

**BEST**

VOLUNTARY SCHEME  
FOR BIODIVERSITY AND  
ECOSYSTEM SERVICES  
IN TERRITORIES OF  
EUROPEAN OVERSEAS



# Appel à propositions BEST 2.0+

## Lignes directrices - Communication et Visibilité

**2021**



© Ben Dilley

[www.best2plus.org](http://www.best2plus.org)



Funded by the European Union.  
The content of the report is the  
sole responsibility of IUCN and do  
not necessarily reflect the views of  
the European Union.

**BEST  
2.0+**



# Table des matières

1. Principes généraux
2. Exigences de communication
3. Identité visuelle
4. Multimédia et relations médias



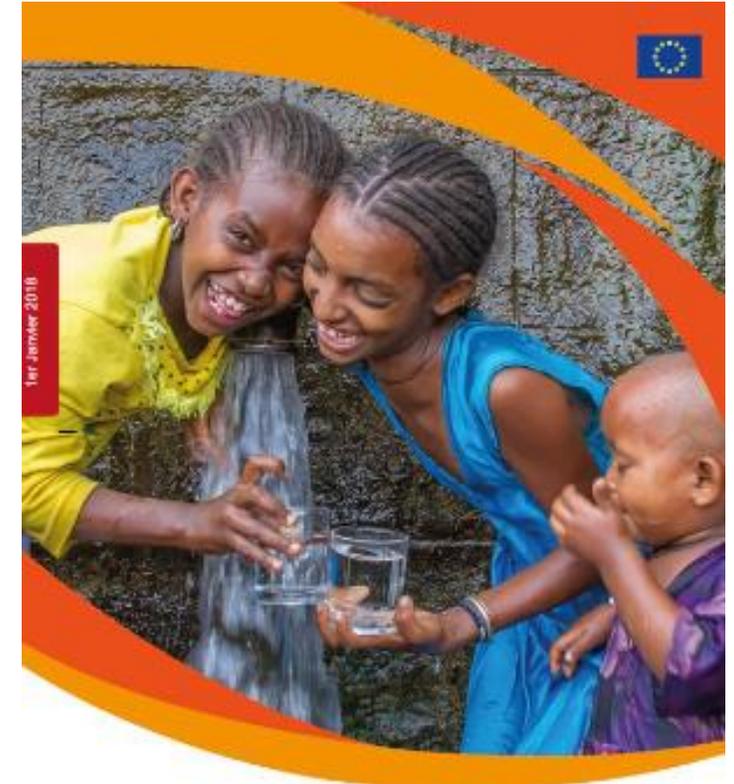
© Stewart McPherson

# Principes généraux

5

# Principes généraux

- ❖ Une communication efficace est une composante essentielle d'un projet BEST réussi
  - ❖ Bien communiquer est une obligation légale et doit respecter les dispositions de votre contrat et les présentes lignes directrices
  - ❖ Veuillez également vous familiariser avec les [Lignes directrices 'Communication et visibilité des actions extérieures financées par l'UE'](#)
- 
- ❖ La communication intervient tout au long du cycle du projet et il convient de séquencer avec soin les actions et les produits de communication et de visibilité afin d'obtenir un résultat maximal : les différentes étapes du cycle peuvent nécessiter des actions différentes
  - ❖ Contactez votre point focal régional BEST 2.0+ avant toute activité de communication afin de recevoir le soutien et l'approbation nécessaire



