



Lignes directrices sur la communication des bénéficiaires du BIOPAMA

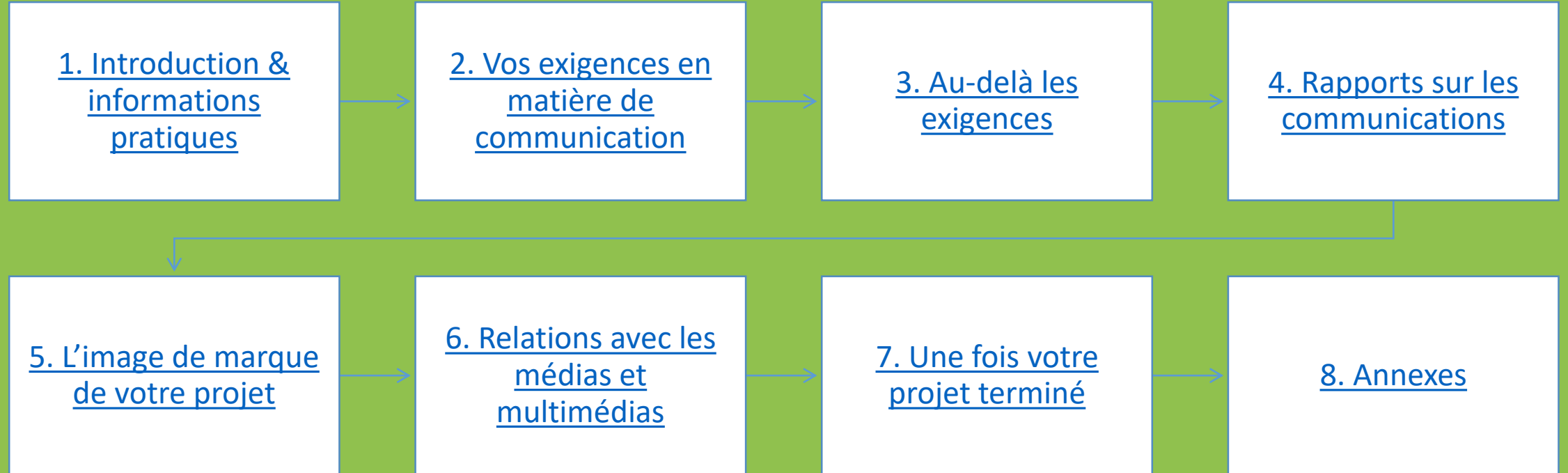
Version 2_mars2021. Cette version remplace la version1_23septembre2020.



An initiative of the Organisation of African, Caribbean and Pacific States financed by the European Union's 11th EDF.



From Knowledge to Action for a Protected Planet



Bienvenue dans la famille des bénéficiaires du BIOPAMA !

Bienvenue, vous mettez en oeuvre un projet enthousiasmant, qui aura des résultats forts pour votre(vos) aire(s) protégée(s) et conservée(s), avec le soutien financier de l'Union européenne et de l'Organisation des Etats d'Afrique, Caraïbes et Pacifique (OEACP), par le biais du Fonds d'action BIOPAMA.

1. Introduction & informations pratiques

En tant que bénéficiaire du Fonds d'action BIOPAMA, vos activités de communication liées au Projet doivent être conformes aux activités de communication et visibilité telles que décrites dans la proposition de projet, et doivent respecter les dispositions de votre contrat et les présentes Lignes directrices.

Les présentes Lignes directrices vous donneront des étapes pratiques pour communiquer autour de votre projet du Fonds d'action BIOPAMA (ci-après dénommé le « projet »). Elles sont conformes à la stratégie de communication globale du BIOPAMA et aux lignes directrices [Communication et visibilité des actions extérieures financées par l'UE](#).

La deuxième version de ces lignes directrices (mars 2021) remplace la première version (23 septembre 2020). Les modifications sont signalées par le symbole * et / ou l'icône «NEW ».



Communication avec le Secrétariat du FA BIOPAMA

Être en contact : Lorsque vous rédigez et publiez des produits de communication sur la subvention, vous devez entrer en contact avec votre point focal FA BIOPAMA.

Nous vous conseillerons sur la finalisation de vos produits, et veillerons à ce qu'il soient conformes aux présentes Lignes directrices et aux exigences de toutes les dispositions liées à la communication de votre contrat de subvention BIOPAMA.

Votre point focal FA BIOPAMA vous soutiendra et vous orientera dans la mise en œuvre de vos activités de communication liées au projet. Toutes vos activités et produits de communication doivent être approuvés par votre point focal FA BIOPAMA afin de garantir la conformité totale avec les présentes Lignes directrices.

Comment nous joindre : Contactez votre point focal FA BIOPAMA en utilisant l'adresse électronique BIOPAMA AC.INFO Nous serons heureux de discuter avec vous. N'oubliez pas de mentionner le numéro de référence de votre projet dans le sujet de votre e-mail.

Où trouver des ressources de communication utiles : Une page consacrée aux ressources est disponible sur le site Internet du Fonds d'action BIOPAMA [ici](#).

