

Plan Stratégique 2026-2029 – District 1510 Rotary

La vision du Rotary International

**ENSEMBLE, NOUS VOYONS UN MONDE
OÙ LES GENS SE RASSEMBLENT ET PASSENT À L'ACTION
POUR APPORTER UN CHANGEMENT
DURABLE – DANS LE MONDE,
DANS LEUR COMMUNAUTÉ ET EN EUX-MÊMES.**

La Vision pour notre district :

Alors que nous travaillons ensemble pour bâtir un monde plus solide,
le **Plan d'action du Rotary – notre plan stratégique –**
conduit notre organisation à établir des liens plus significatifs
et à avoir un impact plus durable au travers du service.

En suivant les quatre priorités du Plan, nous concrétisons la vision du Rotary International et de la Fondation Rotary :

- créer des clubs en bonne santé,
- proposer des expériences enrichissantes pour tous
- rassembler pour passer à l'action ensemble

afin d'apporter un changement durable,
en nous-mêmes, dans notre environnement et dans le monde

1-Introduction

La principale raison d'adhérer à nos clubs doit être l'application concrète de notre devise :
« Servir d'abord ».

Nous sommes au service de notre communauté et des personnes qui la composent, à tous les niveaux, du local à l'international.

Le Plan Stratégique triennal 2026-2029 du District 1510 est élaboré en cohérence avec le plan stratégique du Rotary International (R.I.). Il vise à définir les buts et les moyens d'action, en soulignant l'importance de la bienveillance de chaque membre pour sa réussite.

Rôle	Nom	Rôle	Nom
Gouverneur (DG)	Augustin THIEFFRY	Gouverneur Élu (DGE)	Alain FORET
Past Gouverneure (IPDG)	Joëlle ROUET	Gouverneur Nommé (DGN)	Nadia PAUVERT

Nos Quatre Priorités Stratégiques



Impact pour nous-mêmes Impact dans notre environnement Impact dans le monde	La société évolue. Offrons de nouvelles façons de vivre le Rotary, avec des clubs plus flexibles en dehors du modèle de club traditionnel.	Le désir de s'impliquer au Rotary conduit à un développement personnel. Le Rotary nous fait évoluer.	Des clubs agiles et efficaces acceptant des voix nouvelles et différentes. Démographie, et technologies modifient nos opportunités.
Partenaires, Participants et Donateurs souhaitent soutenir des organisations qui montrent clairement l'impact mesurable de leurs actions,	Créer de nouveaux clubs, avec de nouveaux formats, Encourager les clubs satellites pour assurer la pérennité du Rotary sur la ville	Prendre en compte les attentes des membres, en particulier des nouveaux membres	Faire évoluer la perception de ce qu'est le Rotary maintenant,
Identifier et initier des actions apportant un changement durable,	Augmenter les effectifs des clubs. Nouer des partenariats pour étendre nos actions	Donner aux nouveaux membres la possibilité de s'exprimer de proposer et d'agir	Un fonctionnement des clubs plus ouverts au changement et aux autres
Promouvoir la participation des clubs à notre Fondation et à la lutte contre la polio	Pour mieux attirer de nouveaux membres, ou donateurs, vivre le Rotary en action	Pour un membre son expérience doit dépasser ses attentes.	plus représentatifs, plus flexibles, innovants pour s'adapter à un monde en mutation,

Sommaire

1-Introduction	1
2-Analyse SWOT – Forces et Faiblesses	4
Forces	4
Faiblesses	4
Opportunités	4
Menaces	5
3 Actions et Objectifs Qualitatifs	5
Attendu : Que Voulons-Nous Faire ?	5
Principes Directeurs des Actions	6
Moyens d'Action par Axe	6
Moyens d'Action par domaine d'action	6
4 Financement et Fondation	7
Financement des Actions	7
Soutien à la Fondation et Polio Plus	7
Moyens Financiers du District	7
5 Moyens Humains et Croissance	8
Attendu : Que Voulons-Nous Être ?	8
Objectifs Démographiques	8
Moyens au Niveau des Clubs (Capacité d'Adaptation)	8
MOYENS FINANCIERS	9
6 Moyens Humains au Niveau du District (Commission ESSOR)	9
7 : Communication et Formation	9
Communication Externe et Interne	9
Formation	10
8 Objectifs et Indicateurs Quantitatifs	11
9 Facteurs Clés de Succès et Évaluation	12

2-Analyse SWOT – Forces et Faiblesses

L'analyse Forces/Faiblesses – Opportunités/Menaces (SWOT) permet d'établir un diagnostic interne (Forces/Faiblesses) et externe (Opportunités/Menaces).