Communication et visibilité des actions  
extérieures financées par l'UE

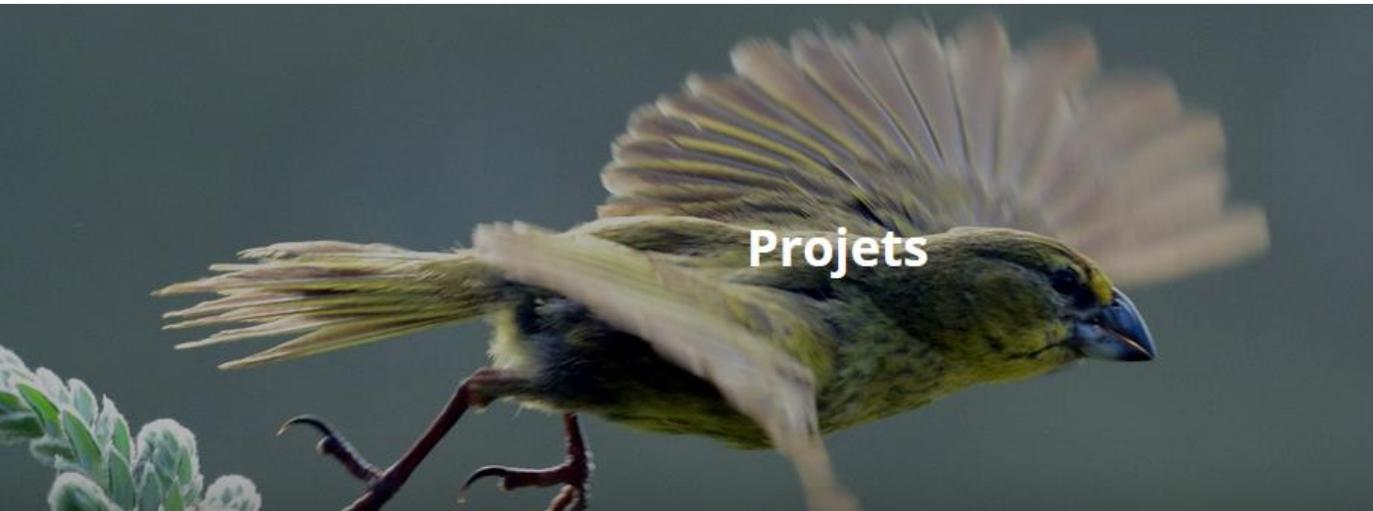
Lignes directrices à l'intention des partenaires

# Principes généraux



Nous apprécions la diversité linguistique. En plus de la langue locale/nationale, vous avez la possibilité de publier vos propres articles, de communiquer sur les réseaux sociaux ou de produire une brochure en anglais pour une diffusion à l'échelle européenne.

- ❖ Il y a deux types d'activités requises :
  - Vos activités de communication telles que planifiée dans votre projet
  - Les exigences BEST s'appliquant à tous les projets BEST 2.0+
- ❖ Tous les documents BEST sont disponibles sur le site de [BEST 2.0+](#)



**Vous devez lister toutes les activités de communication dans le rapportage de votre projet.**

L'ensemble des projets financés par l'initiative BEST de 2011 à 2018 est listé dans cette brochure.

Des **fiches d'impact régionales** présentent les résultats de l'initiative BEST, y compris les projets BEST 2.0 pour les régions **Caraïbes, Pacifique, Océan Indien, Atlantique Sud, Polaire et Subpolaire**.

Plus d'informations sur les projets BEST 2.0 sont disponibles [ici](#) et quelques vidéos ci-dessous :

## Principes généraux

Pour bien communiquer, il est essentiel d'identifier le public cible avec précision !

- ❖ Vos activités de communication doivent inclure les éléments suivants : un **objectif** de communication clair; des **publics cibles** bien définis; des **messages clés** correspondant aux objectifs BEST; un **calendrier**; un **budget**; des **canaux** de communication adaptés au contexte; des **indicateurs** permettant de suivre et d'évaluer la réussite et la portée des activités;
- ❖ De surcroît, elles doivent :
  - utiliser des **informations précises et factuelles**;
  - être **correctement planifiées et séquencées**, mais aussi tirer parti des occasions qui peuvent se présenter;
  - mettre en valeur les dimensions humaine et 'nature' du projet, en adoptant, autant que possible, une **approche qui 'raconte une histoire'**, mettant l'accent sur les bénéfices concrets dans la vie des gens et pour l'environnement et la conservation, plutôt que sur les étapes administratives ou les budgets;
  - tenir compte du **contexte local**, des coutumes et des pratiques locales;
  - utiliser la ou les **langues locales**, dans la mesure du possible;
  - être adaptées aux canaux utilisés et au public ciblé sur les plans du style et du registre;
  - doivent être mises à profit, le cas échéant, au moyen de partenariats avec les personnes et les organisations susceptibles d'avoir un effet multiplicateur.

