

Cadre intégré renforcé

Lignes directrices relatives à l'image de marque et à la reconnaissance



Contenu

INTRODUCTION	2
L'IMAGE DE MARQUE DU CIR	3
LOGO	4
PLACEMENT DU LOGO	5
COULEURS	6
TYPOGRAPHIE	7
SLOGAN, VISION ET MISSION	8
TEXTE STANDARD	9
REMERCIEMENTS ET AVERTISSEMENTS	10
NOUS CONTACTER	11
ANNEX 1	12

Aidez nous à vous aider!

Les partages sur Twitter, les publications simultanées et les "likes" peuvent faire toute la différence entre les articles d'actualité, publications sur un blog, annonces ou publication d'événement qui sont bons – et ceux qui atteignent effectivement votre public cible.

Que vous soyez une Principales entités de mise en oeuvre (PEMO), un PMA ou un bénéficiaire de subvention, aidez nous à amplifier la portée de vos efforts de communication en maintenant l'équipe de communication et de sensibilisation du Secrétariat exécutif du CIR (SE) informée des principaux produits de communication ayant un lien avec toute activité commerciale financée par le CIR.

N'attendez pas d'avoir publié quelque chose! Dès que le Mémoire d'accord est signé, les partenaires devraient faire part au SE de leur plan de communication et des coordonnées de leur point focal et lui faire parvenir ensuite régulièrement des résumés de projets/d'activité afin que nous puissions tenir à jour les pages respectives des pays sur www.enhancedif.org. Envoyez des copies papier et électroniques de l'ensemble des publications, rapports et études financés par le CIR afin que nous puissions les télécharger sur le site du CIR et les distribuer lors d'événements et ajouter un article sur des résultats obtenus ou un exemple de renforcement des capacités dans votre rapport semestriel. Partagez vos meilleures photos, vidéos, citations et copies des articles de presse afin de nous aider à illustrer vos activités.

Si vous prévoyez un événement lié à des activités financées par le CIR, veuillez nous en informer à l'avance. Le rôle du CIR dans l'activité doit être reconnu dans les invitations, programmes, bannières et panneaux d'affichage (voir l'annexe 1 pour des indications plus détaillées).

Pour conclure, assurez vous de nous informer de tout risque d'atteinte à la réputation découlant de supports de communication.

Introduction

Le CIR est le seul partenariat multilatéral destiné exclusivement à aider les pays les moins avancés (PMA) à utiliser le commerce comme un moteur de croissance, de développement durable et de réduction de la pauvreté. Le partenariat du CIR, qui regroupe 51 pays, 24 donateurs et 8 organisations partenaires, travaille en étroite collaboration avec les gouvernements, les organisations de développement, la société civile et les milieux universitaires. Ensemble, nous utilisons nos connaissances, notre visibilité et notre réputation pour régler les questions les plus urgentes en vue de mettre le commerce au service du développement.

Ces lignes directrices relatives à l'image de marque et à la reconnaissance font partie d'une stratégie de communication et de sensibilisation plus large qui vise à améliorer l'image du partenariat du CIR. Leur utilisation systématique par le CIR et par ses partenaires garantira que notre travail collectif soit dûment reconnu aux échelons international, régional et national.

Pourquoi avons nous besoin de ces lignes directrices?

All EIF stakeholders will benefit from an overarching brand. L'ensemble des parties prenantes du CIR tireront avantage d'une image de marque globale qui renforce le rôle unique du CIR en tant que programme multipartenaires fondé sur la demande, axé sur les résultats et centré sur le commerce au service du développement.

Une image de marque unifiée appliquée à l'ensemble du partenariat du CIR renforcera les identités existantes des partenaires du CIR, sensibilisera aux opportunités offertes par l'Aide pour le commerce pour les PMA et contribuera à améliorer l'image du programme de façon à gagner et conserver la confiance des donateurs actuels et potentiels.

Qui devrait les utiliser?

Ces lignes directrices sont destinées au partenariat du CIR:

- Secrétariat exécutif du CIR (SE);
- Gestionnaire du Fonds d'affectation spéciale pour le CIR (GFAS);
- Unités nationales de mise en œuvre du CIR (UNMO);
- Gouvernements des PMA;
- Organisations partenaires du CIR;
- Principales entités de mise en œuvre (PEMO).

Où et quand les utiliser?

