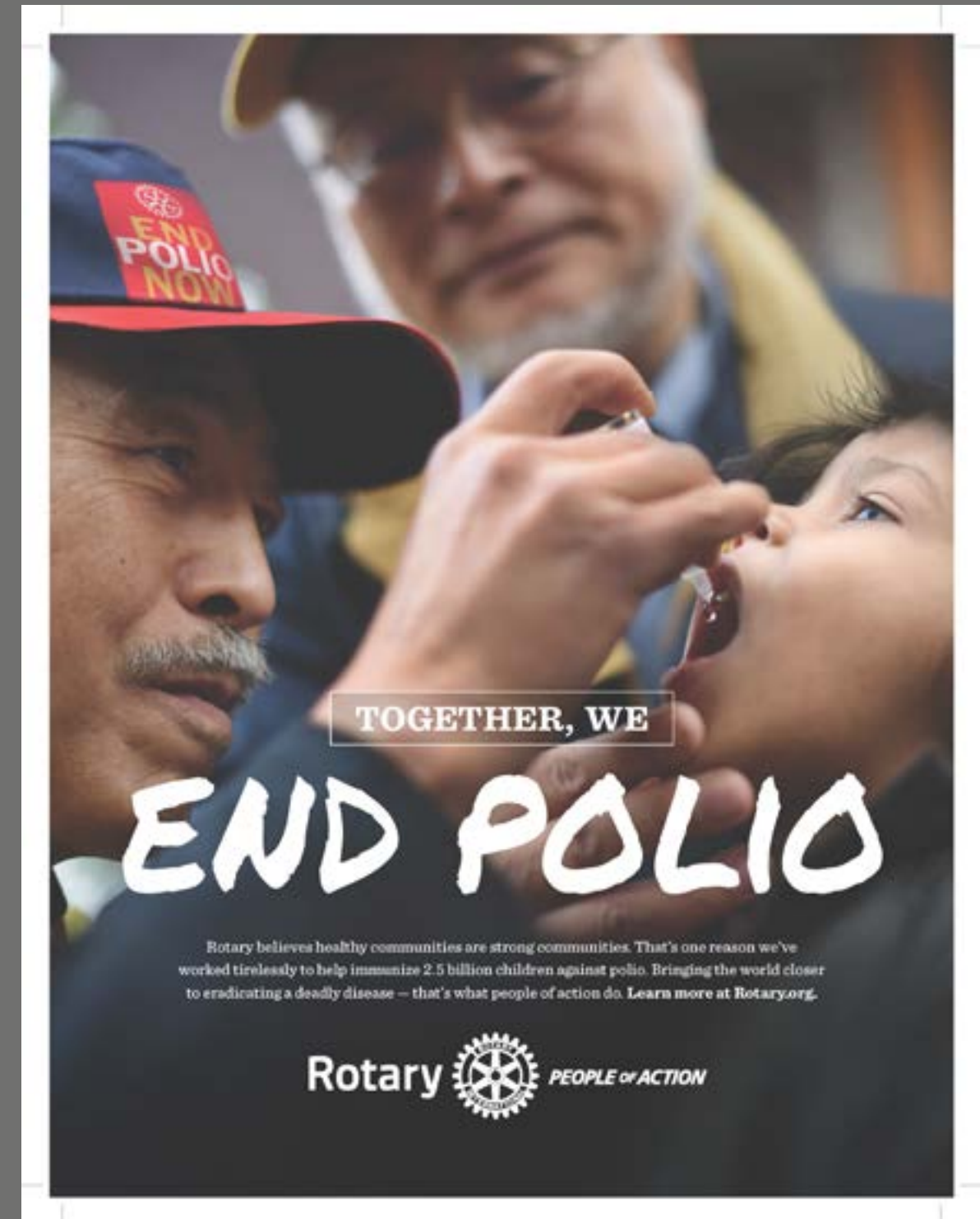
It's time to let the world know how amazing Rotary is, so others can join us and make a difference for good.

You might have noticed that I've changed the format for the newsletter. Hopefully, you'll find it more enjoyable. Thank you for your patience as I explore new ways to share information with all of you. Also, this month, I'm including both English and French versions in one newsletter, by alternating the format pages. So, if you think you're seeing double, just peer a little more closely. You're just seeing another language.

This newsletter has three major areas of focus:

1. Our new People of Action campaign.
2. Polio Preparation
3. Using Video and Rotary Resources

As always, please let me or ARPIC Brian Thompson know if you'd like personalized or district-wide training on any subject or if you have any questions or concerns about public image. Our whole point as public image coordinators is to help you. My email is carriejonesbooks@gmail.com and Brian can be reached at rotarybriant@gmail.com



NOTE DU RPIC

Le bulletin de ce mois porte sur la préparation!



Carrie Jones
RPIC 24 E

PARTAGEZ VOTRE HISTOIRE AVEC LE MONDE

Laissez le monde savoir pourquoi Rotary est différent. Les Rotariens apportent leur propre personnalité, leurs souplesses, leur expertise professionnelle et leur intégrité à chaque projet auquel ils s'attaquent. Les Rotariens sont locaux, mais les projets que nous explorons sont beaucoup plus nombreux. Nous faisons une différence dans le monde. Nous inspirons nos amis. Nous aidons nos voisins. Nous utilisons toutes les ressources possibles pour rendre le monde meilleur.

Nos solutions sont durables. Notre réflexion est fraîche.