1. Introduction & informations pratiques



**Contactez
votre point
focal FA
BIOPAMA :**

Afrique de l'Ouest et centrale
BIOPAMA.AC.INFO.WCA@iucn.org

Afrique orientale et australe
biopama.ac.info.esa@iucn.org

Caraïbes
biopama.ac.info.caribbean@iucn.org

Pacifique
biopama.ac.info.pacific@iucn.org

Communication autour de votre projet FA BIOPAMA

Les activités de communication doivent avoir lieu pendant la durée de vie de votre projet du Fonds d'action BIOPAMA.

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION REQUISES :

Deux principaux types de produits de communication sont requis :

1. Vous devez envoyer au Fonds d'action BIOPAMA un certain nombre de produits de communication pendant la durée de vie de votre projet, en commençant dès les 30 premiers jours.
2. Vous devez mettre en œuvre vos activités de communication tel que présenté dans votre conception du projet.

Dépasser les exigences :

Vous êtes encouragé à dépasser les exigences.



Nous sommes sensibles à la diversité des langues. Vous pouvez envoyer les activités de communication attendues en français, anglais ou espagnol. Cependant, pour être plus efficace au niveau local et national, n'hésitez pas à publier vos propres articles, à publier sur les réseaux sociaux, ou à publier un prospectus dans votre(vos) langues locales ou nationales, si ce n'est pas l'une de ces trois langues.

1. Introduction & informations pratiques



Vous devez dresser la liste de toutes vos activités de communication dans votre rapport de projet.

Commencer sa communication

C'est facile de commencer... Complétez ces simples étapes ***dans les 30 jours*** suivant la signature de votre Accord de subvention. Ces étapes font partie de vos **exigences en matière de communication**.

1. Envoyez nous trois (3) images qui représentent votre projet. Elles seront utilisées pour promouvoir votre projet, et seront publiées sur la page de profil de votre projet. Veuillez noter que chaque image doit comporter le numéro de votre projet, une description (légende) et un auteur (crédit). En outre, nous devons avoir la confirmation que nous avons le droit d'utiliser ces images pour la finalité décrite ci-dessus. * *Veuillez nommer chaque image 'ProjectID_name of the image_credit author'- par ex: "C23459_Lions in Serengeti_credit John Smith"*

2. Envoyez nous les logos de votre organisation et de vos organisations partenaires. Les logos doivent être en haute résolution. * *Chaque logo doit être envoyé comme fichier séparé, avec le nom 'ProjectID_LogoLead/coApplicant_name' e.g. SA3455_LogoLeadApplicant_GovtOfHaiti"*

3. Remplissez le modèle de fiche de projet ([annexe 1](#)) et renvoyez-le nous. Nous l'utiliserons pour présenter votre projet sur le site Internet du Fonds d'action BIOPAMA et sur d'autres canaux et activités de communication.

2. Vos exigences en matière de communication



Les images de personnes et de nature sont celles ayant le plus d'impact.

Voir la [section Photographie](#) pour plus de conseils.

Commencer sa communication (suite)

C'est facile de commencer... Complétez ces simples étapes ***dans les 30 jours*** suivant la signature de votre Accord de subvention. Ces étapes font partie de vos **exigences en matière de communication**.

4. Créer la page du projet sur votre site Internet. Votre projet doit être présenté sur le site Internet de votre organisation. Consultez-nous si vous souhaitez des conseils sur la meilleure approche à adopter. Envoyez-nous le lien, une fois que votre page est active. Nous suggérerons peut-être des modifications à votre page pour garantir la conformité avec ce guide. Votre page doit inclure des informations sur le projet, et reconnaître le soutien financier en bonne et due forme.

- Si vous ne pouvez pas créer de page pour votre projet, vous devez absolument trouver une place pour votre projet sur une page existante. Veuillez en informer votre point focal FA BIOPAMA.
- Si votre organisation n'a pas de site Internet, il vous sera demandé d'utiliser le lien que nous vous fournirons avec la description de votre projet sur le site Internet du Fonds d'action BIOPAMA, à des fins de visibilité. Veuillez informer votre point focal FA BIOPAMA si votre organisation n'a pas de site Internet.

5. Faites la promotion de votre projet sur vos propres canaux de communication (réseaux sociaux, infolettres, etc.). Merci de nous envoyer les liens concernés. Votre page doit inclure des informations sur le projet, et reconnaître le soutien financier en bonne et due forme.

6. Par ailleurs... Familiarisez-vous avec ce guide. Soyez particulièrement attentif à l'échéancier des contributions que nous attendons de votre part (au moins deux fois par an).

2. Vos exigences en matière de communication



Lisez nos conseils pour [l'image de marque de votre projet](#)



Nos conseils pour les réseaux sociaux sont disponibles [ici](#)

Communication pendant l'exécution de votre projet

En tant que bénéficiaire du Fonds d'action BIOPAMA, vous devez nous aider à communiquer autour de votre projet. Vous devez envoyer au Fonds d'action BIOPAMA un certain nombre de produits de communication pendant la durée de votre projet. Merci de réaliser ces activités en français, anglais ou espagnol.