# Exigences BEST et au<sup>s</sup> delà

# Exigences BEST

Pour commencer



Complétez les étapes listées ci-dessous dans les 30 premiers jours de votre projet :

## 1. Envoyez-nous **trois photos représentant votre projet**

- ❖ Elles seront utilisées pour promouvoir votre projet ainsi que sur la page de profil de votre projet sur le site BEST 2.0+
- ❖ Veuillez noter que chaque photo doit contenir la référence de votre projet, une description (légende) et un auteur (crédit)
- ❖ Nous avons besoin de la confirmation que nous sommes autorisés à utiliser ces images aux fins décrites ci-dessus



Privilégiez les photos  
de nature et de  
personnes

Voir la section  
["Photographies"](#) pour  
plus de conseils

## 2. Envoyez-nous le **logo de votre organisation** et des organisations partenaires (co-demandeurs) le cas échéant

- ❖ Les logos doivent être en haute résolution et en format vectoriel.

## 3. **Créer une page dédiée au projet sur votre site internet**

- ❖ Si ce n'est pas possible, une alternative doit impérativement être trouvée

## 4. **Faire la promotion du projet via vos propres canaux de communication** (réseaux sociaux, listes de distribution, etc.)

La page doit inclure des informations sur le projet et reconnaître la contribution financière de l'UE  
Envoyez-nous les liens

# Exigences BEST



Pendant la mise en œuvre du projet

- ❖ Vous devez fournir au secrétariat BEST un certain nombre de contributions pendant la durée de vie de votre projet
- ❖ Il peut s'agir d'images/photos illustrant votre projet, des mises à jour sur les résultats des activités, d'articles sur des lieux inspirants et des personnes contribuant au projet, *etc.*
- Au moins 1 article publié sur vos canaux de communication
- Un article 'BEST 2.0+', c'est l'occasion de faire connaître votre projet, sa valeur et ses enjeux
- Au moins un bref témoignage vidéo de bénéficiaires de votre projet
- Au moins une publication sur tous vos réseaux sociaux



A la fin du projet

- Une solution PANORAMA (complète) publiée (*plus d'informations suivront*)
- Une « *success story* » (réussite) centrée sur les enseignements tirés de la mise en œuvre du projet, les résultats, impacts et prochaines étapes



Les activités de communication planifiées dans votre projet sont complémentaires de ces exigences. Vous devez mettre en œuvre vos activités de communication et vous conformer aux exigences de ces lignes directrices.

## Au delà des exigences BEST

- ❖ Vous pouvez toujours en faire plus !
- ❖ N'hésitez pas à partager de nouvelles passionnantes et inspirantes ! Nous vous encourageons fortement à promouvoir votre projet au-delà des contributions requises
- ❖ Nous republions et partageons du contenu de haute qualité, alors n'oubliez pas de **nous envoyer une copie** et sur les réseaux sociaux de tagger nos comptes @IUCN\_PA, @IUCNEurOverseas, @EU\_Partnerships et d'inclure le hashtag #BEST2.0+
- ❖ Nous pouvons être amené à vous solliciter afin de contribuer à d'autres produits BEST (par exemple pour un article axé sur une thématique liée à votre projet), ce qui représente une excellente occasion de promouvoir votre projet et d'en augmenter la visibilité



Pensez bien à consulter votre point focal avant de finaliser et de publier des articles ou du contenu lié à votre projet.

## Obligations de rapportage

- ❖ Vous devez rendre compte de votre communication dans le cadre des exigences de rapportage
- ❖ Le rapport technique BEST 2.0+ comprend une section «Communication» qui devra énumérer toutes les activités de communication entreprises et le matériel produit depuis votre dernier rapport
- ❖ Assurez-vous qu'il existe une copie de tous vos résultats de communication sur la page de votre projet

# L'identité visuelle BEST

# L'identité visuelle BEST



## Logos

- ❖ Vous devez toujours mentionner la contribution financière de l'UE au programme BEST 2.0+ et son bailleur, la Direction-générale des partenariats internationaux de la Commission européenne (DG INTPA)
- ❖ Les logos BEST 2.0+, avec celui de Biodiversity4Life et l'emblème de l'UE doivent être clairement affichés et avoir la même importance et taille que les autres logos (celui de votre organisation par exemple) pour l'ensemble de vos activités
- ❖ Ces supports et activités incluent, sans s'y limiter, les brochures, kakémonos, dépliants, présentations PowerPoint, bannières, publications sur les réseaux sociaux, publications et rapports, vidéos, véhicules, matériel, fournitures et uniformes, *etc.*



Vous pouvez utiliser la version noir et blanc des logos si l'impression couleur n'est pas disponible pour certains documents imprimés



Vous ne devez en aucun cas recadrer, changer ou altérer les logos.