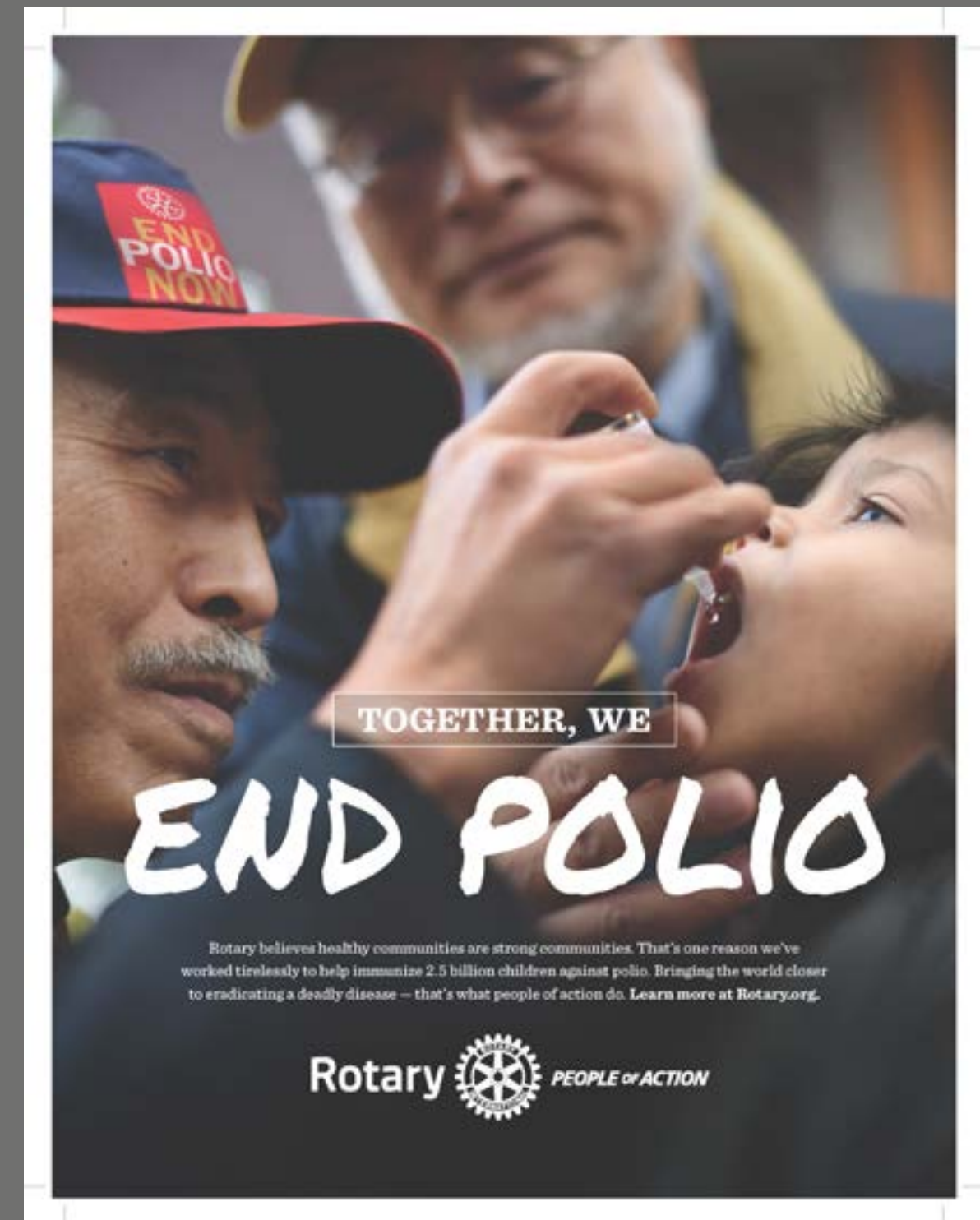
Il est temps de laisser le monde savoir quel incroyable Rotary est, afin que d'autres puissent nous rejoindre et faire la différence pour de bon.

Vous avez peut-être remarqué que j'ai changé le format de la newsletter. J'espère que vous le trouverez plus agréable. Merci de votre patience en explorant de nouvelles façons de partager des informations avec vous tous. En outre, ce mois-ci, j'inclus des versions anglaise et française dans un bulletin d'information, en alternant les pages de format. Donc, si vous pensez que vous voyez le double, regardez un peu plus attentivement. Vous voyez simplement une autre langue.

Ce bulletin d'information comporte trois grands domaines d'intérêt:

1. Notre nouvelle campagne People of Action.
2. Préparation de la polio
3. Utilisation de la vidéo et des ressources du Rotary

Comme toujours, laissez-moi ou ARPIC Brian Thompson savoir si vous souhaitez une formation personnalisée ou à l'échelle du district sur n'importe quel sujet ou si vous avez des questions ou des préoccupations concernant l'image publique. Notre point de vue en tant que coordonnateur public d'image est de vous aider. Mon email est carriejonesbooks@gmail.com et Brian peut être contacté à rotarybriant@gmail.com



FEATURED

PEOPLE OF ACTION: CAMPAIGN

Promoting the Public Image of Rotary - Rotary Staff

People of Action, our new public image campaign, is the next step in our global brand strengthening initiative. The multiyear campaign brings the Rotary story to life in a way that narrows the gap between public awareness of Rotary and understanding what Rotary does.

Although three quarters of the general public know our name, our most recent research tells us that the public still doesn't really understand Rotary. They don't know what we stand for and aren't familiar with any Rotary programs. They don't know what we do in local communities and are not even aware of the role we have played in the effort to end polio. In fact, nearly 60 percent of those surveyed said they were unaware that a Rotary club exists in their own community.

The People of Action campaign aims to bring the Rotary story to life for those who don't know us, by showing Rotarians as the people of action we are: Leaders who work together in communities to inspire, transform, connect and celebrate what's possible. This campaign also motivates, engages, and inspires current and prospective members, as well as donors, partners, and supporters.

CAMPAIGN MATERIALS

People of Action campaign materials will be available on the Rotary Brand Center in late 2017, at rotary.org/brandcenter. Materials will be added periodically and include:

- Videos
- Print ads
- Outdoor ads
- Online ads
- Radio ads and scripts
- Social media graphics
- Campaign guidelines

- Campaign style guide and guidelines

GETTING STARTED

We developed multiple People of Action ads in all Rotary languages. We also created templates that you can customize with local images and content, if you prefer to use an ad that's specific to your own Rotary club and story. For more information, be sure to check Brand Center for the People of Action campaign guidelines, coming soon.

PLACEMENT

As a Rotarian, you are also a Rotary brand ambassador. Help us tell the story of Rotary and how we are people of action for communities around the globe. Here's what you can do:

- Know where to go. Whether you're creating ads or signs, or need to direct another Rotarian to help, you will find what you need at the Brand Center. All the materials for the new ad campaign, as well as other public image resources, will be there soon.
- Seek design and planning help, if needed. Organize a group of skilled Rotarians with marketing experience to localize the materials for your community — or work with a local graphic designer or agency. Just as important: develop a media plan to place the new public image ads online and in traditional media, like newspapers, magazines, and billboards. Guidelines for creating media plans will be posted on the Brand Center in late 2017.
- Encourage others to use the campaign materials. Once the campaign materials are posted at the Brand Center, you can start by reading the campaign guidelines document for

tips on making the best use of People of Action.

• Share success stories. We want to hear your stories! Once you've used the materials locally, tell us your story, and show us pictures, of how you used People of Action. We may feature it in internal global promotions. Write to Global Communications staff at globalcommunications@rotary.org.

QUESTIONS?

Head to the Brand Center for campaign guidelines, tools, and materials in late 2017. Check as materials will be updated throughout the multiyear campaign. Contact the marketing team regularly, pr@rotary.org with campaign questions or graphicdesign@rotary.org for design help.



*Here's how you can help:

Go to Rotary.org/brandcenter

[Download](#) the People of Action campaign assets

Share materials with club members

Particularly advertising professionals who can help place ads locally

Collaborate with your district leaders

Work with your district public image coordinator for additional guidance

Use social media

Share campaign videos and graphics on your Facebook and Twitter accounts

Tell us your success stories! Where? pr@rotary.org

WHO ARE WE?

PEOPLE OF ACTION



Unveiling People of Action

By Rotary staff

We were excited to reveal a new public image campaign, People of Action, at this year's Rotary International Convention in Atlanta, Georgia, USA. As Rotarians from all over the world came to Atlanta, they experienced and learned about this global campaign for the first time at the convention, held at Atlanta's Georgia World Congress Center, 10-14 June 2017.

Convention attendees were greeted by new People of Action advertisements on billboards at the airport and around the city of Atlanta. At the venue, the ads are prominently displayed in the convention halls—on the windows and banners throughout the conference center.