PENDANT L'EXÉCUTION DU PROJET

1. Nous vous demanderons des **informations sur votre projet et ses résultats**, pour nos activités de communication. Il vous est demandé de nous fournir ces informations. Il peut s'agir de : images de votre projet, mises à jour sur les résultats des activités, articles potentiels sur les endroits et personnes inspirantes qui ont contribué à ce travail.
2. * **Au moins deux articles par an**, rédigés et publiés sur vos canaux de communication.
3. * **Un article « endroit inspirant »** C'est une occasion pour sensibiliser le public sur votre aire protégée, sa valeur et les défis qu'elle doit relever. [\(Voir les détails en annexe 2\).](#)
4. * **Au moins une courte vidéo témoignage** de bénéficiaires de votre projet. [\(Voir la section Vidéos pour plus de précisions\)](#)
5. * **Au moins une publication sur les réseaux sociaux** sur chacun de vos réseaux sociaux, pour chaque article publié sur votre projet. [\(Voir la section Réseaux sociaux pour plus de précisions\)](#) Si votre organisation n'a pas de réseaux sociaux, veuillez en informer votre point focal FA BIOPAMA par écrit.

2. Vos exigences en matière de communication



Souvenez-vous de **prendre contact avec votre point focal FA BIOPAMA** avant de finaliser et de publier tout article ou contenu.



Communication pendant l'exécution de votre projet

En tant que bénéficiaire du Fonds d'action BIOPAMA, vous devez nous aider à communiquer autour de votre projet. Vous devez envoyer au Fonds d'action BIOPAMA un certain nombre de produits de communication pendant la durée de votre projet. Merci de réaliser ces activités en français, anglais ou espagnol.

DANS LES SIX MOIS AVANT LA FIN DU PROJET

1. * **Une solution complète PANORAMA** publiée sur PANORAMA.SOLUTIONS (en savoir plus [ici](#))
2. * **Un exemple de réussite** : axé sur les enseignements tirés de l'exécution du projet, les résultats et impact du projet, et le futur de l'aire protégée concernée, de sa communauté, etc.. Cet exemple sera mis en avant sur le Portail du BIOPAMA et dans l'infolettre de Protected Planet.
3. * **Au moins une courte vidéo témoignage** de bénéficiaires de votre projet.



Les activités de communication de votre description de projet et de ses étapes cruciales sont complémentaires à ces exigences. Vous devez réaliser vos activités de communication et vous conformer aux exigences des présentes Lignes directrices

2. Vos exigences en matière de communication



Souvenez-vous :

1. Prenez contact avec votre point focal FA BIOPAMA avant de finaliser et de publier tout article ou contenu.
2. Envoyez-nous les liens des articles, informations, publications, etc. publiés sur votre projet FA BIOPAMA.



Exceptions aux exigences

Vous avez peut-être remarqué que certaines des exigences des diapositives précédentes sont marquées d'un * : cela concerne certaines exceptions aux exigences marquées d'un * pour les bénéficiaires bénéficiant des subventions BIOPAMA suivantes:

- **Subventions d'intervention rapide (SIR)**
- **Petites subventions techniques (PST)**
- **Petites subventions techniques pour évaluations (PSTE)**

Alors que tous les bénéficiaires BIOPAMA sont encouragés à être aussi actifs que possible dans la création des produits de communications et de visibilité pour leurs projets, ceux marqués d'un * sont OPTIONNELS pour les bénéficiaires des subventions BIOPAMA SIR, PST et PSTE.

Le Secrétariat du Fonds d'action BIOPAMA sera heureux d'offrir support aux bénéficiaires des subventions SIR, PST et PSTE pour le développement de produits de communication, y compris, mais sans s'y limiter: articles, histoires de réussite, « lieux inspirants », témoignages vidéo, publications dans les médias et études de cas PANORAMA. Veuillez contacter votre point focal FA BIOPAMA pour explorer les possibilités.

2. Vos exigences en matière de communication



Communication pendant l'exécution de votre projet

AU-DELA DES EXIGENCES DE COMMUNICATION

Vous pouvez toujours faire plus et dépasser les exigences, tout en restant utile pour la visibilité de votre projet :

Si vous avez plus d'histoires enthousiasmantes et inspirantes, partagez-les ! Nous vous encourageons fortement à promouvoir votre projet au-delà des articles strictement requis pour satisfaire vos exigences en matière de communication. Nous republions et partageons le contenu de haute qualité sur nos canaux de communication, aussi n'oubliez pas de :

- ✓ **Tagger nos comptes** @IUCN_PA et #BIOPAMA, si vous publiez sur les réseaux sociaux.
- ✓ **Nous envoyer une copie** si vous publiez sur d'autres canaux.
- ✓ **Nous contacter** pour que nous validions vos produits et activités de communication.

CONTRIBUEZ AUX COMMUNICATIONS DU BIOPAMA !

Nous pouvons éventuellement vous contacter pour que vous contribuiez aux communications que nous réalisons pour le BIOPAMA (par ex. des articles axés sur un thème de la conservation pertinent pour votre travail). Nous vous donnerons toujours des nouvelles. C'est une excellente occasion de promouvoir encore plus votre projet, et d'accroître votre portée.

