



RESSOURCES ET ORIENTATION DE SOUS-SUBVENTION

ADVANCING PARTNERS & COMMUNITIES

ORIENTATION SUR LE PLAN DE STRATEGIE DE CO-BRANDING ET DE
MARQUAGE POUR LES BENEFICIAIRES DE SUBVENTIONS



Advancing Partners & Communities

Advancing Partners & Communities (APC) est un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International (USAID) en vertu de l'Accord No. AID-OAA-A-12-00047, à compter du 1er octobre 2012. APC est mis en œuvre par JSI Research & Training Institute, Inc., en collaboration avec FHI 360. Le projet se concentre sur la promotion et le soutien des programmes communautaires visant à améliorer la santé globale des communautés et atteindre d'autres impacts liés à la santé, en particulier par rapport à la planification familiale. APC fournit un leadership global pour la programmation communautaire, l'exécution et la gestion des sous-subsventions d'un montant moyen ou faible, soutient la réforme d'approvisionnement en préparant des allocations pour exécution par l'USAID, et renforce les capacités techniques des organisations à mettre en œuvre des programmes efficaces.

JSI RESEARCH & TRAINING INSTITUTE, INC.

1616 Fort Myer Drive, 16th Floor
Arlington, VA 22209 USA
Phone: 703-528-7474
Fax: 703-528-7480
Email: info@advancingpartners.org
Web: advancingpartners.org

ADVANCING PARTNERS & COMMUNITIES

**ORIENTATION SUR LE PLAN DE STRATEGIE DE CO-BRANDING ET DE
MARQUAGE
POUR LES BENEFICIAIRES DE SOUS-SUBVENTIONS**

Cette publication a été produite par Advancing Partners & Communities (APC), un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International en vertu de l'Accord no. AID-OAA-A-12-00047, à compter du 1er octobre 2012. Les opinions exprimées par les auteurs dans cette publication ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'Agence Américaine pour le Développement International ou du gouvernement des Etats-Unis.

TABLE DES MATIERES

ACRONYMES	VI
EXIGENCES DE STRATEGIE DE CO-BRANDING ET PLAN DE MARQUAGE POUR LE BENEFICIAIRE DU FINANCEMENT DE L'USAID	I
1. INTRODUCTION.....	I
2. EXIGENCES	I
Reconnaissance Requisite.....	3
Plan de Branding et de Marquage.....	4
ANNEXE I: MODELE DE PLAN DE BRANDING ET DE MARQUAGE	5

ACRONYMES

APC	Advancing Partners & Communities
ER	Expected results
FP	Family planning
JSI	John Snow, Inc.
M&E	Monitoring and evaluation
PMP	Performance Monitoring Plan
USAID	U.S. Agency for International Development

EXIGENCES DE STRATEGIE DE CO-BRANDING ET PLAN DE MARQUAGE POUR LE BENEFICIAIRE DU FINANCEMENT DE L'USAID

I. INTRODUCTION

USAID a des exigences spécifiques quant à la façon dont les projets qu'ils financent doivent représenter leur travail. En tant que bénéficiaire de financement de l'USAID votre organisation doit se conformer à toutes les exigences de branding et de marquage de l'USAID. Le terme *branding* se réfère à l'utilisation de l'identité de l'USAID sur le matériel du projet. Le terme *marquage* se réfère à comment et où un bénéficiaire utilisera l'identité de l'USAID sur le matériel du projet. En tant que bénéficiaire de l'USAID vous avez accepté de vous conformer aux exigences de branding et de marquage de l'USAID. Si vous exécutez des sous-subsventions sous votre subvention, vous êtes responsable de vous assurer que vos propres sous-bénéficiaires sont conformes au *Plan de Marquage et Stratégie de Branding*.

Ce document d'orientation détaille les exigences de marquage et de branding spécifiques à l'USAID et fournit une explication sur la façon de remplir le plan de branding et de marquage de votre projet pour s'assurer que vous répondez à ces exigences.

2. EXIGENCES

Identité de l'USAID

En tant que bénéficiaire de l'USAID vous devez utiliser l'identité de l'USAID sur les produits réalisés par le projet. L'identité de l'USAID doit être, au minimum, de la même taille et de la même importance (par exemple le placement ou l'habileté d'être facilement vu) que le logo de votre organisation sur chaque produit.

- L'identité de l'USAID : l'identité de l'USAID est un logo USAID. Le logo USAID dépendra de la source de financement de l'USAID (un logo USAID ou un logo de la Mission de l'USAID).

Ce logo peut apparaître sur la partie supérieure ou inférieure des matériaux du bénéficiaire. Pour des exemples d'utilisation et de placement appropriés de l'identité de l'USAID veuillez-vous référer à l'Annexe 2 pour un exemple de modèle de rapport de sous-bénéficiaire, des diapositives PowerPoint, et un communiqué de presse. Ces modèles peuvent être utilisés directement ou en tant que guides pour l'adaptation appropriée du branding de l'USAID et l'APC sur des modèles de projet existants.

