

ZONE
24 E

Public Image
Newsletter

Image publique

SEPTEMBER/ SEP-
TEMBRE 2019

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.

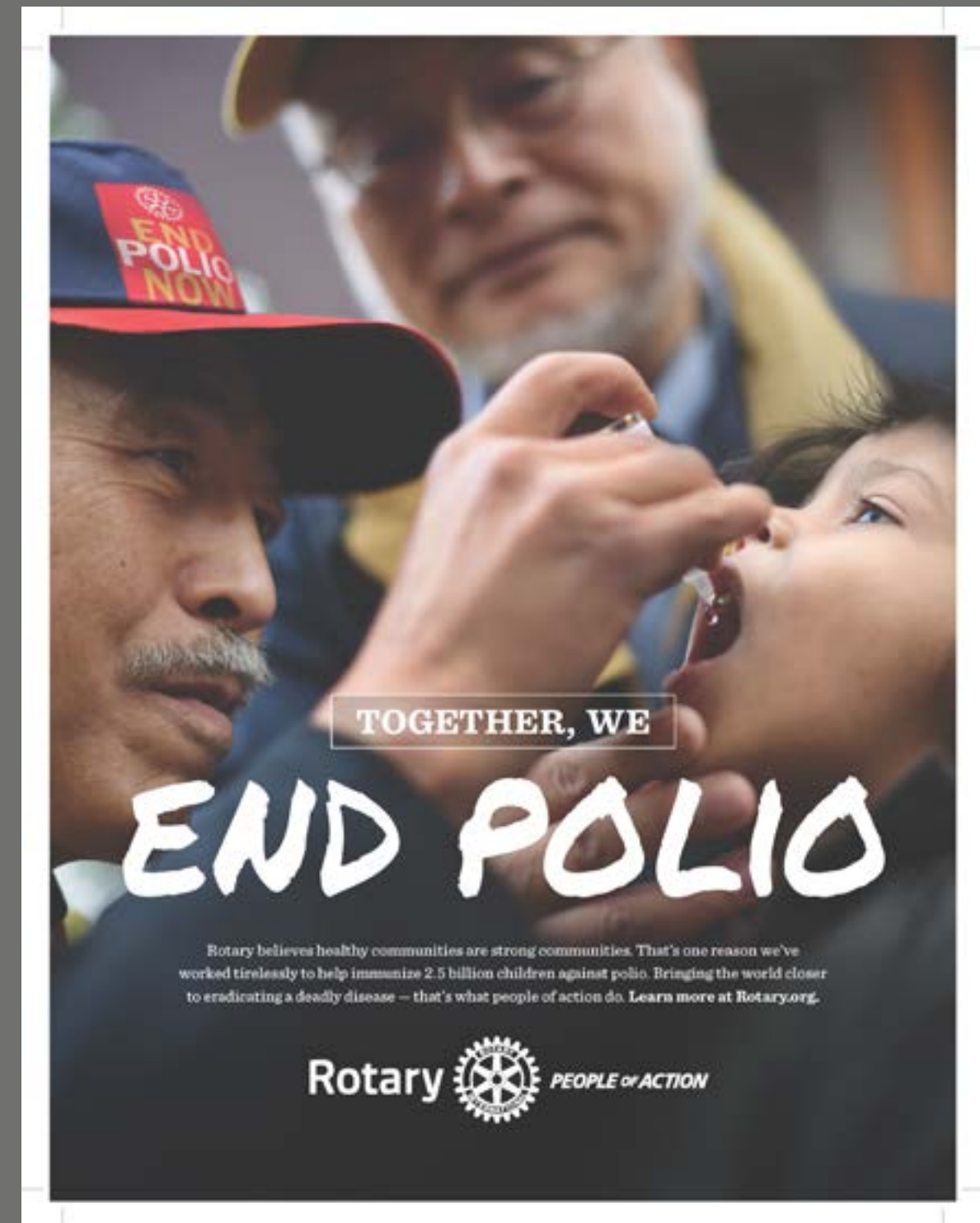
It's time to let the world know how amazing Rotary is, so others can join us and make a difference for good.

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 ARPICs Mary Lou Harrison or Dave Wheaton 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



NOTE DU RPIC

Le bulletin de ce mois porte sur la préparation!