Il est important que ces lignes directrices soient appliquées systématiquement à travers tous les canaux de communication (par exemple les publications, les contenus Web, les communiqués de presse, les articles d'actualité, les blogs, le matériel événementiel, les entretiens et articles parus dans les médias et les médias sociaux) ainsi que sur les affiches, véhicules et produits.

L'annexe 1 définit les prescriptions particulières par type de produit.

Respect de ces lignes directrices

Les lignes directrices du CIR relatives à l'image de marque et à la reconnaissance sont jointes aux Mémoires d'accord entre le GFAS et les PEMO des projets et activités du CIR. Les partenaires, y compris les PEMO, les PMA et les bénéficiaires doivent adhérer aux clauses de reconnaissance figurant dans le présent document, dans le cadre de contrats et d'accords. Cela s'applique aux projets financés par le CIR exécutés via une PEMO ou un bénéficiaire de subvention, ainsi qu'aux sous traitants.

Pour les projets multidonateurs ou cofinancés, la visibilité des éléments constitutifs de l'image de marque du CIR devrait être proportionnelle à la contribution de chacun. Dans ces cas, tous les partenaires devraient mettre en œuvre la politique relative à l'image de marque et les lignes directrices relatives à la visibilité, par exemple en assurant la visibilité du CIR dans leurs communications individuelles concernant le projet commun.

S'assurer que ces lignes directrices sont suivies relève de la responsabilité conjointe des coordonnateurs des pays et de l'équipe du SE chargée des activités de sensibilisation et de communication.

L'image de marque du CIR

Une image de marque efficace ne se limite pas à l'inclusion du logo du CIR sur les supports de communication principaux. L'utilisation systématique et unifiée du logo, des couleurs et de la terminologie officielle renforcera notre message commun.

Vérifiez que vous avez pris en compte et utilisé correctement dans vos supports de communication tous les éléments constitutifs de l'image de marque figurant dans le présent document.

Liste de vérification

Avez-vous utilisé les bonnes versions de tous les éléments constitutifs de l'image de marque suivants?

- Nom
- Logo et slogan
- Palette de couleurs
- Texte standard du CIR
- Reconnaissance et avertissements

NOM

Le nom du CIR est utilisé dans trois langues officielles:

anglais:

Enhanced Integrated Framework (EIF)

français:

Cadre intégré renforcé (CIR)

portugais:

Quadro Integrado Reforçado (QIR)

Pour les demandes relatives à l'utilisation de notre nom dans une autre langue que l'une des trois langues officielles, veuillez nous contacter à l'adresse eif.secretariat@wto.org pour obtenir de l'aide en ce qui concerne les traductions officielles.

💡 Astuce

Le nom complet doit figurer à la première occurrence, puis l'abréviation "CIR" peut être utilisée ensuite, par exemple:

le CIR est le seul partenariat en matière d'Aide pour le commerce destiné exclusivement à aider les PMA.

N'utilisez pas "le CIR" sauf si "CIR" est utilisé pour modifier un autre nom, par exemple:

Le partenariat du CIR travaille en étroite collaboration avec les gouvernements, les organisations de développement, la société civile et les milieux universitaires.

Logo

Le logo du CIR a été remanié afin de mettre davantage l'accent sur l'acronyme en tant qu'image de marque et de mettre en exergue le but du programme en incorporant le slogan.

VERSIONS DU LOGO

Il y a trois versions du logo. Lorsque c'est possible, utilisez la version complète avec l'acronyme, le nom et le slogan.

L'annexe 1 définit les prescriptions particulières par type de produit.

ESPACEMENT

Ne surchargez pas le logo en y ajoutant d'autres logos ou informations. Un espace égal à la largeur du "C" dans l'acronyme doit être laissé libre autour du logo.



V1. Logo avec l'acronyme, le nom et le slogan

VERSION À PRIVILÉGIER



Le commerce pour le développement des PMA

V2. Logos avec l'acronyme et le nom

2ème VERSION À PRIVILÉGIER



V3. Logo avec l'acronyme uniquement

VERSION À USAGE RESTREINT



Placement du logo

En toutes circonstances, utilisez des fichiers haute résolution ou vectoriels et mettez le logo à l'échelle de façon proportionnelle – n'étirez jamais sa hauteur ni sa largeur.