Tous les bénéficiaires de financement de l'USAID, et les bénéficiaires de sous-subsventions délivrées par votre organisation, sont soumis aux exigences de branding et de marquage figurant au Tableau I.

Tableau I. Exigences de conformité de Branding et de Marquage pour le bénéficiaire de la subvention

Catégorie	Type de Marquage	Remarques
Documents imprimés	<p>Les matériaux du bénéficiaire de la subvention suivent le co-branding avec l'identité de l'USAID (logo USAID) et le logo du bénéficiaire. Le bénéficiaire peut avoir les droits d'auteur de toutes publications ou autre matériel protégeable élaborés à la suite des activités de la sous-subvention.</p> <p>Cependant l'USAID se réserve un droit non exclusif, libre de redevance, pour diffuser ces matériaux protégés sans l'approbation du sous-bénéficiaire, soit à travers l'USAID ou autre organisation ayant un accord d'assistance ou un contrat avec l'USAID.</p> <p>Tous les documents comprendront le texte suivant : "Cette publication a été produite par [nom du bénéficiaire, numéro de l'accord XXXX] un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International en vertu de l'Accord no. AID-XXXX, à compter du [ajoutez la date]."</p>	<p>Les bénéficiaires de subvention et leurs propres sous-bénéficiaires, doivent se conformer aux directives de l'USAID concernant branding et marquage par 22 CFR Part 226, comprenant toutes les dispositions et amendements.</p>
Site Web/Vidéo	<p>Les matériaux du bénéficiaire de la subvention suivent le co-branding avec l'identité de l'USAID (logo USAID) et le logo du bénéficiaire. Le bénéficiaire peut avoir les droits d'auteur de toutes publications ou autre matériel protégeable élaborés à la suite des activités de la sous-subvention.</p> <p>Tous les sites web ou les vidéos comporteront le texte suivant : "Ce [site web ou vidéo] a été produit par [Nom du bénéficiaire, numéro de l'accord XXXX] un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International en vertu de l'Accord no. AID-XXXX, à compter du [ajoutez la date]."</p>	<p>Les bénéficiaires de subvention et leurs propres sous-bénéficiaires, doivent se conformer aux directives de l'USAID concernant branding et marquage par 22 CFR Part 226, comprenant toutes les dispositions et amendements.</p>

Produits achetés	<p>Le cas échéant, l'exportation ou l'expédition de cartons et /ou l'emballage extérieur des marchandises, qu'elles soient livrées des Etats-Unis ou tout autre pays d'origine, doivent porter l'identité de l'USAID. Les emblèmes qui comprennent l'identité de l'USAID sont fixés par une plaque en métal, autocollant, stencil, étiquette, ou d'autres moyens, selon le type de produit ou de carton d'exportation et la nature de la surface à marquer. L'emblème sur chaque carton d'exportation sera apposé d'une manière qui assure que l'emblème restera lisible jusqu'à ce que le carton arrive à destination.</p> <p>La taille d'un emblème varie selon la taille de la marchandise et la taille du paquet ou le carton d'exportation. L'emblème sera assez grand, si possible, pour être clairement visible à une distance raisonnable.</p>	<p>Les bénéficiaires de subvention de l'USAID, et leurs propres sous-bénéficiaires, doivent se conformer aux directives de l'USAID concernant le branding et le marquage par 22 CFR Part 226, comprenant toutes les dispositions et amendements.</p> <p>Les emblèmes doivent être conformes en conception et en couleur aux échantillons disponibles de l'USAID/Washington, et se trouvent à l'adresse : http://www.usaid.gov/branding</p>
------------------	--	--

Reconnaissance requise

Toutes les publications doivent comprendre le langage suivant sur la page de couverture ou à l'intérieur de la couverture du document:

Bénéficiaire de la subvention :

“Cette publication a été produite par [nom du bénéficiaire, numéro de l'accord XXXX] un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International en vertu de l'Accord no. AID-OAA-A-12-00047, à compter du 1er octobre 2012.”

Par exemple : “ Cette publication a été produite par l'organisation Ghana Health Services, un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International en vertu de l'Accord no. AID-OAA-A-12-00352, à compter du 1er octobre 2012.”

Sous-subventions publiées par les bénéficiaires de la subvention :

Par exemple, si l'organisation Ghana Community Health a publié une sous-subvention au Social Marketing Company Ghana, le langage exigé apparaîtrait comme suit :

“Cette publication a été publiée par Social Marketing Company Ghana, accord numéro XXX, publié par l'organisation Ghana Community Health, un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International en vertu de l'Accord no. AID-OAA-A-12-00352, à compter du 1er octobre 2012.”