Ces logos **NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉS** pour vos papier à en-tête ou cartes de visite.

- ❖ Les logos sont disponibles sur le site de BEST 2.0+

# L'identité visuelle BEST



## Crédits

- ❖ Outre les logos, vous devez inclure la phrase suivante : “Ce projet BEST 2.0+ est financé par l’Union européenne.”
- ❖ Et sur les réseaux sociaux : “Ce projet est financé par @EU\_Partnerships via #BEST2.0+.”
- ❖ Vous devez également ajouter un lien vers le site de BEST 2.0+ : <https://www.best2plus.org/>

## Clause de non-responsabilité

- ❖ L’UE n’est pas responsable du contenu de votre communication, qui doit toujours inclure une clause de non-responsabilité :

‘Ce <type de support de communication> a été réalisé avec le soutien financier de l’Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité de <nom du bénéficiaire> et ne reflète pas nécessairement les opinions de l’Union européenne.’

# L'identité visuelle BEST



## Déclaration BEST 2.0+

- ❖ Un court paragraphe explicatif doit être inclus à tout produit de plus de deux pages (for e.g. brochures, publications) et sur la page web du projet sur votre site internet :

‘L’objectif de BEST 2.0+ est de promouvoir la conservation de la biodiversité, l’utilisation durable des ressources naturelles et des services écosystémiques, y compris pour l’adaptation au changement climatique et l’atténuation de ses effets, dans les Pays et Territoires d’Outre-mer (PTOM) de l’Union européenne.

BEST 2.0+ cherche à atteindre son objectif en renforçant les autorités locales et les organisations de la société civile qui sont engagées dans le développement local, la conservation de la biodiversité et l’utilisation durable des services écosystémiques dans les PTOM à travers la mise en œuvre d’un mécanisme de subventions qui s’accompagne d’activités de renforcement des capacités.

BEST 2.0+ poursuit l’initiative BEST et constitue une suite directe du programme BEST 2.0. Pour en savoir plus : <https://www.best2plus.org>



Utilisez le crédit d’information dans la langue du support de communication que vous utilisez.

## L'identité visuelle BEST



Le bénéficiaire BEST doit s'assurer que les sites présentent des informations à jour et que tous ses liens fonctionnent correctement

### Une fois le projet terminé

- ❖ Lorsque les actions se poursuivent à l'issue du projet BEST 2.0+, les logos ne peut pas être utilisé dans les nouvelles activités de communication après un délai de six mois suivant la fin du projet BEST
- ❖ Les documents de communication créés à l'issue de ce délai de six mois doivent comporter la mention suivante :  
« Une phase antérieure <date 1 - date 2> de ce projet a bénéficié du soutien de l'Union européenne via le programme BEST 2.0+. »
- ❖ Lorsque l'un des résultats du projet consiste en la remise d'un ou plusieurs véhicules utilisés dans le cadre de la mise en œuvre du projet, au terme de celle-ci le bénéficiaire BEST est tenu de retirer les logos de ce ou ces véhicules

# L'identité visuelle BEST

## Illustrations

- ❖ DOCUMENTS IMPRIMÉS, tels que bulletins d'information, dépliants, brochures, rapports techniques et rapports annuels doivent afficher les logos avec les crédits d'information en identifiant clairement la publication comme faisant partie d'un projet financé par l'UE et la bannière inférieure du recto ou du verso comportant une clause de non-responsabilité
- ❖ DOCUMENTS NUMÉRIQUES, tels que vidéos, fonctionnalités multimédias, présentations *PowerPoint* dans le cadre du projet
- ❖ MATÉRIEL MARKETING, tels que les clés USB, les chapeaux, les T-shirts, les sacs, et tout autre gadget promotionnel doit inclure les logos, crédits et clause de non-responsabilité
- ❖ ÉQUIPEMENT, MATÉRIEL, FOURNITURES, VÉHICULES, UNIFORMES achetés dans le cadre de votre projet doivent être clairement identifiés en affichant visiblement les logos avec les crédits d'information de crédit et la clause de non-responsabilité ('Fourni avec le soutien financier de l'Union européenne.')
- ❖ EVENEMENTS PUBLICS, PUBLIC EVENTS tels que conférences, ateliers, séminaires, débats, formations, foires et exhibitions financés par le projet BEST 2.0+



Toutes les activités de communication doivent être produites en tenant compte des bonnes pratiques environnementales !