Forces

- **Gouvernance et Vision** : Gouvernance pluriannuelle stabilisée et vision commune au sein du district.
- **Engagement** : Motivation, professionnalisme et engagement marqué des membres du district.
- **Communication et Formation** : Communication et formation professionnelles et soutenues.
- **Ancrage Territorial** : Maillage de clubs crédibles, reconnus localement et fort ancrage territorial.
- **Dynamisme** : Dynamisme des clubs et diversité des modèles de clubs (corporate, thématiques, etc.).
- **Actions** : Actions à fort retentissement (ex: concert Presqu'île 44, Marathon de La Baule, EET).
- **Coopération** : Actions interclubs nombreuses et opportunités de coopération entre clubs.
- **Subventions** : Accès aux subventions (mondiales et de district) et partenariats locaux déjà engagés.

Faiblesses

- **Engagement** : Décalage d'engagement entre les membres des clubs et les dirigeants du district.
- **Fonctionnement Interne** : Fonctionnement interne des clubs déséquilibré, charge reposant sur un nombre limité de personnes surinvesties.
- **Compétences et Renouvellement** : Difficulté à faire monter les compétences depuis les clubs et à assurer le renouvellement des cadres, plan de succession des responsables des commissions mal assuré.
- **Image** : Image de marque du Rotary ne correspondant plus à la réalité. Déficit d'image globale, absence d'identité régionale forte.
- **Contraintes** : Ressenti négatif des contraintes juridiques et administratives, freinant l'engagement.
- **Repli des Clubs** : Beaucoup de clubs se replient sur eux-mêmes, oubliant la dimension multi-locale du Rotary.
- **Modèle** : Modèle élitiste du Rotary non remplacé par des critères clairs d'attractivité.
- **Communication inégale** : Communication inégale des actions des clubs, peu remontées au district.

Opportunités

- **Recrutement Ciblé** : Recrutement via LinkedIn pour toucher des profils jeunes, professionnels et engagés. Actions collectives locales de recrutement, soutenues financièrement et techniquement.

- **Contenus** : Création de contenus adaptés (vidéos, témoignages) pour valoriser l'impact du Rotary.
- **Alignement** : Actions alignées sur les causes du Rotary (transition écologique, inclusion numérique, etc.).
- **Clubs Nouveaux Formats** : Création de clubs de nouveaux formats (corporate, thématiques, etc.).
- **Flexibilité** : Adaptation de l'offre d'engagement (micro-bénévolat, participation ponctuelle).
- **Partenariats** : Développement de partenariats locaux (entreprises, collectivités) pour des actions RSE.
- **Communication Digitale** : Renforcement de la communication digitale (réseaux sociaux, communauté en ligne).
- **Gouvernance** : Implication des nouveaux membres dans la gouvernance pour rajeunir les instances.
- **Programmes** : Valorisation des programmes du Rotary (RYLA, Interact, etc.) pour attirer de nouveaux publics.

Menaces

- **Clubs** : Fermeture de clubs trop âgés, faute de renouvellement des effectifs.
- **Reconfiguration** : Reconfiguration des districts risquant de diluer l'identité régionale et la cohésion.
- **Fatigue des Membres** : Fatigue des membres, sollicités en permanence pour organiser les grands événements.
- **Résistance au Changement** : Manque d'ouverture de certains membres ou clubs aux changements et aux nouveaux profils.
- **Attentes des Jeunes** : Changement des attentes des jeunes générations (engagements flexibles et moins formels).
- **Contexte Économique** : Contexte économique local inégal, limitant les ressources et l'engagement.
- **Recrutement** : Baisse d'engagement et de recrutement des professionnels en activité.
- **Outils** : Absence d'outil intégré de gestion pour les clubs et le district.
- **Fondation** : Nombre insuffisant de clubs participant à la Fondation Rotary ou à la lutte contre la polio.
- **Démographie** : Vieillesse des effectifs et taux d'attrition élevé (\$15\%\$ pour \$13\%\$ de recrutement).