Nous voulons rester en contact même une fois votre projet fini, et avoir de vos nouvelles. Ne nous oubliez pas une fois votre projet terminé !

3. Dépasser les exigences



N'oubliez pas d'informer le FA BIOPAMA de vos activités de communication. Nous ferons la promotion de vos informations, vidéos, publications, si nous en sommes informés.

Notre équipe est là pour répondre à toutes vos questions afin de communiquer ensemble sur votre projet, conformément aux présentes Lignes directrices.

Rapports sur vos communications

Vous devez faire rapport sur vos communications dans votre rapport technique. Il est important que vous respectiez le modèle de rapport, car nous devons ensuite faire rapport à l'UE et au groupe d'Etats ACP sur les communications réalisées dans le cadre du Fonds d'action BIOPAMA.

Pour chaque rapport vous devez :

- 1. Complétez la section Communication, dans le modèle de rapport technique :** il faut dresser la liste de toutes les activités de communication réalisées, et des supports produits depuis votre dernier rapport. Vous devez faire la liste de **toutes** les communications liées à votre projet du Fonds d'action BIOPAMA : celles qui faisaient parties de vos exigences de communication en tant que bénéficiaire de Subvention, et celles que vous avez réalisées en plus (par ex. si vous avez republié sur vos réseaux sociaux une publication de l'UICN sur les subventions du Fonds d'action BIOPAMA ; ou si vous avez rédigé un prospectus pour votre projet).
- 2. Veillez à ce qu'il y ait une copie de tous vos produits de communication sur la page de votre projet :** cela garantit que nous avons bien une trace de toutes les communications produites sur les projets subventionnés par le Fonds d'action BIOPAMA.
- 3. Veillez à ce qu'il y ait une copie de toutes les images/vidéos utilisées dans vos produits de communication sur la page de votre projet.** Rappelez-vous le protocole pour chaque image que vous partagez avec nous (numéro de votre projet, légende, et crédits dans le titre de chaque image).

4. Rapports sur les communications

Utilisation des logos UE, ACP et BIOPAMA

Vous devez reconnaître la contribution financière de l'Union européenne et du Groupe de pays ACP par le biais du programme BIOPAMA.

Les logos de l'UE, ACP et BIOPAMA doivent apparaître clairement, et dans une taille et importance équivalente aux autres logos (par exemple celui de votre organisation) dans toutes les activités de communication, supports ou équipement du projet.

Ces supports et activités incluent, sans y être limité : brochures, bannières, prospectus, présentations PowerPoint, bannières horizontales, publications sur les réseaux sociaux, plaques commémoratives, publications et rapports, vidéos, véhicules, équipement, matériel informatique, fournitures et uniformes.



5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits



En aucune façon vous ne pouvez rogner, changer ou altérer le logo.

Ces logos ne **DOIVENT PAS ÊTRE** UTILISÉS sur votre matériel stationnaire, papier à en-tête ou cartes de visite.



Vous pouvez utiliser la **version noir et blanc des logos** si vous n'avez pas d'impression en couleur pour certains supports imprimés. Les logos sont disponibles sur votre [page de ressources](#).



Lorsqu'ils sont utilisés **sur des supports numériques, les logos doivent** inclure les hyperliens :
 BIOPAMA – www.biopama.org
 ACP – www.acp.int
 UE – www.Europa.eu

Description de la contribution financière des donateurs

LES INFORMATIONS DE CRÉDITS doivent être visibles en plus des logos BIOPAMA, UE et ACP :

- **Dans les supports de communication et de marketing, en format numérique ou imprimé :** « Avec le soutien de l'Union européenne et de l'Organisation des États d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA »



- **Sur les équipements, matériel informatique, fournitures, véhicules, uniformes :** « Fourni avec le soutien financier de l'Union européenne et de l'Organisation des États d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA »



- **Dans les publications sur les réseaux sociaux :** « Ce projet est soutenu par @EuropeAid et @PressACP par le biais de #BIOPAMA »
- **Dans les articles pour Internet :** Il n'y a pas d'expression consacrée, mais veillez à indiquer que votre projet reçoit un soutien financier de l'Union européenne et du Groupe de pays ACP dans le cadre du BIOPAMA. Si vous n'êtes pas sûr, utilisez simplement les informations de crédits ou la clause de non-responsabilité.

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits



Lisez la section suivante pour des exemples concrets d'utilisation de logos et de clauses de non-responsabilité



Tous les logos doivent être approuvés par l'équipe du FA BIOPAMA. N'oubliez pas de contacter votre point focal pour le Fonds d'action BIOPAMA avant de finaliser et de publier toute activité de communication sur votre projet.

Description de la contribution financière des donateurs

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Toute **publication** du bénéficiaire, peu importe la forme, le média, le caractère numérique et/ou imprimé (incluant les rapports, publications, prospectus, brochures et la page du projet de votre site Internet) doit inclure la clause de non-responsabilité suivante :

Ce <type de produit de communication> a été produit avec l'aide financière de l'Union européenne et de l'Organisation des Etats d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de <nom du Bénéficiaire> et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Union européenne ou du Groupe de pays Afrique, Caraïbes et Pacifique.