Carrie Jones
RPIC 24 E

PARTAGE TON HISTOIRE AVEC LE MONDE ENTIER

Dites pourquoi le Rotary est différent. Les Rotariens apportent tous leur propre personnalité, leurs bizarreries, leur expertise professionnelle et leur intégrité à tous les projets qu'ils entreprennent. 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 améliorer le monde.

Nos solutions sont durables. Notre pensée est nouvelle.

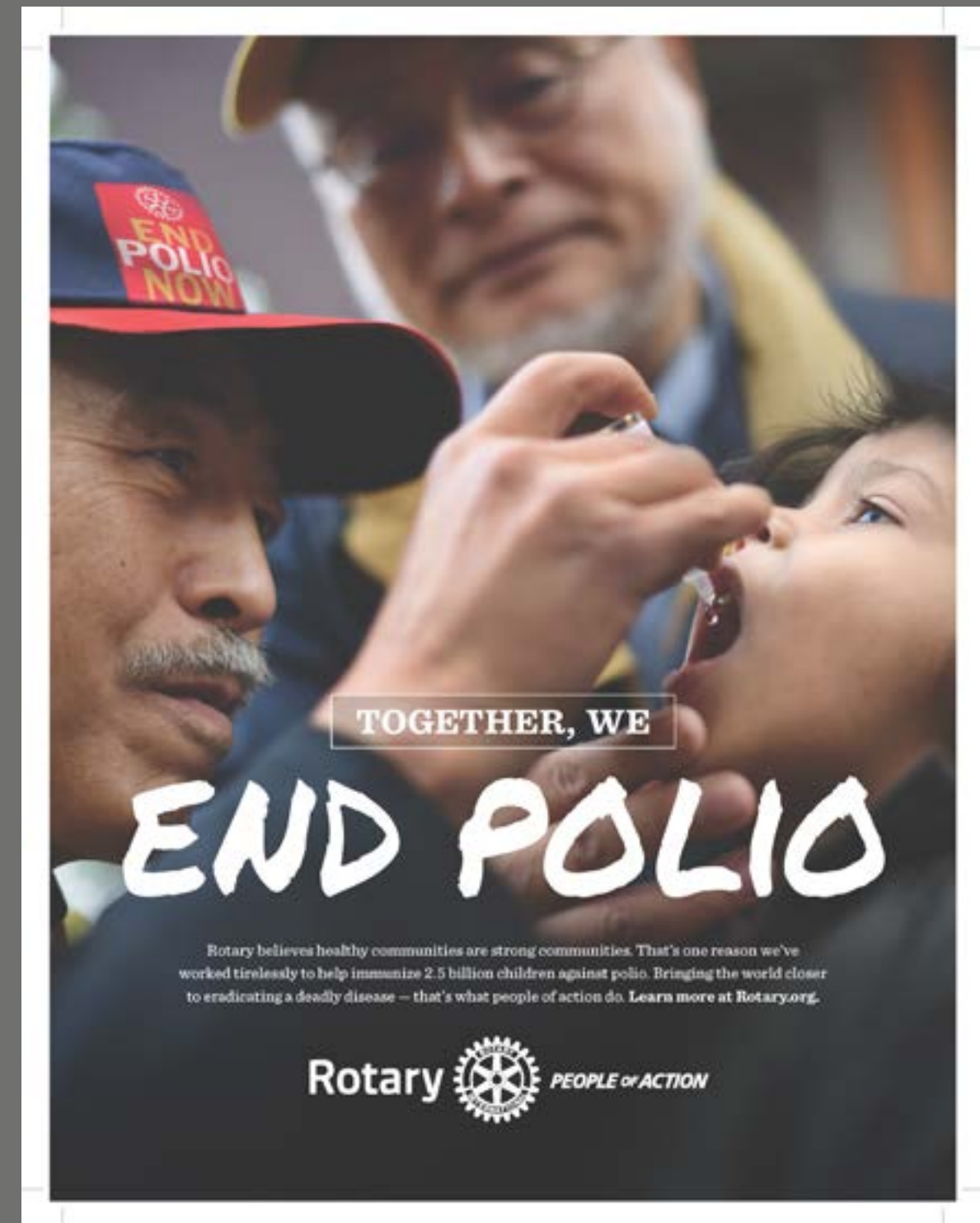
Il est temps de faire savoir au monde à quel point le Rotary est incroyable, pour que d'autres puissent se joindre à nous et faire une différence pour le bien.