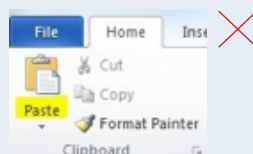
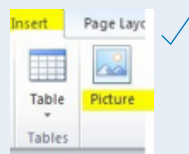
Le logo devrait être inséré sur des fonds blancs ou dans un cadre blanc lorsque c'est possible afin d'en assurer la lisibilité. Lorsque le logo doit être inséré sur un fond coloré, n'utilisez que des couleurs très claires.



Tip

Afin d'assurer la meilleure qualité d'image, importez la version vectorielle ou professionnelle du logo. Ne faites pas un copier coller de l'image du logo.

Vous pouvez télécharger tous les fichiers vectoriels officiels à l'adresse www.enhancedif.org/EIFlogos, ou nous contacter à l'adresse EIFcommunications@wto.org



Note

L'ancien logo est supprimé et ne devrait PAS être utilisé.



Couleurs

L'utilisation des bonnes couleurs et polices du CIR est essentielle pour renforcer et maintenir une image de marque cohérente. Elles doivent être utilisées pour l'ensemble des supports de communication. Les références ci dessous détaillent les valeurs de couleurs correctes à utiliser. Veuillez entrer les références Pantone® et CMYK dans les imprimantes avec lesquelles vous travaillez et vous assurer d'insérer les bonnes valeurs RVB dans votre logiciel.

Couleurs principales associées à l'image de marque



PMS 7518 C

C: 38 R: 110
M: 57 G: 78
Y: 54 B: 71
K: 47 #6e4e46



PMS 118 C

C: 7 R: 173
M: 33 V: 132
Y: 100 B: 0
K: 33 #ad8300



PMS 7563 C

C: 15 R: 215
M: 41 V: 154
Y: 100 B: 43
K: 0 #d7992a

Couleurs secondaires



C: 100 R: 0
M: 65 V: 65
Y: 30 B: 95
K: 40 #003e5e



C: 90 R: 0
M: 50 V: 116
Y: 0 B: 188
K: 0 #0074bb



C: 57 R: 107
M: 18 V: 173
Y: 0 B: 206
K: 0 #6baccd



C: 0 R: 247
M: 50 V: 149
Y: 75 B: 82
K: 0 #f79451



C: 30 R: 168
M: 95 V: 48
Y: 90 B: 49
K: 10 #a73031

Typographie

Les caractères d'entreprise présentés ici ont été sélectionnés pour correspondre aux caractères utilisés pour créer notre logo. L'utilisation cohérente de ces caractères contribue à la visibilité de la marque. Ils devraient être utilisés dans toute la mesure possible.

Memphis LT

UTILISATION: TITRES DE CHAPITRES/SECTIONS, LÉGENDES, CITATIONS

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890**

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Gotham

UTILISATION: TITRES, SOUS-TITRES

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890**

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Proxima Nova

UTILISATION: SOUS-TITRES SECONDAIRES, CORPS DU TEXTE

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890**

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Slogan, vision et mission

Le slogan du CIR incarne notre vision et nos principes communs. Utilisez le slogan avec le logo à la première occurrence et si l'espace le permet. Si l'espace est limité, essayez de vous assurer que le slogan apparait au moins une fois sur chaque support de communication.

Anglais

“ **Trade for LDC development** ”

Français

“ **Le commerce pour le développement des PMA** ”

Portugais

“ **O Comércio como Catalisador do Desenvolvimento dos PMA** ”

VISION

Aider les PMA à mettre le commerce et l'Aide pour le commerce au service de la promotion d'une croissance et d'un développement soutenus, inclusifs et durables.

MISSION

Le CIR aide les pays les moins avancés à utiliser le commerce comme un moteur de croissance économique et de réduction de la pauvreté.

PRINCIPES:

Le CIR a vocation à promouvoir et célébrer:

- Le partenariat qui, par une coordination accrue entre les partenaires de développement et les gouvernements des PMA, autorise un soutien ciblé pour répondre aux besoins prioritaires des PMA, évite les doubles emplois et exploite pleinement les synergies.
- L'appropriation du programme par les PMA qui garantit que le soutien du CIR est adapté à la demande, les PMA gérant eux mêmes leurs programmes en matière de commerce et de développement.
- Des résultats au service du développement durable, les PMA mettant le commerce au service du développement national.