There was also a full agenda to help introduce and inform Rotarians about the new campaign. During the plenary session, John Smarge, chair of the communications committee, showed the campaign video and talked about this campaign as an important next step in promoting awareness and understanding of Rotary, as well as the impact Rotarians make around the world.

Rotary's social media team will publish the People of Action campaign on its Rotary channels in all Rotary languages.

There were also two breakout sessions that will include information about the campaign. A session ran on Wednesday afternoon in Rooms B304-305: Becoming an Effective Rotary Communicator and Promoting Rotary in Your community. Whether you attended this year's convention or stayed home, it's a good time to start planning for how your club and district will use the People of Action campaign ad to promote Rotary in your community.

PERSONNES D'ACTION: CAMPAGNE

Promouvoir l'image publique du Rotary - Personnel du Rotary

People of Action, notre nouvelle campagne d'image publique, est la prochaine étape de notre initiative de renforcement de la marque mondiale. La campagne pluriannuelle fait ressortir l'histoire du Rotary d'une manière qui réduit l'écart entre la sensibilisation du public au Rotary et la compréhension de ce qu'est Rotary.

Bien que les trois quarts du grand public connaissent notre nom, notre recherche la plus récente nous dit que le public ne comprend toujours pas le Rotary. Ils ne savent pas ce que nous défendons et ne connaissons pas les programmes du Rotary. Ils ne savent pas ce que nous faisons dans les communautés locales et ne sommes même pas conscients du rôle que nous avons joué dans l'effort de mettre fin à la polio. En fait, près de 60 pour cent des personnes interrogées ont déclaré ne pas savoir qu'un club Rotary existe dans leur propre communauté.

La campagne People of Action vise à faire vivre l'histoire du Rotary pour ceux qui ne nous connaissent pas, en montrant les Rotariens en tant que personnes d'action: des leaders qui travaillent ensemble dans les communautés pour inspirer, transformer, se connecter et célébrer ce qui est possible. Cette campagne motive, engage et inspire les membres actuels et potentiels, ainsi que les donateurs, les partenaires et les partisans.

MATÉRIEL DE CAMPAGNE

Le matériel de la campagne People of Action sera disponible sur le Rotary Brand Center à la fin de l'année 2017, à rotary.org/brandcenter. Les documents seront ajoutés périodiquement et comprennent:

- Vidéos
- Annonces imprimées

- Annonces extérieures
- Annonces en ligne
- Annonces radio et scripts
- Graphique des médias sociaux
- Lignes directrices de campagne
- Guide et lignes directrices sur le style de campagne

PRISE EN MAIN

Nous avons développé plusieurs publicités People of Action dans toutes les langues du Rotary. Nous avons également créé des modèles que vous pouvez personnaliser avec les images et le contenu locaux, si vous préférez utiliser une publicité spécifique à votre propre Rotary Club et votre histoire. Pour plus d'informations, assurez-vous de vérifier les directives de la campagne Brand of the People of Action, à venir.

PLACEMENT

En tant que rotarien, vous êtes également un ambassadeur de la marque Rotary. Aidez-nous à raconter l'histoire du Rotary et comment nous sommes des personnes d'action pour les communautés du monde entier. Voici ce que vous pouvez faire:

- Savoir où aller. Que vous créiez des annonces ou des panneaux, ou que vous ayez besoin d'un autre Rotarien pour vous aider, vous trouverez ce dont vous avez besoin au Brand Center. Tous les matériaux de la nouvelle campagne publicitaire, ainsi que d'autres ressources d'image publique, seront bientôt disponibles.
- Chercher l'aide à la conception et à la planification, si nécessaire. Organisez un groupe de Rotariens qualifiés ayant une expérience de marketing pour localiser les matériaux pour votre communauté ou travailler avec un gra-

phiste ou une agence locale. Tout aussi important: développez un plan média pour placer les nouvelles publicités publicitaires en ligne et dans les médias traditionnels, comme les journaux, les magazines et les panneaux publicitaires. Les lignes directrices pour la création de plans médiatiques seront affichées sur le Brand Center à la fin de 2017.

QUESTIONS?

Rendez-vous au Centre de la marque pour les lignes directrices, les outils et les documents de la campagne à la fin de 2017. Vérifiez que les documents seront mis à jour tout au long de la campagne pluriannuelle. Contactez le marketing thé bma cakt régulièrement, pr@rotary.org avec des questions de campagne ou graphicdesign@rotary.org pour l'aide à la conception.



QUI SOMMES-NOUS?

Personnes d'action



Dévoiler des gens d'action

[Personnel du Rotary](#)

Nous étions ravis de révéler une nouvelle campagne d'image publique, People of Action, lors de la Convention internationale du Rotary International de cette année à Atlanta, en Géorgie, aux États-Unis. Au fur et à mesure que les Rotariens du monde entier venaient à Atlanta, ils ont connu et connu cette campagne mondiale pour la première fois lors de la convention, tenue au Centre des congrès mondial de Géorgie d'Atlanta, du 10 au 14 juin 2017.

Les participants à la Convention ont été salués par de nouvelles publicités People of Action sur des panneaux d'affichage à l'aéroport et dans la ville d'Atlanta. Sur le lieu de rendez-vous, les annonces sont affichées en évidence dans les salles de congrès - sur les fenêtres et les bannières à travers le centre de conférences.

Il y avait également un programme complet pour aider à présenter et informer les Rotariens au sujet de la nouvelle campagne. Au cours de la séance plénière, John Smarge, président du comité des communications, a montré la vidéo de la campagne et a parlé de cette campagne comme une prochaine étape importante dans la promotion de la sensibilisation et de la compréhension du Rotary, ainsi que de l'impact que les Rotariens font dans le monde entier.

L'équipe des médias sociaux du Rotary publiera la campagne People of Action sur ses canaux rotatifs dans toutes les langues du Rotary.

Il y a eu aussi deux séances qui incluent des informations sur la campagne. Une séance a eu lieu mercredi après-midi dans les salles B304-305: devenir un communicateur rotary efficace et promouvoir le Rotary dans votre communauté

Que vous ayez assisté à la convention de cette année ou que vous soyez resté à la maison, c'est un bon moment pour commencer à planifier la façon dont votre club et votre district utiliseront l'annonce de campagne People of Action pour promouvoir le Rotary dans votre communauté.

* Voici comment vous pouvez aider:

[Aller à Rotary.org/brandcenter](http://rotary.org/brandcenter)

Télécharger les actifs de la campagne People of Action

Partagez les matériaux avec les membres du club

Particulièrement des professionnels de la publicité qui peuvent aider à localiser les publicités localement

Collaborez avec vos dirigeants de district

Travaillez avec votre coordonnateur de l'image public du district pour obtenir des conseils supplémentaires

Utiliser les médias sociaux

Partagez des vidéos et des graphiques sur votre compte Facebook et Twitter

Dites-nous vos réussites! Où? Pr@rotary.org

EXAMPLE

Here's an example of a People of Action News Story: How Do You Fight Cancer? One Boat at a Time.

BAR HARBOR – Sometimes sadness motivates goodness and worry creates positive action. That's how it has been for the family of Trish Corliss who was diagnosed with ovarian cancer in 2012. After a terrible year of treatment in which one of her ovaries was removed, Trish and her family decided to try to use her experience and help others.