Vous avez peut-être remarqué que j'ai changé le format de l'infolettre. J'espère que vous le trouverez plus agréable. Merci de votre patience alors que j'explore de nouvelles façons de partager des informations avec vous tous. Aussi, ce mois-ci, j'inclus les versions anglaise et française dans un seul bulletin, en alternant les pages. Donc, si vous pensez voir double, observez un peu plus attentivement. Vous ne faites que voir une autre langue.

Ce bulletin a trois grands domaines d'intérêt :

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

Comme toujours, s'il vous plaît laissez-moi, ou ARPICs Mary Lou Harrison et Dave Wheaton 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. En tant que coordinateurs d'image publique, notre but est de vous aider. Mon email est carriejonesbooks@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.

VEDETTE

CAMPAGNE PEOPLE OF ACTION

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 mondiale de renforcement de la marque. La campagne pluriannuelle donne vie à l'histoire du Rotary de manière à réduire l'écart entre la sensibilisation du public au Rotary et la compréhension de ce que fait le Rotary.

Bien que les trois quarts du grand public connaissent notre nom, nos recherches les plus récentes nous indiquent que le public ne comprend toujours pas vraiment le Rotary. Ils ne savent pas ce que nous représentons et ne connaissent pas les programmes du Rotary. Ils ne savent pas ce que nous faisons dans les communautés locales et ne sont même pas conscients du rôle que nous avons joué dans la lutte contre la poliomyélite. En fait, près de 60% des personnes interrogées ont déclaré ne pas savoir qu'un club Rotary existe dans leur propre communauté.

La campagne People of Action a pour but de donner vie à l'histoire du Rotary à ceux qui ne nous connaissent pas, en montrant aux Rotariens notre action : des leaders qui travaillent ensemble dans les communautés pour inspirer, transformer, connecter et célébrer ce qui est possible. Cette campagne motive, engage et inspire également les membres actuels et potentiels, ainsi que les donateurs, les partenaires et les supporters.

MATÉRIEL DE CAMPAGNE

Les supports de campagne de People of Action seront disponibles sur le Rotary Brand Center à l'adresse rotative.org/brandcenter. Les matériaux seront ajoutés périodiquement et comprennent :

- Vidéos
- Annonces imprimées
- Annonces extérieures
- annonces en ligne
- Annonces radio et scripts
- graphiques de médias sociaux
- Directives de campagne
- Guide de style de campagne et directives

COMMENCER

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 des images et du contenu locaux, si vous préférez utiliser une annonce spécifique à votre club Rotary et à votre histoire. Pour plus d'informations, assurez-vous de consulter prochainement les directives de la campagne Brand Center for the People of Action.

PLACEMENT

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

- Savoir où aller. Que vous créiez des publicités ou des panneaux publicitaires ou que vous deviez demander à un autre Rotarien de vous aider, vous trouverez ce dont vous avez besoin au Brand center. Tous le matériel de la nouvelle campagne publicitaire, ainsi que d'autres ressources d'image publique, seront bien-

tôt disponibles.

- Recherchez l'aide à la conception et à la planification, si nécessaire. Organisez un groupe de Rotariens qualifiés ayant une expérience en marketing pour localiser les documents pour votre communauté - ou travaillez avec un graphiste ou une agence locale. Tout aussi important : développer un plan média pour placer les nouvelles publicités illustrées en ligne et dans les médias traditionnels, tels que les journaux, les magazines et les panneaux d'affichage. Des lignes directrices pour la création de plans médias sont publiées sur le Brand Center depuis la fin de 2017.

- Encouragez les autres à utiliser le matériel de campagne. Une fois que les documents de campagne sont publiés dans le Brand center, vous pouvez commencer par lire le document de directives de campagne pour obtenir des conseils sur la meilleure utilisation possible de la campagne People of action.

- Partager des histoires de réussite. Nous voulons entendre vos histoires ! Une fois que vous avez utilisé le matériel localement, racontez-nous votre histoire et montrez-nous des photos de votre utilisation de People of Action. Nous pouvons l'inclure dans les promotions globales internes. Écrivez au personnel de Global Communications à globalcommunications@rotary.org.

DES QUESTIONS ?

Rendez-vous au Brand Center pour obtenir des directives, des outils et du matériel de campagne. Vérifiez que le matériel soit mis à jour tout au long de la campagne pluriannuelle. Contactez l'équipe marketing régulièrement, pr@rotary.org avec des questions de campagne ou graphicdesign@rotary.org pour une aide à la conception.

* 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

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.