3 Actions et Objectifs Qualitatifs

Attendu : Que Voulons-Nous Faire ?

Nous souhaitons réaliser des actions à **fort impact durable**, mieux réparties entre le local et l'international, répondant à de véritables besoins, identifiables, efficaces, durables, et permettant une communication efficace.

La raison principale d'adhérer est l'application concrète de la devise : « **Servir d'abord** ».

Principes Directeurs des Actions

- **Impact** : Augmenter notre impact en privilégiant les programmes qui apporteront un changement durable à leurs bénéficiaires, et à leurs acteurs. Nouer des partenariats pour étendre et rendre réalisable les possibles.
- **Bénéficiaires** : Identifier clairement les bénéficiaires et le but recherché. Le Rotary doit répondre aux besoins directs des bénéficiaires, pour une meilleure visibilité.
- **Axes Stratégiques** : Inscrire les actions dans les **7 axes stratégiques du Rotary International** (Paix, Maladies, Eau/Assainissement, Santé Mères/Enfants, Éducation/Alphabétisation, Développement Économique, Environnement), et notamment dans le domaine de l'environnement, de la jeunesse et de l'action professionnelle.
- **Communication** : mettre en avant l'impact durable de nos actions ; Réaliser des fiches synthétiques, des photos ou des vidéos sur chaque action pour les mettre en ligne.

Moyens d'Action par Axe

- **Environnement – Développement Durable** : Inciter les clubs à intégrer le développement durable dans leurs actions/fonctionnement et à participer à l'éventuel Prix de l'Environnement du district.
- **Paix** : formation de rotariens à l'animation de sessions de présentation de la paix positive, à l'animation de sessions de formations à destination de lycéens, recherche de candidats à une bourse d'étude dans un centre rotarien pour la paix
- **Santé de la mère et de l'enfant,**
 - localement en incitant les clubs à mener des actions sur la santé mentale, par exemple,
 - internationalement en recourant aux dispositifs de financement conjoint avec la Fondation du Rotary
- **Eau et assainissement** en recourant aux dispositifs de financement conjoint avec la Fondation du Rotary
- **Education,** localement à travers les programmes jeunesse, et les concours proposés aux élèves, et en leur offrant la possibilité de découvrir le Service à autrui au sein de l'Interact ; Internationalement en recourant aux dispositifs de financement conjoint avec la Fondation du Rotary
- **Développement économique,** par mécénat de compétences, local ou international
- **Prévention des maladies,** par des actions locales de dépistage, d'information sur les vaccins, de collecte de sang ; Internationalement en recourant aux dispositifs de financement conjoint avec la Fondation du Rotary.

Moyens d'Action par domaine d'action

- **Jeunesse** :
 - **Student Exchange** : valider leurs motivations en respectant les exigences R.I. (formations, certification).
 - **ROTARACT** : Promouvoir le Rotaract auprès des *students* qui rentrent et convier les rotaractien(ne)s aux activités du Club,
 - **INTERACT** : Développer les clubs Interact, impliquer leurs familles.
 - **RYLA** : Organiser un séminaire annuel et inciter les Clubs à y envoyer des participants et à participer à la Soirée des Talents.

- **Jeunesse et Communication** : Inciter de nouveaux clubs à participer.
- **Action Professionnelle** :
 - Rechercher des soutiens financiers de partenaires professionnels en leur offrant une visibilité maîtrisée.
 - Inciter les clubs à mettre en œuvre une action professionnelle chaque année (entrepreneuriat, insertion professionnelle des jeunes).
 - Établir des partenariats avec des acteurs institutionnels et entreprises privées.
 - Organiser le séminaire annuel et les Prix professionnels.
 - Participer à l'**Outil en Main** en assurant la présence du logo Rotary.
 - Participer à Entreprendre pour apprendre EPA, en assurant la présence du logo Rotary
- **Action Internationale**
 - Rechercher des soutiens financiers de partenaires et de clubs Rotary étrangers pour mener des actions internationales
 - Inciter les nouveaux clubs à nouer des jumelages, ou des partenariats internationaux
- **Action d'intérêt public**
 - Relayer la communication sur les actions d'intérêt public menées par les clubs
 - Inciter les clubs à s'unir pour mener des actions d'intérêt public avec plus d'impact.