Trish's mother-in-law, Bar Harbor Rotarian Nancy Corliss, has focused her own efforts on fundraising against cancer. For three years, Nancy has embodied Rotary motto of "being a gift to the world," as she organizes the Sunday, September 20th's, Fill a Boat for Stand Up To Cancer.

When she was 33, Trish Corliss had just given birth to daughter Gracie. Three weeks after Gracie's arrival, doctors told Trish that she had cancer. Stand Up to Cancer states that 1 in 2 men and 1 in 3 women will be diagnosed with cancer. They raise money for research. The Corliss family is part of that fundraising.

"Trish chose the organization of Stand up to Cancer because of their philosophy of bringing the best doctors and scientists together under one organization to share the research and hopefully come to collective better results," Nancy said.

When Nancy learned of Trish's cancer, she felt somewhat powerless. Trish began fundraising for others to help pay-it-forward, Nancy said. Nancy wanted to be part of that effort, which she explained one day to Gary Fagan of Acadian Nature Cruises.

"He said, 'Fill a boat,'" Nancy recalls. "I said, 'What?' And he said, 'Fill my boat.'"

So they did. For the past three years, Fagan has donated a 100-passenger boat for a two-hour cruise around Frenchman's Bay. People buy tickets, listen to music, stare at the fall foliage, and seals, all while helping to fight

against cancer. All of the proceeds go to Stand Up To Cancer- Team Joyful Hope.

As Trish wrote in her blog, Mommy Beats Cancer, "I don't want to wait on the world to change. I want to change it. There is a whole world of fighters and survivors out there I had NO IDEA about until I got sick. To me it is such a shame that our society doesn't know how amazing, inspiring, and strong this network of people is. I want to change this."

The Corliss family seems never like the kind of people who wait for the world to change; they want to make it change themselves. Not only has Nancy worked tirelessly on the Fill a Boat and Stand Against Cancer, she's donated Beanie Babies to children across the world, been a pivotal force for good in the MDI/Bar Harbor Rotary Club, worked in food pantries, pancake breakfasts, promoted literacy, fought to feed hungry kids, and many other good works. Fill A Boat remains one of her passions especially as she celebrates Trish's new pregnancy. She is due in November, a testament to her survivor's story.

Nancy remains excited about continuing to pay-it-forward after Trish's recovery. "This year's event is September 20th, at 4PM. They board at the Atlantic Oceanside. There will be lots of food. It is BYOB, and yes, people do bring wine and beer. The best part of the trip is not only the boat ride and beautiful scenery, but the fun time and lots of folks sharing their friendship and stories of dealing with cancer. There is never anyone on the trip that has not been faced with cancer issues."

Nancy credits her Rotary club for support. To find out more about Rotary and how people of action make a difference, joining together leaders who take action and make positive change visit www.rotary.org

You can call 288-3334 to reserve space.



VIDEO

"Video is perfect for Rotarians because it provides a vibrant platform to show our hearts."

Video marketing used to be an option. Now, it's essential and Rotarians are using video for both internal and external public image. District 7820 has consistently used video to market its conferences.

According to Richard Tiland, CEO of New Evolution Video in a piece for Forbes Magazine, "We need video to market and sell product, promote new ideas and share beliefs. Since video appeals to both sight and sound in a quick burst of stimulation, it captures the attention of the viewer and makes a lasting impression."

That's exactly what happens in the yearly videos of District 7820. After panoramic shots of the Canadian coastline, this year's conference video begins with District Governor Donald Sword and his wife, Pat, sitting on a loveseat enthusiastically welcoming potential conference goers.

The district uses videos to reach far-flung members and the bigger world of YouTube.

"Given the demographic, distance, and diversity of this district, it was a way to highlight the areas, clubs involved and themes. It was a "virtual" invitation that could be used throughout the year leading up to the conference," said Kathryn Atkin, co-chair of the district's conference committee.

Not only is the video collaboration good for public image and for drumming up attendance at the district conferences, it's also a project that brings Rotarians closer together. Videos are tools being created in different zones to expressly train geographically-distant members. Zone 32 is currently working on this as well as video membership promotions. They aren't alone. Lincoln Ehrlenbach a district governor in Zone 24 E just created a video to promote a five-district summit next May. His involved a lot of dancing.

Conferences have produced videos in a variety of ways. Each reflects both the personality and quirks of each district governor as well as the conference film production team. The videos bring faces to both the district and the conference, telling their own stories in unique ways. Donald's video was debuted at this year's

conference as a virtual invitation and promotion to attend. It has now been uploaded to the District YouTube page and shared with all clubs in the district.

"It remains one of my District Governor year priorities to develop sustainable district PI strategies and to make PI a priority in our clubs," Donald said.

This latest video was created in six weeks.

"This was a very short time frame for such a project and required dedication and availability of people, places and equipment. All involved were very understanding of the time frames and necessity of making time sensitive decisions that were in the best interest of the video," said Jennifer Crummey.

Leaders coming together to take action in the name of friendship, education, and service is exactly what Rotary is about. The Rotarians of District 7820 learn this every time they make a video.

According to Kathryn, their video created a huge sense of excitement for the conference.

Video is perfect for Rotarians because it provides a vibrant platform to show our hearts. Whether it's about an upcoming conference, good things a club does, membership promotion, or polio eradication, videos allow Rotarians to interact and appreciate each other and our ideals with something that can be both inspiring and fun.



EXEMPLE

Voici un exemple de People of Action News Story: Comment combattez-vous le cancer? Un bateau à la fois.

BAR HARBOR - Parfois, la tristesse motive la bonté et l'inquiétude crée une action positive. C'est ainsi que la famille de Trish Corliss a été diagnostiquée avec un cancer de l'ovaire en 2012. Après une terrible année de traitement dans laquelle un de ses ovaires a été retiré, Trish et sa famille ont décidé d'utiliser son expérience et d'aider les autres.

La belle-mère de Trish, la Rotarienne Bar Harbor Nancy Corliss, a concentré ses efforts sur la collecte de fonds contre le cancer. Depuis trois ans, Nancy a incarné le litige du Rotary de «devenir un cadeau pour le monde», alors qu'elle organise le dimanche 20 septembre, remplissez un bateau pour le cancer.

À l'âge de 33 ans, Trish Corliss venait de donner naissance à la fille Gracie. Trois semaines après l'arrivée de Gracie, les médecins ont dit à Trish qu'elle avait un cancer. Stand Up to Cancer indique que 1 homme sur 2 et 1 femme sur 3 recevront un diagnostic de cancer. Ils collectent de l'argent pour la recherche. La famille Corliss fait partie de cette collecte de fonds.

“Trish a choisi l'organisation de Stand up to Cancer en raison de sa philosophie de réunir les meilleurs médecins et scientifiques au sein d'une même organisation pour partager la recherche et, espérons-le, trouver de meilleurs résultats collectifs”, a déclaré Nancy.

Quand Nancy a appris le cancer de Trish, elle s'est senti un peu impuissante. Trish a commencé à collecter des fonds pour aider les autres à aider à payer, a déclaré Nancy. Nancy voulait faire partie de cet effort, ce qu'elle a expliqué un jour à Gary Fagan of Acadian Nature Cruises.