EXAMPLE

Voici un exemple d'histoire de People of Action: Comment luttez-vous contre le cancer? Un bateau à la fois.

BAR HARBOR – La bonté et l'inquiétude créent des actions positives. Cela a été le cas pour la famille de Trish Corliss à qui on a diagnostiqué un cancer des ovaires en 2012. Après une terrible année de traitement au cours de laquelle l'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, Nancy Corliss, Rotarienne de Bar Harbor, a concentré ses efforts sur la collecte d'argent contre le cancer. Pendant trois ans, Nancy a incarné la devise du Rotary « être un cadeau pour le monde », alors qu'elle organise le dimanche 20 septembre, « Remplissez un bateau pour affronter le cancer ».

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

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

Lorsque Nancy a appris le cancer de Trish, elle s'est sentie quelque peu impuissante. Trish a commencé à amasser des dons pour aider les autres à avancer, a déclaré Nancy. Nancy voulait faire partie de cet effort, qu'elle a expliqué un jour à Gary Fagan, de Acadian Nature Cruises.

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

Alors ils l'ont fait. Au cours des trois dernières années, Fagan a fait don d'un bateau de 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 d'automne et les phoques tout en aidant à lutter contre le cancer. Tous les profits iront à l'équipe Stand Up to Cancer Joyful Hope.

Comme Trish l'a écrit sur son blog, Mommy Beats Cancer, «je ne veux pas attendre que le monde change. Je veux le changer. Il y a tout un monde de combattants et de survivants là-bas, je n'avais aucune idée avant d'être malade. Pour moi, c'est te-

llement dommage que notre société ne sache pas à quel point ce réseau de personnes est étonnant, inspirant et fort. Je veux changer ça. “

La famille Corliss est très différente des gens qui attendent que le monde change; ils veulent le faire changer eux-mêmes. Nancy a non seulement travaillé sans relâche sur le Fill a Boat et Stand Against Cancer, mais elle a aussi fait don de Beanie Babies à des enfants du monde entier, a joué un rôle essentiel dans le MDI / Bar Harbor Rotary Club, a travaillé afin de promouvoir l'alphabétisation, lutté pour nourrir les enfants affamés, et beaucoup d'autres bonnes œuvres. Fill A Boat reste l'une de ses passions, d'autant plus qu'elle célèbre la nouvelle grossesse de Trish. Elle doit arriver en novembre, un témoignage de son histoire de survie.

Nancy reste enthousiaste à l'idée de continuer à avancer après le rétablissement de Trish. “L'événement de cette année aura lieu le 20 septembre à 16h. Ils montent à bord de l'océan Atlantique. Il y aura beaucoup de nourriture. C'est apportez votre boire, et oui, les gens apportent du vin et de la bière. La meilleure partie du voyage ne se limite pas à la promenade en bateau et à la beauté des paysages, mais aussi à l'amusement et aux moments où de nombreuses personnes partagent leur amitié et racontent leur histoire concernant le cancer. Il n'y a jamais personne dans le voyage qui n'a pas été confronté à des problèmes de cancer. “

Nancy attribue son soutien au Rotary club. Pour en savoir plus sur le Rotary et sur la manière dont les personnes d'action font la différence, joignez-vous à des dirigeants qui agissent et apportent des changements positifs. Visitez www.rotary.org

Vous pouvez appeler le 288-3334 pour réserver des billets.



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 fournit une plate-forme dynamique pour montrer nos cœurs.”

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

Selon Richard Tiland, PDG de New Evolution Vidéo, dans un article pour le magazine Forbes, «nous avons besoin de vidéos pour commercialiser et vendre nos produits, promouvoir de nouvelles idées et partager nos croyances. Étant donné que la vidéo fait appel à la fois à la vue et au son dans un élan de stimulation rapide, elle capte l'attention du spectateur et produit une impression durable.”

C'est exactement ce qui se passe dans les vidéos annuelles du district 7820. Après les panoramiques de la côte canadienne, la vidéo de la conférence de cette année commence par le gouverneur de district Donald Sword et son épouse Pat assis dans une causeuse accueillant les participants potentiels.

Le district utilise des vidéos pour rejoindre les membres éloignés et le monde plus vaste de YouTube.

“Compte tenu de la démographie, de la distance et de la diversité de ce quartier, c'était un moyen de mettre en évidence les domaines, les clubs concernés 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, co-présidente du comité de la conférence du district.