Pour le matériel de petite taille (e.g. stylos et clés USB), il est acceptable de ne pas inclure les crédits s'ils sont illisibles

# **Multimédia et relations médias**

# Multimédia et relations médias



## Médias

- ❖ Il peut s'agir d'entretiens, de communiqués, conférences ou points presse pour lesquels nous serons heureux de vous apporter un soutien et des conseils personnalisés

## Photographies

Veillez respecter les points suivants :

- ❖ Envoyez une copie des photos produites dans le cadre du projet
- ❖ Assurez-vous que nous disposons des autorisations nécessaires pour utiliser les photos : chaque photographe doit signer le « Formulaire d'autorisation d'utilisation de photographie » (diapo suivante)
- ❖ Le nom de chaque photo doit inclure :
  - Le numéro de référence de votre projet (e.g. « P-100 »)
  - la description de la photographie (e.g. « Papillon Morpho - Parc Amazonien de Guyane »)
  - l'auteur de la photographie (e.g. « crédit John Smith »)
- ❖ Photographies haute résolution : idéalement 240-300 dpi. Les formats paysage sont préférables.
- ❖ Ajoutez des informations aux métadonnées (propriétés) de la photographie : (1) titre; (2) emplacement; (3) brève description ou légende; (4) nom du photographe; (5) date à laquelle la photo a été prise; (6) informations sur les crédits d'image, si différente du photographe

# Multimédia et relations médias



Le bénéficiaire BEST accorde à l'UE et l'UICN une licence non exclusive, irrévocable et exempte de redevance lui permettant d'utiliser tous les matériels et produits de communication et de visibilité élaborés pour soutenir le projet BEST 2.0+

## Le «Contrat UICN de licence d'image»

La photothèque de l'UICN centralise photographies, illustrations et autres graphiques libres de droits (les «images»), à utiliser gratuitement par l'UICN et ses composantes statutaires\* et ce dans le monde entier, sur format papier, électronique ou tout autre support et à des fins non commerciales uniquement.

Les personnes extérieures à l'UICN ou employés de l'UICN en dehors de leur contrat de travail qui prennent ou crée une image particulière (le 'Photographe') accordent à l'UICN une licence libre de droits et non exclusive pour copier, distribuer, modifier ou autrement utiliser les images dans le contexte de la mission et des objectifs statutaires de l'UICN.

L'utilisation d'images comprend, sans s'y limiter, le site Web de l'UICN et les systèmes de réseaux internes, les réseaux sociaux, les projections, les présentations PowerPoint, les publications (périodiques, rapports, bulletins d'information, catalogues sur support papier ou électronique) et les communiqués de presse, articles de fond et faits mais pas à des fins privées ou commerciales. Néanmoins, l'UICN se réserve le droit de distribuer des images aux médias (imprimés et en ligne) dans le seul but d'illustrer le travail de l'UICN.

Le droit d'auteur appartient et est conservé par le photographe. Par conséquent, les images seront publiées avec le crédit suivant:

© [Nom du photographe]

L'UICN peut, de temps à autre, contacter le photographe pour demander une autorisation pour des utilisations non décrites dans le présent accord. Le présent Accord, tel que modifié par l'UICN sans préavis de temps à autre, s'appliquera à toutes les soumissions ultérieures d'images par le photographe sans qu'il soit nécessaire de signer à nouveau la politique.

### COMPRIS ET ACCEPTÉ PAR LE PHOTOGRAPHE

Le photographe confirme qu'il est le créateur de cette/ces images, qu'aucune autre partie n'a de droits légaux sur ceux-ci qui pourraient être incompatibles avec le présent contrat et qu'elle/il accepte les termes et conditions tels que décrit ci-dessus.



Le formulaire d'autorisation d'utilisation de photographies est disponible en format Word et sera mis à disposition par le Secrétariat.