“Il a dit:” Remplissez un bateau “, rappelle Nancy. “J'ai dit:” Quoi? “Et il a dit:” Remplis mon bateau “.

Ils l'ont fait. Au cours des trois dernières années, Fagan a fait don d'un bateau à 100 passagers pour une croisière de deux heures autour de Frenchman's Bay. Les gens achètent des billets, écoutent de la musique, regardent le feuillage et les phoques tout en aidant à lutter contre le cancer. Tous les profits vont

à Stand Up To Cancer - Team Joyful Hope.

Comme Trish l'a écrit dans son blog, Mommy Beats Cancer: «Je ne veux pas attendre le monde pour changer. Je veux le changer. Il y a tout un monde de combattants et de survivants là-bas, je n'avais AUCUNE IDÉE jusqu'à ce que je me suis malade. Pour moi, il est dommage que notre société ne sache pas à quel point ce réseau de personnes est incroyable, inspirant et fort. Je veux changer cela.”

La famille Corliss ne semble jamais comme le genre de personnes qui attendent que le monde change; Ils veulent qu'ils changent eux-mêmes. Non seulement Nancy a travaillé sans relâche sur le Fill a Boat and Stand Against Cancer, elle a fait don de Beanie Babies à des enfants à travers le monde, a été une force essentielle pour le MDI / Bar Harbor Rotary Club, a travaillé dans des écuries alimentaires, des petits déjeuners au pancake, promu L'alphabétisation, a lutté pour nourrir les enfants affamés, et beaucoup d'autres bonnes œuvres. Fill A Boat reste une de ses passions surtout quand elle célèbre la nouvelle grossesse de Trish. Elle est due en novembre, un témoignage de l'histoire de son survivant.

Nancy reste enthousiaste à l'idée de continuer à payer après avoir récupéré Trish. “L'événement de cette année est le 20 septembre, à 16h. Ils se rendent à Atlantic Oceanside. Il y aura beaucoup de nourriture. C'est BYOB, et oui, les gens apportent du vin et de la bière. La meilleure partie du voyage est non seulement la promenade en bateau et les beaux paysages, mais le temps amusant et beaucoup de gens partageant leur amitié et leurs histoires de cancer. Il n'y a jamais personne sur le voyage qui n'a pas été confronté à des problèmes de cancer.”

Nancy appuie son club Rotary. Pour en savoir plus sur le Rotary et la façon dont les gens d'action font la différence, rejoindre les leaders qui prennent des mesures et font des changements natifs sur www.rotary.org



“La vidéo est parfaite pour les Rotariens car elle offre une plate-forme dynamique pour montrer nos coeurs”.

Le marketing vidéo était une option. Maintenant, il est essentiel et les Rotariens utilisent des vidéos pour l'image publique interne et externe. Le district 7820 a toujours utilisé une vidéo pour commercialiser ses conférences.

Selon Richard Tiland, PDG de New Evolution Video dans une pièce pour Forbes Magazine, «Nous avons besoin de vidéo pour commercialiser et vendre des produits, promouvoir de nouvelles idées et partager des croyances. Puisque la vidéo fait appel à la fois à la vue et au son dans un rapide sifflement, elle capte l'attention du spectateur et fait une impression durable.

C'est exactement ce qui se passe dans les vidéos annuelles du district 7820. Après les prises panoramiques du littora canadien, la vidéo de la conférence de cette année commence avec le gouverneur de district Donald Sword et son épouse, Pat, assise sur un accueil enthousiaste accueillant les éventuels invités de la conférence.

Le quartier utilise des vidéos pour rejoindre les membres éloignés et le monde de YouTube.

“Compte tenu de la démographie, de la distance et de la diversité de ce district, il s'agissait d'une façon de mettre en évidence les domaines, les clubs impliqués et les thèmes. C'était une invitation 'virtuelle' qui pourrait être utilisée tout au long de l'année précédant la conférence,” a déclaré Kathryn Atkin, coprésidente du comité de conférence du district.

Non seulement la collaboration vidéo est bonne pour l'image publique, mais aussi la participation aux conférences de district, c'est aussi un projet qui rapproche les Rotariens. Les vidéos sont des outils créés dans différentes zones pour former expressément des membres géographiquement éloignés. La zone 32 est actuellement en train de fonctionner ainsi que les promotions d'adhésion vidéo. Ils ne sont pas seuls. Lincoln Ehrlenbach, un gouverneur de district de la zone 24 E, vient de créer une vidéo pour promouvoir un sommet de cinq districts en mai prochain. Il a impliqué beaucoup de danse.

Les conférences ont produit des vidéos de différentes façons. Chacun reflète à la fois la

personnalité et les caprices de chaque gouverneur de district ainsi que l'équipe de production de film de conférence. Les vidéos apportent des visages au district et à la conférence, racontant leurs propres histoires de manière unique. La vidéo de Donald a fait ses débuts lors de la conférence de cette année en tant qu'invitation et promotion virtuelles. Il a maintenant été téléchargé sur la page YouTube du district et partagé avec tous les clubs du district.

“Il demeure l'une des priorités de mon district de gouvernance d'élaborer des stratégies de PI durables et de faire de PI une priorité dans nos clubs”, a déclaré Donald.

Cette dernière vidéo a été créée en six semaines.

“Ce fut un délai très court pour un tel projet et a exigé le dévouement et la disponibilité des personnes, des lieux et du matériel. Tous impliqués comprenaient très bien les délais et la

nécessité de prendre des décisions sensibles au temps qui étaient dans le meilleur intérêt de la vidéo », a déclaré Jennifer Crumme.

Les dirigeants qui se rassemblent pour prendre des mesures au nom de l'amitié, de l'éducation et du service sont exactement ce dont parle Rotary. Les Rotariens du district 7820 apprennent chaque fois qu'ils font une vidéo.

Selon Kathryn, leur vidéo a créé un énorme sentiment d'excitation pour la conférence.

La vidéo est parfaite pour les Rotariens car elle offre une plate-forme dynamique pour montrer nos coeurs. Qu'il s'agisse d'une conférence à venir, de bonnes choses qu'un club, d'une promotion d'adhésion ou d'une éradication de la poliomyélite, les vidéos permettent aux Rotariens d'interagir et de s'imposer et de nos idéaux avec quelque chose qui peut être inspirant et amusant.





VIDEOS

Rotary and Video: BUILDING A VISUAL IMPACT

Making videos requires seeing the Rotary story in a different way. How do we convey that we are people of action who are taking tangible steps to make a difference in this world?

There are already assets out there that show the Rotary story in a big-picture way and these can be found on myrotary.org in the brand center and on YouTube and Vimeo. Simply do a search/find for the terms ROTARY and PEOPLE OF ACTION or ROTARY and POLIO and you'll find some. The newest People of Action can easily be uploaded and embedded from there or from the Brand Center on MyRotary. <https://www.youtube.com/watch?v=cxze-dj5Ll0>

There are also a lot of Rotary videos about Ending Polio and Doing Good in the World. Simply subscribe to the Rotary channel on YouTube to stay updated. You can find that channel here: <https://www.youtube.com/user/RotaryInternational>

Many clubs and districts want to make their own videos and/or add in images to the end of the existing Rotary assets. Staff at Rotary International is currently looking for ways to make those videos more easily customizable, and we will keep you updated as new tools become available.

