

RÉUNION ÉQUIPE DPIC – Séminaire Régional - DIJON, 27-28 MARS 20256

Présents : vérifier auprès de Lionel les noms et les N° de District

- Gérard Crédot (D1720)
- Valérie Clarmont (D1700)
- Alicia Ruiz (D1710)
- Caroline de Quelen (D1690)
- Jean Paul XX voir Lionel (D2160)
- Vincent XX voir Lionel (D1750)
- Françoise Bonnet (D1640)
- Lionel Rieulier (D1650)
- Pierre-Marie Achart (D1660)
- Natalia Korczak (D1790)

MISSION ROTARY NETWORK 2026-2027

La veille, lors du séminaire, Lionel a présenté les deux missions pour 2026-2027 :



MISSION 2026-2027

BILAN DPIC – BESOINS DPIC 2026-2027

Nous commençons la réunion par un échange autour des défis rencontrés par les DPIC dans leurs missions, afin d'identifier leurs besoins pour l'année 2026-2027.

1. Comment accroître la présence des clubs sur les réseaux sociaux ?

- Caroline demande comment faire adhérer les clubs aux réseaux sociaux.
- Une piste évoquée est de réaliser un bilan des réseaux sociaux afin de faire un état des lieux. Cela pourrait également permettre une prise de conscience collective, en donnant accès aux statistiques du district et en permettant aux clubs de se situer.

- Françoise indique - qu'en fonction des ressources et du temps disponible au sein des clubs - qu'il est préférable d'être présent sur un seul réseau social (ex. Facebook), mais de manière régulière, plutôt que d'être présent sur plusieurs sans suivi. Elle conseille également que les clubs nomment plusieurs responsables comme par exemple à la Région 14 ou chaque réseau social à son référent.
- Gérard souligne l'importance que plusieurs personnes disposent des accès aux comptes, afin d'en faciliter la gestion en cas de départ.

2. Contenu des publications

- Caroline propose la mise à disposition du calendrier de publication de la Région 14 afin de le partager avec les responsables des clubs (ex. une publication chaque lundi) pour qu'ils puissent republier également.
- Françoise précise que le calendrier est un outil important, mais qu'il doit rester flexible. La communication doit s'adapter à l'actualité et aux performances des publications. Si une publication fonctionne bien, il peut être pertinent de lui laisser plus de temps. Une publication est, de ce fait, très souvent reportée.
- Alicia souligne l'importance d'adapter les messages aux différentes cibles.
- Natalia partage un tableau récapitulatif des cibles du Rotary, de leurs objectifs, du ton à adopter et des canaux envisagés (en pièce jointe au compte rendu).

3. Comment soutenir les clubs dans leurs publications

- Caroline propose que la R14 puisse préparer des tutoriels de type « Réseaux sociaux pour les nuls », avec des formats et un langage simple et accessible aux membres des clubs.

4. Suppression des comptes Facebook/Instagram – il est rappelé qu'une procédure et marche à suivre va être publiée sur la page de la Région 14.

BILAN FACEBOOK R14

Françoise présente le bilan Facebook de la R14, partage son expérience, les résultats 2025 et les objectifs 2026 (cf. présentation).

BILAN DIGITAL

- Lionel présente le bilan digital et en souligne l'importance : [Lionel n'hésite pas à compléter]
 - Deux fonctions du bilan digital : établir un état des lieux et permettre de protéger les clubs des suppressions de comptes par META.

- Une date initiale est fixée pour les DPIC : 30 avril 2026

RESSOURCES

Un point est fait sur les ressources mises à disposition :

- **Page web de la R14** : Pierre-Marie indique que toutes les pages contiennent des informations pertinentes et méritent d'être consultées attentivement par les DPIC, exemple : l'image de marque Rotary
- **Brand Center** : il est rappelé l'importance d'en parler aux membres, car beaucoup ne connaissent pas cet outil qui permet notamment de créer des logos de clubs.
- **Groupes WhatsApp (WA)** :
 - Échanges sur le volume important de messages, qui peut rendre difficile l'identification des informations essentielles et décourager la lecture.
 - Natalia souligne l'importance de trier les canaux et de les adapter aux types de messages : tout ne devrait pas être partagé via WhatsApp.
 - Le groupe s'interroge sur la pérennisation des communautés : si elles fonctionnent bien sur une année, la mise à jour des listes de membres (ajouts/suppressions en début et fin d'année rotarienne) peut être chronophage.
- **Newsletters** :
 - Échange autour de l'idée d'un canal de communication unique. Il est mentionné qu'une newsletter de district ne devrait pas être limitée à la communication : les autres commissions (effectif, action professionnelle, etc.) pourraient également l'utiliser.
 - Il est également souligné que la régularité des newsletters favorise la fidélisation et améliore le taux de lecture chez les Rotariens.
- **Multiplicités des sites internet**
 - Françoise souligne que les membres rencontrent des difficultés à appréhender l'ensemble de l'offre rotarienne, répartie entre plusieurs plateformes : rotary.org, rotarymag.org, rotaryregion.org, ainsi que les sites des districts et des clubs.
 - Pierre-Marie propose, pour y remédier, la création d'une page récapitulative et explicative, intégrée aux ressources de rotaryregion.org.

- Les DPIC sont encouragés à suivre les pages sur les réseaux sociaux, ce qui amène à un échange autour de LinkedIn. Caroline demande comment encourager les membres à interagir avec les contenus Rotary sur LinkedIn.
 - Les profils étant souvent liés à l'activité professionnelle, certains membres restent réticents à partager ou à mentionner leur appartenance à un club Rotary.
 - Alicia indique que les algorithmes de LinkedIn valorisent davantage les commentaires et les partages que les simples mentions « j'aime ».
- Alicia indique travailler actuellement sur un plan stratégique de communication, qu'elle envisage de partager avec d'autres DPIC.

IMPACT DES COMMUNICATIONS DES ACTIONS NATIONALES

- L'ensemble des participants s'interroge sur le manque de cohérence des communications des événements nationaux - tels : qu'Espoir en tête, La Dictée ou Jetons le Cancer...- vs l'image de marque du Rotary, ainsi que sur l'impact véhiculé.

KIT CLUB

Ludovic a présenté le Kit Club via une vidéo.

Cette initiative est appréciée. La question se pose sur la mise à jour du kit par la suite.

CALENDRIER VISIO 2026 – 2027

1. LUNDI 14 SEPTEMBRE 18H30
Thème : **End Polio Now préparation com octobre (inviter les responsables Polio)**
2. MARDI 13 OCTOBRE (18H30)
Thème : **Préparation mois de la Fondation (inviter les responsables Fondation)**
3. JEUDI 12 NOVEMBRE (18H30)
Thème : **RYLA (inviter responsable RYLA)**
4. MERCREDI 9 DÉCEMBRE (18H30)
Thème : **Préparation SFPE / PETS**
5. MARDI 12 JANVIER (18H30)
Thème : **Préparation anniversaire du Rotary, Présenter le Rotary (inviter les responsables effectifs)**

6. JEUDI 11 FEVRIER (18H30)
Thème : **Le Youth Exchange Program (invitation DYEC)**
7. LUNDI 8 MARS (18H30)
Thème : **Découvertes solutions internet Districts-clubs**
8. MARDI 13 AVRIL (18H30) *Sujet à définir*
9. MERCREDI 12 MAI (18H30) *Sujet à définir*