La collaboration vidéo est non seulement utile pour l'image du public et pour la participation aux conférences de district, mais 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. Zone 32 travaille actuellement sur ceci ainsi que des promotions de membres vidéo. Ils ne sont pas seuls. Lincoln Ehrlenbach, IPDG de la zone 24 E, a créé une vidéo pour promouvoir un sommet de cinq districts en mai dernier. Il impliquait beaucoup de danse.

Les conférences ont produit des vidéos de différentes manières. Chacun reflète à la fois la personnalité et les caprices de chaque gouverneur de district ainsi que de l'équipe de pro-

duction de films de la conférence. Les vidéos présentent des personnes au district et à la conférence, racontant leurs propres histoires de manière unique. La vidéo de Donald a été présentée lors de la conférence de cette année en tant qu'invitation virtuelle et promotion à laquelle participer. Il a maintenant été téléchargé sur la page YouTube du district et partagé avec tous les clubs du district.

« L'une des priorités de l'année de mon gouverneur de district est de développer des stratégies de PI durables et de faire de l'IP une priorité dans nos clubs », a déclaré Donald.

Cette dernière vidéo a été créée en six semaines.

“C'était un délai très court pour un tel projet et nécessitait un dévouement et une disponibilité de personnes, de lieux et d'équipement-

ts. Toutes les personnes concernées comprennent très bien les délais et la nécessité de prendre des décisions sensibles au facteur temps, dans l'intérêt de la vidéo “, a déclaré Jennifer Crummey.

Les dirigeants qui se réunissent pour agir au nom de l'amitié, de l'éducation et du service sont exactement ce dont parle le Rotary. Les Rotariens du District 7820 apprennent cela chaque fois qu'ils font une vidéo.

Selon Kathryn, leur vidéo a créé un grand sentiment d'enthousiasme pour la conférence.

La vidéo est parfaite pour les Rotariens car elle offre une plateforme dynamique pour montrer notre cœur. Qu'il s'agisse d'une conférence à venir, de bonnes choses pour un club, d'une promotion d'adhésion ou de l'éradication de la polio, les vidéos permettent aux Rotariens d'interagir et d'apprécier les uns avec les autres.





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 du Rotary différemment. Comment pouvons-nous transmettre que nous sommes des gens d'action qui prennent des mesures concrètes pour faire la différence dans ce monde ?

Il existe déjà des atouts qui illustrent l'histoire du Rotary sous un angle très large et on peut les trouver sur myrotary.org dans le centre de marques et sur YouTube et Vimeo. Simplement faire une recherche pour les termes ROTARY et PEOPLE OF ACTION ou ROTARY et POLIO et vous trouverez du matériel intéressant.

Les nouvelles vidéos People of Action peuvent facilement être téléchargées et intégrées à partir de là ou depuis le Brand Center sur MyRotary. <https://www.youtube.com/watch?v=cxze-dj5L10>

Il existe également de nombreuses vidéos du Rotary sur la fin de la polio et la pratique du bien dans le monde. Il vous suffit de vous abonner à la chaîne Rotary sur YouTube pour rester à jour. Vous pouvez trouver cette chaîne ici : <https://www.youtube.com/user/RotaryInternational>

En attendant, si votre club ou votre district cherche à créer des vidéos par lui-même, voici quelques conseils pour mettre les gens à l'aise devant la caméra:

J'ai demandé à Jennifer, qui travaillait sur la vidéo du district, et à Thom Willey, qui travaillait sur les vidéos du club, comment ils rendent les gens plus à l'aise devant la caméra. Leurs réponses reflètent leurs différentes approches.

JENNIFER CRUMMEY - En ce qui concerne la manière dont les personnes ont été mises à l'aise devant la caméra, je propose ce qui suit: fournir un script à l'avance pour s'assurer que la personne est à l'aise avec le matériel et établir un rapport avec le vidéaste et l'assistant, l'assistante, de par sa formation était très à l'aise d'accompagner la livraison des textes pour assurer une expérience positive et un produit final de qualité. Les entraîneurs étaient reconnaissants et heureux de recevoir le soutien / l'encadrement.