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits

PARAGRAPHE DE PRÉSENTATION DU BIOPAMA

Le paragraphe de présentation du Programme BIOPAMA doit être inclus dans les produits de communication de plus de 2 pages (par ex. brochures, publications) **et** sur la page de projet de votre site Internet.

À propos du BIOPAMA

Le Programme pour la biodiversité et la gestion des aires protégées (BIOPAMA) vise à améliorer la conservation à long terme et l'utilisation durable des ressources naturelles dans les pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique (ACP), dans les aires protégées et les communautés avoisinantes. C'est une initiative de l'Organisation des pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique, financée par le 11^e Fonds européen de développement de l'Union européenne, mis en œuvre conjointement par l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) et le Centre commun de recherche de la Commission européenne (CCR). S'appuyant sur les cinq premières années d'activités financées par le 10^e Fonds européen de développement (2012-2017), la deuxième phase du BIOPAMA offre des outils pour gérer les données et les informations, des services pour améliorer les connaissances, des capacités pour planifier et prendre des décisions relatives aux aires protégées, et enfin des opportunités de financement pour des actions spécifiques à l'échelle du site. www.biopama.org

L'image de marque de vos communications - exemples

SUPPORTS IMPRIMÉS y compris mais sans y être limité : infolettres, prospectus, brochures, rapports techniques et rapports annuels, doivent afficher les logos BIOPAMA, UE et ACP **avec les informations de crédit pertinentes** sur la page de garde ou la première page. Ils doivent également **inclure la clause de non-responsabilité**.

SUPPORTS IMPRIMÉS y compris mais sans y être limité : vidéos, documents multimédias, présentations PowerPoint dans le domaine du projet, et toute publication imprimée disponible en format électronique, doivent afficher les éléments de l'image de marque du BIOPAMA : Logos BIOPAMA, UE et ACP, **avec les informations de crédit pertinentes et la clause de non-responsabilité** (les logos et la clause de non-responsabilité ne sont pas forcément à la même place).

SUPPORTS DE MARKETING y compris mais sans y être limité : clés USB, chapeaux, T-Shirts, sacs, gourdes et tout autre objet promotionnel doivent inclure les logos BIOPAMA, UE et ACP **et les informations de crédit** : « Avec le soutien de l'Union européenne et de l'Organisation des États d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA »



Pour les objets de petite taille (comme les stylos et les clés USB), il est acceptable de ne pas inclure les informations de crédit si elles deviennent illisibles du fait de la petite taille.

ÉQUIPEMENT, MATÉRIEL INFORMATIQUE, FOURNITURE, VÉHICULES, UNIFORMES achetés dans le cadre de votre projet et/ou utilisés en rapport avec votre Subvention du Fonds d'action BIOPAMA doivent être clairement identifiés en affichant de façon visible les logos BIOPAMA, UE et ACP, ainsi que les **informations de crédit** : « Fourni avec le soutien financier de l'Union européenne et de l'Organisation des États d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA »

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits



N'oubliez pas de contacter votre point focal pour le Fonds d'action BIOPAMA avant de finaliser et de publier toute activité de communication sur votre projet. Nous veillerons à ce que vos activités de communication soient conformes aux exigences.

L'image de marque de vos communications - exemples

Utilisation des logos BIOPAMA, ACP et UE sans ou avec votre logo : options

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits



Les logos et autres ressources utiles sont disponibles [ici](#).



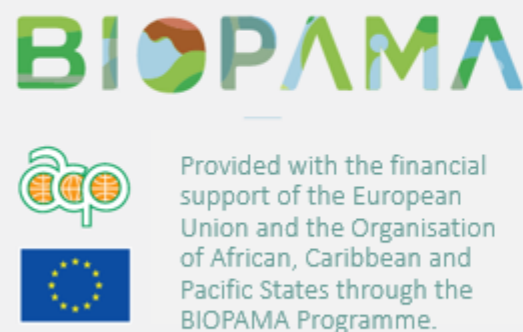
Lorsque la version couleur des logos n'est pas disponible pour les supports imprimés, utilisez la version en noir et blanc.



L'image de marque de vos communications - exemples

Utilisation des logos BIOPAMA, ACP et UE sans ou avec votre logo et avec les informations de crédit : exemples d'options