In the meantime, if your club or district is looking to create some videos on their own, here are some tips for making people comfortable in front of the camera:

I asked both Jennifer who worked on the district video and Thom Willey who worked on the club videos how they make people comfortable in front of the camera. Their answers reflect their different approaches.

JENNIFER CRUMMEY - In terms of how individuals were made comfortable in front of the camera, I offer the following: providing a script in advance to ensure the individual was comfortable with the material and had occasion to slightly revise to ensure they felt comfortable delivering the lines; developing a rapport with the videographer and assistant; and the videographer assistant holds a Bachelor of Fine Arts and has various film acting credits - as a result she felt comfortable providing direction and coaching the delivery of the lines to ensure a positive experience and end product. Those coached were grateful for and happy to receive the support/coaching.

THOM WILLEY - I personally do not like to give too much info as to the questions I ask. More times than not, believe it or not, the "interviewee" will give better, more involved answers in the heat of the moment. But I must, must, ease any tension they might have through humor and conversation, and give the time needed for them to think. We're not shooting film for the most part anymore, so just let the ones and zeros roll away in the camera. Most times I just start talking on a subject which has nothing to do with the interview, just put them at ease and start the camera, easing into the questions I want to ask. All the time looking the person in the eye, no notes, a very casual conversation. I have to always be observant of their body language and mood. Know when to dig deep and when to back off.

HOW TO MAKE A VIDEO

(SORT OF. THE SIMPLE, CHEEKY VERSION)

1. Ask everyone in your Rotary club and district and make them do it for you. Claim it will make them all better Rotarians because it is a gift of service above self. Offer bribes. No, not really. Just gifts. Legal gifts that pass the Four Way Test
 2. If you don't have any takers and you can't afford to pay someone to do it, proceed with the following steps.
 3. Determine what you're going to use to make the video. Options include:
 - a. Smart phones - (Some footage in the five-summit video is caught with this).
 - b. Video cameras - Don't use VHS or Super 8 because the files are hard to transfer to digital format.
 - c. DSL Cameras with video capabilities - (This is what was used for the Bar Harbor Club videos)
 - d. Your webcam on your laptop. You won't be able to move around and quality will be poor, but does it matter? (Hint: Yes, it matters sometimes. But not all the time.)
 - e. Super expensive cameras made for filming television shows. Hey. You're a Rotarian. Go all out. No! Not really. This does not pass the Four Way Test. Believe me. I have seen people try.
 4. Record the content.
 - a. This is the fun part, the creative part. To make a video, you have to record stuff.
 - b. Come up with an idea.
 - c. Record that idea.
 - d. When recording try to make sure everything is well lit. Speak so others can understand you. Dance around. Drink wine or chocolate milk - whatever makes you happy and your people happy. See our hints pull out.
 5. Transfer that content to a program.
 - a. Unless your video is filmed as one file with one consecutive stream, you are going to need to send it to a computer to cut and splice and arrange the segments. To do that, you need a program. iMovie, Davinci Resolve and HitFilm 4 Express are all free and work well for beginners. Adobe Premier Pro, Final Cut Pro X, Vegas Pro are awesome for the more advanced and also cost money. Think about your budget. Do you have one? Did you spend it all on wine and chocolate milk? If so, go with a free option.
 - b. To transfer content to your computer, connect your phone or camera with a cable.



.....
“Just put them at ease and start the camera, easing into the questions I want to ask. All the time looking the person in the eye, no notes, a very casual conversation. I have to always be observant of their body language and mood.”

.....
“Show that video everywhere. Toast it with wine and/or chocolate milk. Bask in your success in sharing the Rotary story.”

There are a million tutorials about this. You can do it!

c. Once your content is transferred make sure to find the footage. It's often in your computer's 'videos' or 'photos' folders. Videos like to get lost. They are like members who show up for two months of meetings and then disappear and you can't quite remember their names or how to find them.

d. Remember to save your video and select the proper Export options. Put that video on your desktop so you can find it without breaking the Four-Way Test.

6. Share it with the world – Upload Your Baby – YOU CAN DO IT!

a. YouTube and Vimeo and Google Drive are great places to upload your video to and then from there you can share it to the world. To open those applications, you need to have accounts. These are easy to set up.

7. Celebrate Your Success

a. Show that video everywhere. Toast it with wine and/or chocolate milk. Bask in your success in sharing the Rotary story

To see two of the district's different approaches to videos:

<https://www.youtube.com/watch?v=PzjEY-faB4-w&feature=youtu.be>

https://www.youtube.com/watch?v=JiW-fn_n3ilk

To see how my own Bar Harbor club created a video to promote the club itself:

<https://vimeo.com/221977321>

And a shorter version:

<https://vimeo.com/221968486>

And a long four-minute version:

<https://vimeo.com/222047309>

.....
““Hope is the expectation of better things — a polio-free world, a world without hunger, universal peace.” — Rotary Brings Hope, 1986-87 Presidential Citation Program





VIDÉOS

Rotary et vidéo:: CONSTRUIRE UN IMPACT VISUEL

Faire des vidéos nécessite de voir l'histoire de Rotary d'une manière différente. Comment transmettons-nous que nous sommes des gens d'action qui prennent des mesures tangibles pour faire une différence dans ce monde?

Il existe déjà des actifs qui montrent l'histoire de Rotary d'une manière globale et ceux-ci peuvent être trouvés sur myrotary.org dans le centre de la marque, sur YouTube et Vimeo. Faites simplement une recherche / recherche pour les termes ROTARY et People of ACTION ou ROTARY et POLIO et vous en trouverez une. Les plus récents People of Action peuvent facilement être téléchargés et intégrés à partir de là ou du Brand Center sur MyRotary. <https://www.youtube.com/watch?v=cxze-dj5Ll0>

Il y a aussi beaucoup de vidéos du Rotary sur la fin de la polio et le fait de faire du bien dans le monde. Il suffit de vous abonner au canal Rotary sur YouTube pour rester à jour. Vous pouvez trouver cette chaîne ici: <https://www.youtube.com/user/RotaryInternational> De nombreux clubs et districts souhaitent faire leurs propres vidéos et / ou ajouter des images à la fin des actifs Rotary existants. Le personnel de Rotary International recherche actuellement des moyens de rendre ces vidéos plus facilement personnalisables et nous vous tiendrons au courant lorsque de nouveaux outils seront disponibles.

Dans l'intervalle, si vous êtes un club ou un quartier cherchez à créer des vidéos par eux-mêmes, voici quelques conseils pour rendre les gens confortables devant la caméra:

J'ai demandé aux deux Jennifer qui ont travaillé sur la vidéo du district et Thom Willey qui ont travaillé sur les vidéos du club comment elles rendent les gens confortables devant la caméra. Leurs réponses reflètent leurs différentes approches.