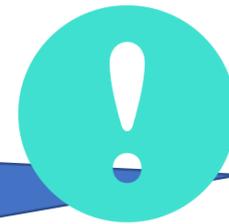
# Multimédia et relations médias

## Vidéo

Veillez prendre les points suivants en compte pour vos témoignages vidéos :

- ❖ Vous pouvez commencer par vous présenter brièvement, ainsi que votre organisation, votre territoire, ses spécificités et les enjeux de biodiversité
- ❖ Vous pouvez alors soit vous concentrer sur les activités mises en œuvre grâce au financement BEST, quelle est sa valeur ajoutée, ce que vous avez appris tout au long de la subvention ou que vous avez pu reproduire depuis
- ❖ Une autre possibilité pourrait être de mettre l'accent sur vos besoins et défis restants, vos actions futures et vos collaborations
- ❖ N'oubliez pas de mentionner BEST lors de votre intervention mais n'hésitez pas à exprimer votre avis et vos idées, c'est votre message !
- ❖ Format : votre intervention doit durer de 2 à 3 minutes

Comme pour les photos, les métadonnées descriptives (titre, résumé, dates de tournage et de production, société de production, version(s) du réalisateur, la langue, ainsi que les fichiers de scénario et les sous-titres le cas échéant) doivent être fournies



Un message vocal enregistré, ou d'autres productions audio/radiophoniques peuvent également être envisagés

### Positionnement de votre caméra

- ❖ Essayez de ne pas tenir l'appareil photo ou le téléphone dans votre main, placez-le sur un support ou une surface solide
- ❖ Vous pouvez aussi demander à une deuxième personne de tourner la vidéo
- ❖ Gardez votre appareil photo au niveau de votre visage afin de ne pas regarder trop loin vers le haut ou vers le bas
- ❖ Si vous utilisez vous-même votre appareil, essayez de ne pas vous regarder à l'écran - concentrez-vous plutôt sur le contact visuel avec l'objectif de l'appareil (il peut être utile de positionner l'aperçu à proximité de la caméra)

### Eclairage

- ❖ Il est important de considérer où réaliser votre vidéo, la lumière naturelle peut être un gros plus
- ❖ A l'extérieur, le meilleur moment est le matin lorsque le soleil se lève ou le soir il se couche
- ❖ A l'intérieur, assurez-vous d'avoir beaucoup de lumière, il peut être utile d'enregistrer près d'une fenêtre
- ❖ Si la lumière du soleil n'est pas une option, essayez de positionner un éclairage autour de la zone filmée

### Bruit de fond

- ❖ Prenez une minute pour voir s'il y a des sons distrayants ou répétitifs où vous souhaitez enregistrer
- ❖ A l'intérieur, pensez au bruit de la circulation, au bruit des ventilateurs ou aux climatiseurs fonctionnant en arrière-plan
- ❖ A l'extérieur, en cas de vents forts ou de bruits provenant d'activités humaines, envisagez d'utiliser un casque Bluetooth

### Vêtements

- ❖ Assurez-vous que vos vêtements ne se confondent pas trop avec votre arrière-plan

## Conseils de rédaction

### Votre thème

L'état d'avancement de la mise en œuvre de votre projet, les résultats de vos activités, le changement auquel il contribue et son impact sur la biodiversité de votre région et de votre pays.

### Votre public

Votre article sera publié sur le site BEST 2.0+. Le public principal de ce site Web est : les praticiens des aires protégées et conservées de la région, les régions d'outre-mer de l'UE et au-delà, les décideurs à tous les niveaux, la communauté BEST, y compris les partenaires et bailleurs.

### Les cinq QUESTIONS

Votre article doit répondre aux questions suivantes :

QUEL est le contenu de votre article (et quel contexte) ?

QUAND est-ce que c'est arrivé ?

OÙ cela a été mis en œuvre ?

QUI est impliqué ?

POURQUOI cela a été initié ?



### La valeur ajoutée

Votre article doit apporter de la valeur à votre projet pour le lecteur, qu'il s'agisse d'informations ou de 'divertissement'.

### La structure de votre article

Nous vous recommandons 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 paragraphes principaux détaillant les idées et les activités liées au message principal. Il peut inclure des citations des parties prenantes concernées.

! Envoyez-nous au moins 3-4 photos avec votre article. Les photographies doivent être partagées sous forme de pièces jointes distinctes.

**BEST**

VOLUNTARY SCHEME  
FOR BIODIVERSITY AND  
ECOSYSTEM SERVICES  
IN TERRITORIES OF  
EUROPEAN OVERSEAS



# On a hâte de vous entendre !

[www.best2plus.org](http://www.best2plus.org)



Funded by the European Union.  
The content of the report is the  
sole responsibility of IUCN and do  
not necessarily reflect the views of  
the European Union.

**BEST**  
**2.0+**