4 Financement et Fondation

Financement des Actions

- **Subventions de District** : Encourager les Clubs à demander une subvention de District pour les projets locaux ou internationaux, en privilégiant les investissements pérennes (et non les frais de fonctionnement) pour assurer la durabilité de l'action.
- **Subventions Global Grant** : Encourager les Clubs à mener une Action à Impact durable en demandant un *Global Grant*, seul ou en coopération, au niveau local ou international.
- **Bourse du Rotary** : Initier une bourse du Rotary tous les deux ans.
- **Actions Clé en Main** : Proposer des actions clé en main pérennes faciles à mettre en œuvre, ex: Cartouche vide, dictée, jeton cancer etc.

Soutien à la Fondation et Polio Plus

- **Augmenter l'Impact et la Portée** : Encourager tous les clubs à participer à **Polio +** et à la **Fondation**.
- **Implication** : Inciter les clubs à atteindre les objectifs de collecte recommandés par le R.I.:
 - **\$35 par rotarien pour Polio +**
 - **\$100 par rotarien pour la Fondation**
- **Inciter tous les clubs à monter une action à l'occasion du Polio Day, le 24 octobre**

Moyens Financiers du District

- **Transparence** : Étendre et renforcer la communication sur les dons à la Fondation et à Polio +, ainsi que sur leur utilisation, à travers les FSD et Global grants

- **Valorisation** : Expliquer le mécanisme triennal de valorisation de ces dons et des possibilités de subventions générées.
- **Contrôle** : Maintenir une commission d'audit des subventions du District.
- **Transparence de la gestion du district** : communiquer sur l'utilisation des cotisations au district ou au RI, faciliter la participation aux assemblées générales.

5 Moyens Humains et Croissance

Attendu : Que Voulons-Nous Être ?

Des clubs **dynamiques**, reflétant la **diversité** de leur communauté, pleinement intégrés et reconnus pour l'impact de leurs actions.

Objectifs Démographiques

Le District compte 44 Clubs Rotary, 1 Rotary club satellite, 4 Clubs Rotaract et 2 Clubs Interact, avec 1140 membres au 1^{er} juillet 2025.

Nous avons près de 3% de plus de démissions que d'admissions, nous devons Fidéliser, et nous devons recruter plus et de façon ciblée, pour **Augmenter l'impact et étendre la portée** :

- **Diversité** : Aboutir à un recrutement représentatif de l'environnement socio-professionnel, ouvert à tous.
- **Équilibre** : Représentation équilibrée Hommes/Femmes.
- **Socio-professionnel** : Représentation des Dirigeants, Fonctionnaires, Cadres, Techniciens, Artisans, Commerçants, Indépendants, Agriculteurs.
- **Rajeunissement** : Recruter des Jeunes et moins jeunes. Rajeunir est **vital** (âge moyen des Rotariens en France : 69 ans, des Français ayant entre 20 et 80 ans est 50 ans), le district est un peu en dessous de la moyenne des clubs Rotary en France, mais il est nécessaire d'inciter à agir sur ce critère.
- **Création de nouveaux clubs**, clubs satellites, à thème, e-club, clubs corporate ; le district soutien, favorise ou initie en toute ville du district des projets de création de club.
- **Meilleure expérience de club** : inciter les clubs à s'adapter, et écouter leurs membres.

Moyens au Niveau des Clubs (Capacité d'Adaptation)

Le Rotary International encourage l'adaptabilité régionale (au niveau région 14). Les clubs sont invités à s'ouvrir à de nouveaux modes de fonctionnement :

- **Réunions** : Ajuster la fréquence et l'horaire des réunions.
- **Assiduité** : Aborder l'assiduité de façon intelligente et compatible avec les exigences professionnelles d'aujourd'hui, la considérer plus sur la participation aux actions qu'aux réunions.
- **Cotisation** : Ajuster la cotisation suivant l'âge, l'ancienneté ou toute autre considération pertinente.
- **Statuts** : Permettre aux clubs de créer des profils de membres autres qu'actifs et d'honneur (ex: conjoint, membre associé).