JENNIFER CRUMMEY - En ce qui concerne la façon dont les individus ont été confortables devant la caméra, j'offre ce qui suit: fournir un script à l'avance pour s'assurer que l'individu était à l'aise avec le matériel et a eu l'occasion de réviser légèrement pour s'assurer qu'ils se sentaient à l'aise de livrer les lignes ; Développer un rapport avec le vidéaste et l'assistant; Et l'assistant de vidéographie détient un baccalauréat en beaux-arts et possède divers crédits d'action cinématographique, ce qui lui a donné l'impression de fournir une direction et un encadrement de la livraison des lignes pour assurer une expérience et un produit final positifs. Les entraîneurs ont été reconnaissants et heureux de recevoir le soutien / coaching.

THOM WILLEY - Personnellement, je n'aime pas donner trop d'informations sur les questions que je pose. Plus souvent que ce soit, croyez-le ou non, le "interviewé" donnera des réponses meilleures et plus impliquées dans la chaleur du moment. Mais je dois, doit, soulager toute tension qu'ils pourraient avoir par l'humour et la conversation, et donner le temps nécessaire pour qu'ils pensent. Nous ne filmons plus le film pour la plupart, alors laissez-les et les zéros rouler dans la caméra. La plupart du temps, je commence à parler sur un sujet qui n'a rien à voir avec l'entretien, il suffit de les mettre à l'aise et de démarrer la caméra, en facilitant les questions que je souhaite poser. Tout le temps regarde la personne dans l'œil, pas de notes, une conversation très décontractée. Je dois toujours être attentif à leur langage corporel et à leur humeur. Sachez quand creuser en profondeur et quand revenir en arrière.

Comment faire une vidéo

(Sort of. La version simple et effrontée)

1. Demandez à tous ceux de votre Rotary club et de votre district et faites-le le faire pour vous. Réclamez que tous les Rotariens seront tous meilleurs parce que c'est un cadeau de service supérieur à soi. Offrez des pots de vin. Non, pas vraiment. Juste des cadeaux. Cadeaux juridiques qui passent le Four Way Test

2. Si vous n'avez pas de preneurs et que vous ne pouvez pas vous permettre de payer quelqu'un pour le faire, procédez comme suit.

3. Déterminez ce que vous allez utiliser pour créer la vidéo. Les options comprennent: une. Téléphones intelligents - (Certaines vidéos dans la vidéo à cinq sommets sont prises avec ceci).

B. Caméras vidéo: n'utilisez pas VHS ou Super 8 car les fichiers sont difficiles à transférer au format numérique.

C. Caméras DSL avec capacités vidéo - (C'est ce qui a été utilisé pour les vidéos Bar Harbor Club)

ré. Votre webcam sur votre ordinateur portable. Vous ne pourrez pas vous déplacer et la qualité sera médiocre, mais ça compte? (Indice: Oui, ça compte parfois. Mais pas tout le temps.)

E. Caméras super chères faites pour filmer des émissions de téléviseurs. Hey. Vous êtes un Rotarien. Allez tout. Non! Pas vraiment. Cela ne passe pas le Four Way Test. Crois moi. J'ai vu des gens essayer.

4. Enregistrez le contenu.

une. C'est la partie amusante, la partie créative. Pour faire une vidéo, vous devez enregistrer tout.

B. Venez avec une idée.

C. Notez cette idée.

ré. Lors de l'enregistrement, essayez de vous assurer que tout soit bien éclairé. Parlez pour que les autres puissent vous comprendre. Danse autour. Buvez du vin ou du lait au chocolat - tout ce qui vous rend heureux et votre peuple heureux. Voyez nos conseils sortir.

5. Transférez ce contenu vers un programme.

une. À moins que votre vidéo ne soit filmée comme un fichier avec un flux consécutif, vous devrez l'envoyer à un ordinateur pour couper et épisser et organiser les segments. Pour ce faire, vous avez besoin d'un programme. IMovie, Davinci Resolve et HitFilm 4 Express sont tous gratuits et fonctionnent bien pour les débutants. Adobe Premier Pro, Final Cut Pro X, Vegas



.....
“Il suffit de les mettre à l'aise et de commencer la caméra, en facilitant les questions que je souhaite poser. Tout le temps regarde la personne dans l'œil, pas de notes, une conversation très décontractée. Je dois toujours être attentif à leur langage corporel et à leur humeur.”

.....
“Show that video everywhere. Toast it with wine and/or chocolate milk. Bask in your success in sharing the Rotary story.”

Pro sont géniaux pour les plus avancés et coûtent également de l'argent. Pensez à votre budget. Avez-vous une? Avez-vous dépensé tout sur le vin et le lait au chocolat? Si c'est le cas, allez avec une option gratuite.

B. Pour transférer du contenu vers votre ordinateur, connectez votre téléphone ou votre caméra avec un câble.

Il y a un million de tutoriels à ce sujet. Tu peux le faire!

C. Une fois que votre contenu est transféré, assurez-vous de trouver les images. C'est souvent dans les dossiers "vidéos" ou "photos" de votre ordinateur. Les vidéos aiment se perdre. Ils sont comme des membres qui se présentent pendant deux mois de réunions, puis disparaissent et vous ne pouvez pas vous rappeler de leurs noms ou comment les trouver.

ré. N'oubliez pas d'enregistrer votre vidéo et de sélectionner les options d'exportation appropriées. Mettez cette vidéo sur votre bureau afin que vous puissiez le trouver sans casser le test à quatre voies.

6. Partagez-le avec le monde - Téléchargez votre bébé - VOUS POUVEZ LE FAIRE!

une. YouTube et Vimeo et Google Drive sont d'excellents endroits pour télécharger votre vi-

déo à partir de là, vous pouvez la partager avec le monde. Pour ouvrir ces applications, vous devez avoir des comptes. Ce sont faciles à mettre en place.

7. Célébrez votre réussite une. Montrez cette vidéo partout. Grille-le avec du vin et / ou du lait au chocolat. Profitez de votre réussite en partageant l'histoire du Rotary

Pour voir deux des différentes approches du district sur les vidéos:

<https://www.youtube.com/watch?v=PzjEY-faB4-w&feature=youtu.be>

https://www.youtube.com/watch?v=JiW-fn_n3ilk

Pour voir comment mon propre club Bar Harbor a créé une vidéo pour promouvoir le club lui-même:

<https://vimeo.com/221977321>
<https://vimeo.com/221968486>

.....
“ L'espoir est l'attente de meilleures choses - un monde sans poli, un monde sans faim, une paix universelle.”
“- Le Rotary apporte l'espoir, 1986-87 Programme de citation présidentielle



OCTOBER IS ABOUT POLIO

World Polio Day
is Coming
**What are you Doing to
Tell the World?**



.....
According to the End Polio section of the myrotary website, "Rotary, along with our partners, has reduced polio cases by 99.9 percent worldwide since our first project to vaccinate children in the Philippines in 1979. We are close to eradicating polio, but we need your help. Whether you have a few minutes or a few hours, here are some ways to make a global impact and protect children against polio forever." That means, "Rotarians have helped immunize more than 2.5 billion children against polio in 122 countries. For as little as \$0.60, a child can be protected against this crippling disease for life." That's a story we should tell the world. Rotary saves lives.
.....

World Polio Day is this October and Rotary is once again gearing up to help eradicate polio. All districts and clubs combine to make substantial progress

against polio, and we need to tell the world and our local communities not only what we do, but let them know how they can be involved.