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits

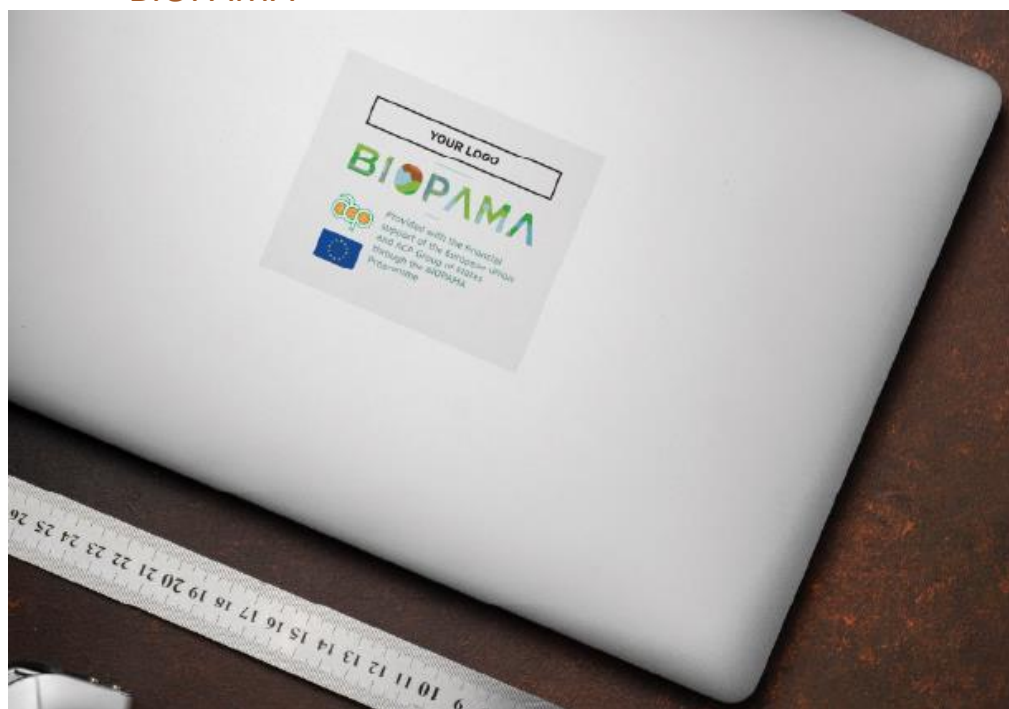


Présentez les informations de crédit dans la langue de votre support de communication.
Pour les supports marketing, pensez à présenter les informations de crédit dans la langue de la zone ou région où le support est utilisé.

L'image de marque de vos communications - exemples

Exemples de l'utilisation des logos et des informations de crédit sur **du matériel informatique (ordinateur portable) et des véhicules** : avec le crédit : « *Fourni avec le soutien financier de l'Union européenne et de l'Organisation des Etats d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA* »

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits



N'oubliez pas de contacter votre point focal pour le Fonds d'action BIOPAMA avant de finaliser et de publier toute activité de communication sur votre projet. Nous veillerons à ce que vos activités de communication soient conformes aux exigences.



Pour le matériel informatique, les véhicules et autres équipements achetés dans le cadre de votre projet FA BIOPAMA, il est fortement recommandé de présenter les informations de crédit dans la langue de la zone ou région où le support est utilisé.

L'image de marque de vos communications - exemples

Exemples d'utilisation de logos sur des supports marketing :
Clés USB et stylos : logos sans les informations de crédit

5. L'image de marque de votre projet : utilisation des logos et crédits



N'oubliez pas de contacter votre point focal pour le Fonds d'action BIOPAMA avant de finaliser et de publier toute activité de communication sur votre projet. Nous veillerons à ce que vos activités de communication soient conformes aux exigences.

Relations avec les médias

Les activités de relations avec les médias peuvent inclure : communiqués de presse, notes de presse, conférences de presse, avis aux médias, etc.

Consultez votre point focal FA BIOPAMA pour toutes vos relations avec les médias liées à votre projet. Nous serons heureux de vous aider avec un soutien et des orientations personnalisées, au cas par cas, et conformes aux présentes lignes directrices.

6. Relations avec les médias et multimédias

Réseaux sociaux

Lorsque vous produisez du contenu pour les réseaux sociaux concernant votre projet FA BIOPAMA, vous devez suivre les orientations ci-dessous :

- Toujours tagger les comptes **@IUCN_PA (Twitter)/ @IUCNProtectedAreas* (Facebook), @PressACP, *@EUPartnerships (Facebook) / @EU_Partnerships (Twitter)**
- Toujours inclure le hashtag **#BIOPAMA**

Cela marche mieux si c'est inclus dans une phrase : « *Ce projet est soutenu par @EUPartnerships et @PressACP par le biais de #BIOPAMA* »

Comment inclure les logos BIOPAMA, UE et ACP dans vos publications sur vos réseaux sociaux :

- Ajoutez-les à l'image qui accompagne votre publication (recommandé) ou
- Ajoutez les logos BIOPAMA, UE et ACP dans une image séparée à votre publication.



Photographie

La photographie est une excellente façon de montrer les avancées de votre projet. Veuillez respecter les instructions suivantes :

- ✓ Envoyez une copie de vos photos réalisées dans le contexte de votre projet FA BIOPAMA.
- ✓ Veillez à avoir l'autorisation d'utiliser les photographies dans le contexte décrit ci-dessus. Chaque auteur fournissant des photos de votre projet doit signer le « formulaire de consentement pour photographie ». Veillez à envoyer ce formulaire au photographe, et à l'envoyer ensuite à votre point focal FA BIOPAMA en même temps que la(les) photographie(s). [\(Voir annexe 3\)](#)
- ✓ Pour chaque photo, veuillez inclure dans le nom :
 - le numéro de référence/ID de votre projet (par ex. P100)
 - La description de la photographie (par ex. Lions dans le Parc national de Serengeti)
 - L'auteur de la photographie (par ex. crédit John Smith)
- ✓ **Photographies en haute résolution** : idéalement 240-300 dpi, de préférence en format paysage.
- ✓ **Ajoutez des informations aux métadonnées (propriétés) de la photographie** : (1) titre ; (2) lieu ; (3) courte description ou légende ; (4) nom du photographe ; (5) date de la photo ; (6) qui créditer pour l'image, si différent du nom du photographe. C'est une exigence directe de l'UE.