Plan de Branding et de Marquage

USAID exige que tous les bénéficiaires de subvention soumettent un plan de Branding et Marquage de subvention à l'APC dans les 30 jours suivant la date de contre signature de la subvention. Ce plan devrait inclure tous les types de marchandises et produits qui seront créés pendant la durée du projet. Un modèle du plan de Branding et Marquage pour le bénéficiaire est disponible dans l'Annexe I.

Un plan de Branding et de Marquage illustre comment un projet utilisera le branding de l'USAID sur les marchandises et produits du projet. Le plan de Branding et de Marquage est une étape importante dans le développement de l'identité du projet. Suivre ces directives spécifiques aide votre organisation à communiquer avec les bailleurs de fonds (y compris l'USAID), les bénéficiaires, et les parties prenantes sur l'excellent travail qui est fait. Le plan permet également à l'APC de comprendre comment et quand votre organisation utilisera le branding du projet sur les politiques, les rapports, ou sur les sites et les événements. Le plan doit décrire les éléments suivants :

- Ce qui sera marqué — Tous les sites, documents, événements, et les marchandises que vous fournissez ou produisez dans le cadre de l'entente de la sous-subvention
- Comment cela va être marqué — Le type de branding utilisé, tels que la taille et le placement des logos de l'USAID utilisés, ainsi que tous les logos qui les accompagnent, et comment les matériaux seront marqués (par exemple, des banderoles aux événements et des autocollants sur l'équipement).

ANNEXE I: MODELE DE PLAN DE BRANDING ET DE MARQUAGE

I. Introduction

Fournir une brève description du projet y compris les objectifs, l'emplacement, les principales populations bénéficiaires, et les partenaires.

II. Le public

Fournir une brève description des publics cibles qui recevront des informations sur le projet. Cela devrait inclure le public primaire, et le cas échéant, les publics secondaires qui recevront des produits livrables du projet.

III. Reconnaissance et positionnement

- a. Expliquer comment le projet va reconnaître l'USAID et le soutien du peuple américain pour le projet. Cela devrait inclure une déclaration qui reflète que l'identité de l'USAID sera incluse sur les produits du projet.
- b. Fournir une explication narrative claire de là où le projet positionnera l'identité de l'USAID sur les produits livrables du projet. Cette explication doit inclure comment l'identité de votre organisation sera positionnée (placement du logo) par rapport à l'identité de l'USAID.
- c. Fournir un exemple de texte pour savoir comment le projet reconnaîtra l'USAID dans toute communication publique produite par le projet.

IV. Plan de Marquage

- a. Dresser la liste des types de produits livrables (selon les catégories figurant dans le Tableau 1 à la page 2) sur lesquels le logo USAID sera utilisé. Inclure le logo USAID qui sera utilisé sur les produits du projet.
- b. Compléter un tableau du plan de marquage détaillant les produits anticipés et le type de marquage qui sera utilisé pour chaque produit livrable. Le tableau ci-dessous peut être adapté à vos besoins.

Catégories	Type de Marquage	Où et quand sera placé le marquage
Matériel de formation	Identité USAID, Logo de l'organisation XX.	L'identité de l'USAID sera dans le coin supérieur ou inférieur gauche, Le logo de l'organisation XX sera au centre. L'identité de l'USAID et le logo de l'organisation XX seront de la même taille.

Catégories	Type de Marquage	Où et quand sera placé le marquage
Affichage	L'identité de l'USAID, le logo de l'organisation XX, les logos des partenaires.	L'identité de l'USAID sera dans le coin supérieur ou inférieur gauche, L'identité de l'USAID et le logo de l'organisation XX seront de la même taille. L'identité de l'USAID sera visible sur tous les affichages.
Manuels du programme	L'identité de l'USAID, le logo de l'organisation XX	L'identité de l'USAID sera dans le coin supérieur ou inférieur gauche, Le logo de l'organisation XX sera dans le coin droit. L'identité de l'USAID et le logo de l'organisation XX seront de la même taille.
Site Web	L'identité de l'USAID, le logo de l'organisation XX	L'identité de l'USAID sera dans le coin supérieur ou inférieur gauche, Le logo de l'organisation XX sera dans le coin supérieur ou inférieur droit. L'identité de l'USAID et le logo de l'organisation XX seront de la même taille.
Produits achetés	L'identité de l'USAID, le logo de l'organisation XX	L'identité de l'USAID sera dans le coin supérieur ou inférieur gauche, Le logo de l'organisation XX sera dans le coin supérieur ou inférieur droit. L'identité de l'USAID et le logo de l'organisation XX seront de la même taille.



**ADVANCING PARTNERS & COMMUNITIES
JSI RESEARCH & TRAINING INSTITUTE, INC.**

1616 Fort Myer Drive, 16th Floor

Arlington, VA 22209 USA

Phone: 703-528-7474

Fax: 703-528-7480

Web: advancingpartners.org