There are a lot of resources on my.rotary.org and endpolio.org to help district governors, public image chairs, polio chairs, and club presidents to share their Rotary polio stories, raise money and also raise awareness.

The easiest things to do is to build awareness. Myrotary has simple links about doing this on <https://my.rotary.org/en/take-action/end-polio>:

- Make it personal by posting about polio on Facebook or Twitter.
- Keep informed by following our campaign to end polio on Facebook and Twitter.
- Harness the power of the press by issuing a press release or sending a letter to the editor.

Also on that page are links to press release templates about polio that you can share with local news outlets. Please remember to localize those templates and appeal to the emotion and humanity of the story from a local angle, especially for smaller newspapers and regions.

On the End Polio Now website, you can find a resource center that's full of tools that can help you educate, advocate, and share the news. There are photos, infographics, videos,

social media, event materials, templates, banners and posters, and a link to Rotary's brand center, as well as specific World Polio Day resources. The link to the resource center is <https://www.endpolio.org/resource-center#see-more>

There are even sample social media messages that I've copied in here.

Sample Facebook posts (please add photos)

No child should have to suffer from this vaccine-preventable disease. Help us make an impact on World Polio Day. Endpolio.org

Smallpox is the only human disease ever eradicated. Let's make polio the second. Join the fight on World Polio Day. Endpolio.org

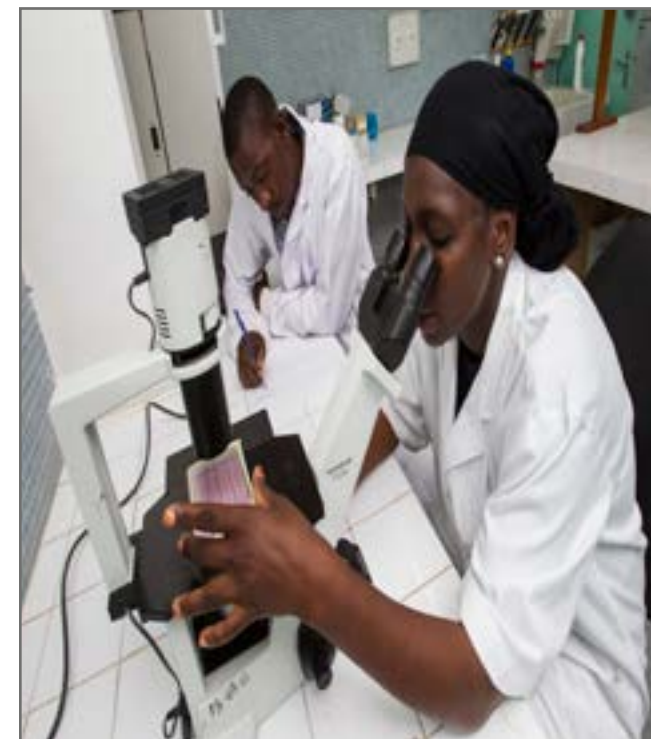
How can you triple your impact? Thanks to a 2-to-1 match from the Bill & Melinda Gates Foundation, every donation made to Rotary to end polio will be tripled. Donate today. endpolio.org/donate

Sample Twitter posts (please add photos):

Join @Rotary & @gatesfoundation for a live #WorldPolioDay event & make an impact in the global fight to #endpolio: endpolio.org

DYK polio could be the 2nd human disease to ever be eradicated? Help @Rotary & @gatesfoundation #endpolio forever. endpolio.org

No child should suffer from this vaccine-preventable disease. Help us #endpolio for good. endpolio.org @Rotary @gatesfoundation



OCTOBRE CONCERNE POLIO

Journée mondiale de la
poliomyélite
arrive
Dire au monde!



.....

Selon la section End Polio du site myrotary, "Rotary, avec nos partenaires, a réduit les cas de poliomyélite de 99,9% dans le monde entier depuis notre premier projet de vaccination des enfants aux Philippines en 1979. Nous sommes près de l'éradication de la poliomyélite, mais nous avons besoin ton aide. Que vous ayez quelques minutes ou quelques heures, voici quelques façons d'influer globalement et de protéger les enfants contre la poliomyélite pour toujours. "Cela signifie que" les Rotariens ont contribué à vacciner plus de 2,5 milliards d'enfants contre la poliomyélite dans 122 pays. Pour aussi peu que 0,60 \$, un enfant peut être protégé contre cette maladie invalidante pour la vie. "C'est une histoire que nous devrions dire au monde. Le Rotary sauve des vies.

La Journée mondiale de la poliomyélite est en octobre et le Rotary est à nouveau en train de contribuer à l'élimination de la poliomyélite. Tous les districts et les clubs se combinent pour faire des progrès substantiels contre la polio, et nous devons dire au monde et à nos communautés locales non seulement ce que nous faisons, mais leur faire savoir comment ils peuvent être impliqués.

Il existe beaucoup de ressources sur my.rotary.org et endpolio.org pour aider les gouverneurs de district, les chaises d'images publiques, les chaires de polio et les présidents de club à partager leurs histoires de polio, collecter des fonds et sensibiliser davantage.

Les choses les plus faciles à faire sont de sensibiliser. Myrotary a des liens simples pour ce faire sur <https://my.rotary.org/fr/take-action/end-polio>:

- **Rendez-le personnel en publiant sur la polio sur Facebook ou Twitter.**
- **Restez informé en poursuivant notre campagne pour mettre fin à la polio sur Facebook et Twitter.**
- **Obtenir le pouvoir de la presse en publiant un communiqué de presse ou en envoyant une lettre à l'éditeur.**

Aussi sur cette page sont des liens vers des modèles de presse sur la polio que vous pouvez partager avec les points de presse locaux. N'oubliez pas de localiser ces modèles et d'attirer l'émotion et l'humanité de l'histoire d'un point de vue local, en particulier pour les petits journaux et les ré-

gions.

Sur le site Web End Polio Now, vous pouvez trouver un centre de ressources plein d'outils qui peuvent vous aider à éduquer, défendre et partager les nouvelles. Il existe des photos, des infographies, des vidéos, des médias sociaux, des documents d'événements, des modèles, des bannières et des affiches, ainsi qu'un lien vers le centre de la marque Rotary, ainsi que des ressources spécifiques de la Journée mondiale de la poliomyélite. Le lien vers le centre de ressources est <https://www.endpolio.org/resource-center#see-more>

Il y a même des exemples de messages sur les réseaux sociaux que j'ai copiés ici.

EXEMPLES DE PUBLICATIONS SUR FACEBOOK (VEUILLEZ AJOUTER DES PHOTOS)

Aucun enfant ne devrait souffrir de cette maladie évitable par la vaccination. Aidez-nous à influencer la Journée mondiale de la poliomyélite. Endpolio.org

La variole est la seule maladie humaine jamais éradiquée. Faisons de la polio la seconde. Rejoignez la lutte contre la Journée mondiale de la poliomyélite. Endpolio.org

Sample Twitter posts (please add photos):

Rejoignez @Rotary & @gatesfoundation pour un événement live #WorldPolioDay et faites un impact dans la lutte mondiale contre #endpolio: endpolio.org