💡 Astuce

Le CIR est souvent perçu à tort comme un donateur. Contribuez à corriger cette perception erronée en vous référant toujours au CIR comme un programme qui met en œuvre activement des projets ou des activités en partenariat avec les PMA et les donateurs.

Texte standard

Utilisez le texte standard du CIR dans tous les supports de communication liés aux projets ou activités du CIR. Lorsque l'espace est limité, utilisez la version courte.

L'annexe 1 définit les prescriptions particulières par type de produit.

VERSION COMPLÈTE

Anglais

The Enhanced Integrated Framework (EIF) is the only multilateral partnership dedicated exclusively to assisting Least Developed Countries (LDCs) in their use of trade as an engine for growth, sustainable development and poverty reduction. The EIF partnership of 51 countries, 24 donors and 8 partner agencies works closely with governments, development organizations, civil society and academia. Together we leverage our collective know-how, reach and reputation to tackle the world's most pressing trade-for-development issues. www.enhancedif.org

Français

Le Cadre intégré renforcé (CIR) est le seul partenariat multilatéral destiné exclusivement à aider les pays les moins avancés (PMA) à utiliser le commerce comme un moteur de croissance, de développement durable et de réduction de la pauvreté. Le partenariat du CIR, qui regroupe 51 pays, 24 donateurs et 8 organisations partenaires, travaille en étroite collaboration avec les gouvernements, les organisations de développement, la société civile et les milieux universitaires. Ensemble, nous utilisons nos connaissances, notre visibilité et notre réputation pour régler les questions les plus urgentes en vue de mettre le commerce au service du développement. www.enhancedif.org

Portugais

O Quadro Integrado Reforçado (QIR) é a única parceria multilateral exclusivamente dedicada a ajudar os Países Menos Avançados (PMA) a utilizar o comércio como motor de crescimento, de desenvolvimento sustentável e de redução da pobreza. A parceria do QIR, composta por 51 países, 24 doadores e oito agências parceiras, trabalha em estreita colaboração com os governos, as organizações de desenvolvimento, a sociedade civil e a comunidade académica. Em conjunto, potenciamos o nosso know-how coletivo, alcance e reputação a fim de abordar as questões mais prementes no âmbito do comércio para o desenvolvimento. www.enhancedif.org

VERSION COURTE

Anglais

The Enhanced Integrated Framework (EIF) is the only multilateral partnership dedicated exclusively to assisting Least Developed Countries (LDCs) in their use of trade as an engine for growth, sustainable development and poverty reduction. www.enhancedif.org

Français

Le Cadre intégré renforcé (CIR) est le seul partenariat multilatéral destiné exclusivement à aider les pays les moins avancés (PMA) à utiliser le commerce comme un moteur de croissance, de développement durable et de réduction de la pauvreté. www.enhancedif.org

Portugais

O Quadro Integrado Reforçado (QIR) é a única parceria multilateral exclusivamente dedicada a ajudar os Países Menos Avançados (PMA) a utilizar o comércio como motor de crescimento, de desenvolvimento sustentável e de redução da pobreza. www.enhancedif.org

Remerciements et avertissements

Tous les documents publics financés par le CIR doivent contenir des remerciements et/ou un avertissement, ainsi que le logo et le slogan du CIR.

L'annexe 1 définit les prescriptions particulières par type de produit.

REMERCIEMENTS

Anglais

The Enhanced Integrated Framework (EIF) is supported by the EIF Trust Fund donors as well as by a range of partners, including governments in LDCs, international organizations, development partners, civil society and academia. We are grateful to all who support our efforts to assist LDCs in harnessing trade and Aid for Trade to promote sustained, inclusive and sustainable growth and development.

Français

Le Cadre intégré renforcé (CIR) est soutenu par les donateurs du Fonds d'affectation spéciale pour le CIR ainsi que par un large éventail de partenaires, y compris des gouvernements dans les PMA, des organisations internationales, des partenaires de développement, la société civile et les milieux universitaires. Nous sommes reconnaissants envers tous ceux qui soutiennent nos efforts pour aider les PMA à mettre le commerce et l'Aide pour le commerce au service de la promotion d'une croissance et d'un développement soutenus, inclusifs et durables.