6. Relations avec les médias et multimédias

*Exemple de nom de photo :
« P100_Lions dans le Parc
national de
Serengeti_crédit John
Smith »*

Vidéos

Nous vous demandons de nous envoyer des témoignages vidéos. Nous sommes assez flexibles en termes d'exigences techniques. Si vous avez un smartphone que vous pouvez utiliser pour filmer et enregistrer une brève déclaration des bénéficiaires du projet, nous pouvons nous charger du script et du montage. Nous utiliserons les supports vidéos que vous nous envoyez pour nos communications visuelles/numériques.

6. Relations avec les médias et multimédias

Une fois votre projet terminé

Si votre projet ou vos actions continuent après la fin de la Subvention du Fonds d'action BIOPAMA, vous devez arrêter d'inclure les logos BIOPAMA, UE et ACP dans toutes les communications dans les six mois qui suivent la fin de votre subvention.

7. Une fois votre projet terminé

Tout support de communication réalisé après une période de six mois doit inclure la déclaration suivante :

« Une phrase précédente de ce projet <date à date> a été soutenue par l'Union européenne et l'Organisation des États d'Afrique, Caraïbes et Pacifique par le biais du Programme BIOPAMA »

Lorsque le don d'un ou plusieurs véhicules utilisé lors de l'exécution du projet à un organisme spécifié constitue spécifiquement l'un des livrables de l'action, il est demandé aux partenaires d'exécution de supprimer les marques de visibilité du BIOPAMA, de l'UE et de l'ACP lorsqu'ils transféreront la propriété des véhicules après la fin de l'action.

Annexe 1 - Fiche de projet

Veuillez remplir cette fiche en anglais, français ou espagnol, et l'envoyer à votre point focal pour le Fonds d'action BIOPAMA dans les 30 jours suivant la signature de votre contrat.

8. Annexes



Le formulaire de la fiche de projet est disponible sous format Word [ici](#)

1. Titre du projet	6. Outil de diagnostic utilisé (lorsqu'applicable)
2. Numéro de référence du projet	7. Objectifs du FA BIOPAMA réalisés :
3. Localisation (pays et région)	8. Besoin prioritaire répondu :
4. Durée (dates exactes de début et de fin, conformément à votre contrat)	9. Activités du projet (env. 200 mots)
5. Aire(s) protégée(s) et conservée(s) concernée(s) (avec référence de la BDMAP si applicable et lien vers le Système d'information de référence (RIS) rris.biopama.org)	10. Changement que l'exécution du projet apporter à l'aire(s) protégée(s) (env. 200 mots)
11. Mots clés (choisissez-en au maximum trois dans chacune des catégories suivantes, en effaçant les mots non-pertinents) :	
Type de zone prioritaire : Aire marine protégée - Aire marine gérée - Aire terrestre protégée - Aire conservée par des communautés autochtones et locales - Aire protégée à gouvernance privée - Conservatoire - Paysage clé pour la conservation - Zone clé pour la biodiversité - Zone transfrontalière Objectif principal : Gouvernance - Efficacité de la gestion - Moyens d'existence Groupes cibles : Communautés locales - Peuples autochtones - Jeunes - Femmes - Secteur privé - Agriculteurs/pêcheurs – Agence des aires protégées nationale ou régionale – Gouvernement national – Gouvernement local Principal axe de l'activité : Plan de gestion - Application - Cadre légal/régulation - Activités illégales - Cogestion - Participation - Moyens d'existence/Activités économiques alternatives - Développement durable - Approche basée sur le paysage - Ecotourisme - Financement durable - Espèces menacées - Conflit humain/vie sauvage - Restauration de l'écosystème/des habitats - Espèces exotiques envahissantes - Enquête/Gestion des données de connaissances - Efficacité de la gestion des aires protégées - Efficacité de la gouvernance des aires protégées - Renforcement des capacités - Sensibilisation/éducation - Adaptation/Atténuation/résilience au climat - Suivi/équipement des patrouilles - Droits humains - Liste verte de l'UICN.	

Annexe 2 - Lignes directrices pour l'écriture de contenu

CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES

Votre sujet : les avancées dans l'exécution de votre projet, les résultats de vos activités, les changements auquel il contribue, et les impacts pour l'aire protégée et la conservation de la biodiversité dans votre région et dans votre pays.