- **Nouveaux Formats** : Promouvoir la création de **Clubs Satellites** et/ou de **Clubs thématiques**. Le R.I. propose divers formats flexibles (e-club, club satellite, club passeport, corporate, autour d'une cause, autour d'un thème).
- **Rotaract** : Améliorer le suivi des clubs Rotaract, vivier de futurs Rotariens.

MOYENS FINANCIERS.

Le District sur 3 exercices prélèvera sur ses fonds propres pour financer des actions de formation, d'achats de fichiers, de soutien aux créations de clubs, dans la limite totale de 50000€ : plan LinkedIn, plan fichiers commerciaux, frais d'accompagnement.

6 Moyens Humains au Niveau du District (Commission ESSOR)

La Commission ESSOR

La Commission ESSOR est le moyen d'action du District pour la croissance :

- **Équipe de District** : Une équipe dynamique avec autour du responsable essor du district : un facilitateur de création de club, pour le développement, et pour fidéliser les membres un facilitateur de l'amélioration de l'expérience de club, relayés et appuyés par un responsable Essor par zone en lien avec l'ADG (Assistant du Gouverneur), l'ADG assurant l'interface dynamique avec les clubs.
- **Responsable Effectif Club** : Encourager la nomination d'un responsable effectif dans les clubs, qui sera formé et soutenu par l'équipe Essor.
- **Gestion des Prospects** : Gérer les prospects sur le site du district avec un responsable attribué. Il pourra prendre contact avec les prospects pour souligner l'intérêt du Rotary, et attribuer le contact à un club, en lien avec les responsable essor de zone et/ou l'ADG
- **Suivi Nouveaux Membres** : Réunion annuelle par secteur avec le responsable Essor et l'ADG/DG/DGE/DGN.
- **Soutien aux Clubs** : Fournir un retour d'expérience sur les actions originales de recrutement, aider à la mise en place de clubs satellites/thématiques, et soutenir les clubs en difficulté.
- **Départs** : Réaliser un questionnaire sur les raisons des départs, avec statistiques bisannuelles, et un contact téléphonique par le responsable Essor de zone/ADG dans le mois suivant le départ si le club ne l'a pas fait.
- **Viviers de Recrutement** : Impulser une amicale des parents des YE *in* et *out* et une amicale des rylaciens (viviers pour recruter).
- **Ambassadeurs** : Remercier les sponsors, intervenants extérieurs, et les intégrer dans les manifestations. Les bénéficiaires et partenaires doivent être nos ambassadeurs.
- **Prix et concours du District** : Inciter les clubs à penser recrutement lors des contacts avec les professionnels et les familles des candidats, inciter les candidats à rejoindre un Interact ou un Rotaract.

7: Communication et Formation

Communication Externe et Interne

Attendu : Comment Voulons-Nous Être Perçus ?

Comme un réseau de **bénévoles humanistes actifs, heureux d'être rotariens**, témoins de ce que le Rotary leur a apporté, ancrés dans leur communauté, mettant leurs compétences professionnelles au service des autres, et des objectifs du Rotary International.

Objectifs

- **Augmenter l'impact**, en en faisant le critère de choix des actions,
- **Mesurer l'impact** réel des actions menées,
- **Promouvoir leurs** actions auprès du public et les communiquer au Rotary (district, Rotary Mag).
- **Former les clubs à bien communiquer** sur les réseaux sociaux.
- **Respect de la charte graphique** et de l'image publique du R.I. par les clubs.
- **Communication directe avec les membres** : une « newsletter » mensuelle attractive « Info 1510 », un « Flash info » à chaque évènement, SMS.
- Assurer la représentation de tous les clubs à l'université de rentrée et à la **Conférence de District** (communication en amont, programme attractif, tarifs optimisés).

Formation

Objectifs

- **Améliorer l'implication des participants** en leur donnant les moyens nécessaires pour remplir leurs missions.
- Favoriser le **développement personnel** des membres.
- Susciter la **transmission** de savoir des membres expérimentés aux nouveaux membres.
- Donner à chaque Rotarien **l'envie de parler du Rotary** autour de lui pour renforcer la visibilité et faciliter le développement des effectifs.
- Proposer une **formation continue** pour découvrir les fondements pour les nouveaux Rotariens et se familiariser avec les transformations pour les expérimentés.