THOM WILLEY - Personnellement, je n'aime pas donner trop d'informations sur les questions que je pose. Croyez-le ou non, la "personne interrogée" donnera plus de réponses, plus en profondeur, dans le feu de l'action. Mais je dois, bien sûr, atténuer les tensions qu'ils pourraient y avoir à travers l'humour et la conversation, et leur donner le temps de réfléchir. Nous ne tournons plus le film pour la plupart, mais nous laissons la caméra rouler. La plupart du temps, je commence à parler d'un sujet qui n'a rien à voir avec l'interview, il suffit de mettre le sujet à l'aise et de démarrer la caméra, facilitant ainsi les questions que je veux poser. Tout le temps en regardant la personne dans les yeux, pas de notes, une conversation très décontractée. Je dois toujours être attentif à leur langage corporel et à leur humeur. Savoir quand creuser profondément et quand reculer.

Comment faire une vidéo

(Sorte de. La version simple et effrontée)

en fera tous de meilleurs Rotariens, car c'est un cadeau servir d'abord. Offrez des pots de vin. Non, pas vraiment. Juste des cadeaux. Cadeaux éthiques qui réussissent le test des 4 questions.

2. Si vous n'avez aucun preneur 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 incluent :

a. Smart phones - (Certaines séquences de la vidéo à cinq sommets sont prises avec cela).
b. Caméras vidéo - N'utilisez pas VHS ou Super 8 car les fichiers sont difficiles à transférer au format numérique.

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

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

e. Des caméras très chères conçues pour filmer des émissions de télévision. Hey. Vous êtes un Rotarien. Allez-y à fond. Non ! Pas vraiment. Cela ne réussit pas le test des 4 questions. Crois-moi. J'ai vu des gens essayer.

4. Enregistrez le contenu.

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

b. Trouvez avec une idée.

c. Enregistrez cette idée.

d. Lorsque vous enregistrez, assurez-vous que tout est bien allumé. Parlez pour que les autres puissent vous comprendre. Dansez autour, Bois du vin ou du lait au chocolat - tout ce qui vous rend heureux et votre gens heureux.

5. Transférez ce contenu dans un programme.

a. À moins que votre vidéo ne soit filmée dans un seul fichier avec un flux consécutif, vous devrez l'envoyer à un ordinateur pour couper 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 et Vegas Pro sont parfaits pour les plus avancés et il faut les acheter. Pensez à votre budget. En avez-vous un? Avez-vous tout dépensé en vin et en lait au chocolat ? Si oui, optez pour une option gratuite.

b. Pour transférer du contenu sur votre ordinateur, connectez votre téléphone ou votre appareil photo avec un câble.

Tu peux le faire !

c. Une fois votre contenu transféré, assurez-vous de trouver le métrage. Il se trouve souvent dans les dossiers « vidéos » ou « photos » de votre ordinateur. Les vidéos aiment se perdre. Ils sont comme les membres qui se présentent pendant deux mois aux réunions et



.....

“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.”

.....
“Montrer cette vidéo partout. Faire griller avec du vin et / ou du lait au chocolat. Tirez profit de votre réussite en partageant l’histoire du Rotary.”

ensuite disparaissent sans que vous ne puissiez vous souvenir de leurs noms ou comment les retrouver.

D.. N’oubliez pas de sauvegarder votre vidéo et sélectionnez les options d’exportation appropriées. Placez cette vidéo sur votre bureau pour pouvoir la retrouver.

6. Partagez avec le monde – Chargez votre vidéo - VOUS POUVEZ LE FAIRE !

a’. YouTube, Vimeo et Google Drive sont d’excellents endroits pour télécharger votre vidéo et ensuite, de là, vous pouvez la partager avec le monde entier. Pour ouvrir ces applications, vous devez avoir des comptes. Ceux-ci sont faciles à configurer.

7. Célébrez votre succès

a. Montrer cette vidéo partout. Portez-lui un toast avec du vin et / ou du lait au chocolat. Profitez de votre succès pour partager l’histoire du Rotary.

Pour voir deux approches différentes du district en matière de vidéos:

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

https://www.youtube.com/watch?v=JiW-fn_n3i1k

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>

Et une version longue de quatre minutes:

<https://vimeo.com/222047309>

.....
“ 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

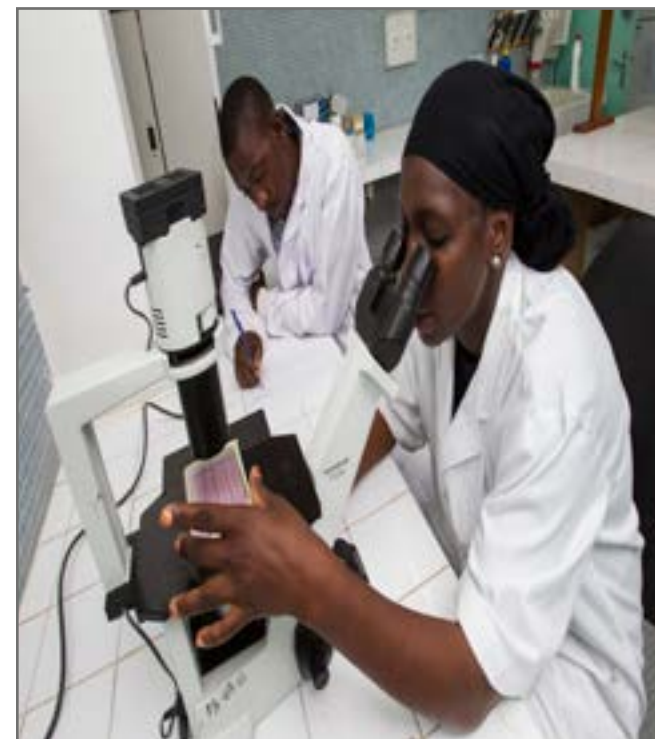
How can you triple your impact? Thanks to a 2-to-1 match from the Bill & Melinda Gates Foundation, every donation made to Rotary to end polio will be tripled. Donate today. endpolio.org/donate

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, «le Rotary et ses partenaires ont réduit de 99,9% les cas de polio dans le monde depuis notre premier projet de vaccination d'enfants, aux Philippines, en 1979. Nous sommes sur le point d'éradiquer la polio mais nous avons besoin de votre aide. Que vous ayez quelques minutes ou quelques heures, voici quelques moyens d'avoir un impact mondial et de protéger les enfants contre la polio pour toujours. "Cela signifie que" les Rotariens ont vacciné plus de 2,5 milliards d'enfants contre la polio dans 122 pays. Pour aussi peu que 0,60 dollar, un enfant peut être protégé contre cette maladie invalidante pour la vie. « C'est une histoire que nous devrions raconter au monde entier. Le Rotary sauve des vies.

La Journée mondiale de la polio a lieu en octobre et le Rotary se prépare une nouvelle fois pour aider à éradiquer la polio. Tous les districts et tous les clubs s'associent pour réaliser des progrès substantiels dans la lutte contre la poliomyélite, 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 y a beaucoup de ressources sur my.rotary.org et endpolio.org pour aider les gouverneurs de district, les présidents d'image publique, les présidents de polio et les présidents de club à partager leurs histoires de polio, à collecter des fonds et à sensibiliser.

Le plus simple est de sensibiliser. Myrotary a des liens simples à ce sujet sur <https://my.rotary.org/fr/take-action/end-polio>:

- Personnalisez-le en publiant des articles sur la polio sur Facebook ou Twitter.
- Restez informé en suivant notre campagne pour mettre fin à la polio sur Facebook et Twitter.
- Exploitez le pouvoir de la presse en publiant un communiqué de presse ou en envoyant une lettre à l'éditeur.

Vous trouverez également sur cette page des liens vers des modèles de communiqués de presse sur la polio que vous pouvez partager avec les agences de presse locales. N'oubliez pas de localiser ces modèles et de faire appel à l'émotion et à l'humanité

de l'histoire sous un angle local, en particulier pour les petits journaux et les régions.

Sur le site Web End Polio Now, vous pouvez trouver un centre de ressources rempli d'outils pouvant vous aider à éduquer, à défendre et à partager les nouvelles. Il y a des photos, des infographies, des vidéos, des médias sociaux, du matériel d'événement, des modèles, des bannières et des affiches, ainsi qu'un lien vers le centre de marques du Rotary, ainsi que des ressources spécifiques sur la Journée mondiale de la polio. Le lien vers le centre de ressources est <https://www.endpolio.org/resource-center#see-more>

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

Exemples de messages Facebook (veuillez ajouter des photos)

Aucun enfant ne devrait souffrir de cette maladie évitable par la vaccination. Aidez-nous à avoir un impact sur la Journée mondiale de la polio. [Endpolio.org](https://endpolio.org)

Exemples de messages Twitter (veuillez ajouter des photos):

Rejoignez @Rotary et @gatesfoundation pour un événement en direct #WorldPolioDay et faites un impact dans le combat mondial à #endpolio: endpolio.org