Votre public : Votre article sera publié sur le site Internet du Fonds d'action BIOPAMA. Le public principal de ce site Internet est : professionnels des aires protégées et conservées dans les pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique et au-delà ; décideurs de tous les niveaux ; communauté BIOPAMA y compris partenaires d'exécution et donateurs ; organisations donatrices ; communautés économiques régionales et autres organisations régionales. Gardez votre public à l'esprit lorsque vous écrivez votre article.

Votre article doit répondre aux **questions** suivantes :

- QUEL est le sujet de votre article (et Quel est le contexte, Qu'est-ce qui vient ensuite)
- QUAND cela a-t-il eu lieu
- OU cela a-t-il eu lieu
- QUI est impliqué
- POURQUOI cela a-t-il eu lieu

Et la valeur ajoutée... Votre article doit apporter de la valeur au lecteur, qu'il s'agisse d'information ou de divertissement.

La structure de votre article : nous vous recommandons d'utiliser la structure suivante :

- Titre (max 8 mots)
- Paragraphe principal (50-80 mots) : un court paragraphe soulignant le message principal de l'article.
- Corps de l'article : 5-8 principaux paragraphes détaillant les idées et activités liées au message principal. Cela peut inclure des citations des principales parties prenantes. Envoyez-nous avec votre article au moins 3-4 photos. Les photographies doivent être envoyées en pièces jointes séparées. N'oubliez pas de respecter le protocole pour les photographies.

8. Annexes



Annexe 2 - Lignes directrices pour l'écriture de contenu

Articles « endroit inspirant »

Les articles « endroit inspirant », comme leur nom l'indique, informent sur les aires protégées qui ont eu des succès en matière de conservation, gestion, gouvernance, et sont des sources d'inspiration. Le « Quel » est l'aire protégée ou conservée elle-même.

Un article « endroit inspirant » doit inclure les sous-sections suivantes :

- i. Informations de référence - sur l'aire protégée ;
- ii. Taille et localisation ;
- iii. Biodiversité et valeurs culturelles ;
- iv. Menaces ;
- v. Exemples de succès de conservation ;
- vi. Travail et résultats dans le cadre de votre projet Fonds d'action BIOPAMA.

Si votre aire protégée a obtenu le statut sur la Liste verte de l'UICN ou est un site candidat, n'oubliez pas de le mentionner !

8. Annexes

Annexe 3 - Formulaire de consentement pour photographie

L'Accord de licence d'image de l'UICN s'applique pour les images que vous partagez dans le cadre de votre projet.

La Bibliothèque de photos de l'UICN est un réservoir central de photographies libres de droits, d'illustrations et autres graphiques (les « Images »), pouvant être utilisées sans droits d'auteur par l'UICN et ses composantes statutaires dans le monde, sous format imprimé, électronique ou tout autre média, et à des fins non-commerciales uniquement.

Les personnes externes à l'UICN ou un employé de l'UICN hors de la portée de son contrat d'emploi qui prend ou crée ou contribue à une Image particulier (le « Photographe ») accorde à l'UICN une licence sans droit d'auteur, non-exclusive, pour copier, distribuer, modifier ou utiliser autrement l'Image dans le contexte de la mission et des objectifs statutaires de l'UICN.

L'utilisation des Images inclut mais sans y être limité le site Internet de l'UICN et les réseaux internes, les réseaux sociaux, les projections, les présentations PowerPoint, les publications (périodiques, rapports, infolettres, catalogues imprimés ou médias électroniques) et les communiqués de presse, les articles et les fiches, mais sans fin privées ou commerciales. Nonobstant, l'UICN se réserve le droit de distribuer les Images aux médias (imprimés et en ligne) pour la seule fin d'illustrer le travail de l'UICN.

Le droit d'auteur est dévolu et conservé par le Photographe. En conséquence, l'Image sera publiée avec le crédit suivant :

© [Nom du photographe]

Pour toutes les images prises ou créées par un membre du personnel de l'UICN dans le contexte ou le cadre de ses responsabilités professionnelles, et pour toutes les Images prises ou créées par un consultant de l'UICN dans le contexte ou le cadre de son contrat, le droit d'auteur est dévolu et conservé par l'UICN. En conséquence, l'Image sera publiée avec le crédit suivant :

© UICN/[Nom du photographe]

L'UICN peut, de temps en temps, contacter le Photographe pour lui demander l'autorisation pour des utilisations non précisées dans le présent Accord.

Le présent Accord, qui peut être amendé par l'UICN sans avis, s'applique à toutes les soumissions ultérieures d'Images par le Photographe sans avoir besoin qu'il/elle signe encore la politique.

COMPRIS ET ACCEPTÉ PAR LE PHOTOGRAPHE

Le Photographe confirme être le créateur de cette/ces Image(s), qu'aucune autre partie n'a de droit juridique dessus qui pourrait être contraire au présent Accord, et accepte les conditions générales telles que décrites ci-dessus.

8. Annexes



*Le formulaire de consentement
pour photographie est
disponible sous format Word
[ici](#)*



From Knowledge to Action for a Protected Planet

Donors & Implementing Partners



www.biopama.org

The Biodiversity and Protected Areas Management Programme (BIOPAMA) is an initiative of the Organisation of African, Caribbean and Pacific States financed by the European Union's 11th EDF.