Moyens

- **S.F.E.D. (Séminaire de Formation de l'Équipe de District)** : Formation des responsables de district (message du Président du R.I., Plan Stratégique, leadership).
- **S.F.P.E. (Séminaire de Formation des Présidents Élus)** : Formation des présidents élus (Plan Stratégique, leadership, formations techniques sur MyRotary).
- **Formations Techniques** : Formations pour les fonctions des bureaux des clubs (Présidents, Secrétaires, Trésoriers, Protocoles) en présentiel et e-learning sur MyRotary.
- **Formation ESSOR et Communication**, en présentiel, en visio, en e-learning
- **Inscription des membres sur MyRotary** : très insuffisant, au 30 juin 2025, 58% des membres actuels, et seulement 34% de ceux arrivés depuis moins de 1 an.
- **Formation des membres sur le Rotary e-learning**, trop peu utilisé, y compris par les membres des comités de club, seuls 20%, 233 membres ont suivi au moins 1 formation.
- **Événements de Formation** : Université de rentrée (formation de tous les rotariens, surtout les jeunes et nouveaux), Séminaires annuels de la Fondation et de l'action professionnelle.
- **Protection** : Former tous les responsables de commission du district ET tous les présidents de club à la **protection des mineurs et à la lutte contre le harcèlement**.
- **Formation des YEO** (Youth Exchange Officers) et des conseillers des clubs : 2 réunions par an en septembre et Mai, **UNE** présence au moins est obligatoire pour la certification.

8 Objectifs et Indicateurs Quantitatifs

Objectifs	Indicateur	Valeur Initiale	Valeur à 3 ans
Capacités d'Action			
Présence sur le Territoire	NB de clubs	45	50
Clubs avec Capacité d'Actions	NB de clubs à effectifs < 25	24	12
Rotaract	NB de clubs	4	5
Interact	NB de clubs	2	10
Membres			
Membres	NB	1130	1300
Féminisation des Membres	Taux (%)	24%	30%
Âge	Âge Moyen	63	58
Jeunesse dans les Clubs	% des moins de 50 ans	17%	25%
Fondation			
Clubs Participants (ne donnant pas)	NB ne donnant pas à la Fondation	6	2
Clubs Participants (ne donnant pas)	NB ne donnant pas à Polio+	7	2
Versement Fondation	€ par membre	54	65
Versement Polio+	€ par membre	30	35
Global Grant	NB 3 ans	3	9
Impact			
Actions apportant des changements durables pour les bénéficiaires	Nb abouties	?	50
Actions de Service	NB sur les CRM	40	60
Actions de Soutien Financier	NB sur les CRM	52	60
Actions pour du Cash	NB sur les CRM	14	20

Objectifs	Indicateur	Valeur Initiale	Valeur à 3 ans
Environnement	NB club participant	0	5
FORMATIONS Rotariennes			
Inscriptions sur my-rotary	% Des membres	57%	66%
Inscription sur my-rotary des nouveaux membres de moins de 1 ans	% des membres	34%	100%
Membres participant au e-learning	% des membres	20%	40%
Formation Peace Academy	Nb de membres	2	10

9 Facteurs Clés de Succès et Évaluation

- **Équipe de District** : Mise en place d'une équipe de District dynamique, volontariste, à l'écoute et au service des Clubs.
- **Continuité** : Le **G4** (IPDG, DG, DGE, DGN) a pour mission d'assurer la continuité de l'action du District. L'équipe de District est au service des Clubs pour le partage d'expérience et l'aide à la mise en œuvre des actions et demandes de subvention.
- **Évaluation** : Une **évaluation factuelle et chiffrée** des réalisations et du fonctionnement du District sera établie en fin d'année Rotarienne et présentée aux Rotariens lors de l'Université de rentrée.

Fait le 4 Février 2026

Joëlle ROUET – Past Gouverneure 2024-2025

Augustin THIEFFRY – Gouverneur 2025-2026

Alain FORET – Gouverneur élu 2026-2027

Nadia PAUVERT – Gouverneure nommée 2027-2028