Portugais

O Quadro Integrado Reforçado (QIR) é apoiado pelos Doadores do Fundo de Afetação Especial do QIR, bem como por um conjunto de parceiros, incluindo governos nos PMA, organizações internacionais, parceiros de desenvolvimento, sociedade civil e comunidade académica. Agradecemos a todos os que apoiam os nossos esforços em termos de ajudar os PMA a tirar partido do comércio e da Ajuda ao Comércio para promover o crescimento e desenvolvimento sustentados, inclusivos e sustentáveis.

💡 Astuce

Lorsqu'une publication d'un partenaire fait mention d'un projet ou d'une activité financés par le CIR, cet état de fait devrait être reconnu dans le texte et il serait préférable d'y inclure des chiffres/exemples concrets relatifs à l'impact (attendu), par exemple:

"Ce projet ou activité, financé par le CIR, contribue à mettre en place une installation de lavage et de transformation qui devrait être utilisée par 4 000 ménages producteurs de gingembre dans l'est du Népal, 50% d'entre eux étant dirigés par des femmes ..."

AVERTISSEMENT

Anglais

This work was implemented by [name of partner] as part of the Enhanced Integrated Framework (EIF) programme. The Enhanced Integrated Framework (EIF) is supported by the EIF Trust Fund donors as well as by a range of partners, including governments in LDCs, international organizations, development partners, civil society and academia. The views expressed herein are not to be taken to reflect the official opinion of any of EIF's donors or partners.

Français

Ce travail a été mis en œuvre par [nom du partenaire] dans le cadre du programme du Cadre intégré renforcé (CIR). Le CIR est soutenu par les donateurs du Fonds d'affectation spéciale pour le CIR ainsi que par un large éventail de partenaires, y compris des gouvernements dans les PMA, des organisations internationales, des partenaires de développement, la société civile et les milieux universitaires. Les opinions exprimées dans le présent document ne doivent pas être considérées comme reflétant l'opinion officielle de l'un ou l'autre des donateurs ou partenaires du CIR.

Portugais

Este trabalho foi implementado por [nome do parceiro] enquanto parte do programa do Quadro Integrado Reforçado (QIR). O QIR é apoiado pelos Doadores do Fundo de Afetação Especial do QIR, bem como por um conjunto de parceiros, incluindo governos nos PMA, organizações internacionais, parceiros de desenvolvimento, sociedade civil e comunidade académica. As opiniões expressas neste documento não devem ser consideradas como refletindo a opinião oficial de qualquer um dos doadores ou parceiros do QIR.

Nous contacter

Pour toute question, veuillez
contacter l'équipe de communication
et de sensibilisation au SE:

 EIFcommunications@wto.org

 [**www.enhancedif.org**](http://www.enhancedif.org)

 [@EIF4LDCs](https://twitter.com/EIF4LDCs)

 facebook.com/eif4ldcs

 youtube.com/user/EIF4LDCs

 flickr.com/photos/152818923@N04/

 linkedin.com/company/11161784/

Annexe 1

Prescriptions en matière d'image de marque pour les partenaires du CIR, par type de produit

	Canal de communication	Type de logo et placement*	Version du texte standard	Reconnaissance ou avertissement	Notes
Publications (en version papier ou en ligne)	Étude diagnostique (EDIC)	V1, page de couverture	Complète Courte	Avertissement	Une indication mentionnant le soutien et le rôle du CIR devrait clairement figurer dans l'avant-propos et le résumé analytique.
	Résumé informatif, fiche d'information, récit d'impact, étude de cas	V1, page de couverture	Courte	Avertissement	
	Dépliant, brochure, calendrier, affiche	V1, page de couverture	Courte	Avertissement	
	Document de travail	V1, page de couverture	Complète	Avertissement	
	Rapport annuel, rapport d'entreprise	V1, page de couverture	Complète	Avertissement	
	Site Web				Le logo et l'URL du CIR (www.enhancedif.org) devraient apparaître sur les sites Web des partenaires ou les pages Web pertinentes.
	Bulletin d'information électronique	V1		Avertissement	

	Canal de communication	Type de logo et placement*	Version du texte standard	Reconnaissance ou avertissement	Notes
Médias	Communiqué de presse	S/O	Complète (ou courte si l'espace est restreint)		Le texte devrait clairement indiquer que le projet/l'activité est financé(e) par le CIR et devrait idéalement contenir des chiffres ou des exemples concrets de l'impact (attendu) du projet/de l'activité, comme le nombre de bénéficiaires. Veuillez faire parvenir une copie du communiqué de presse au SE avant sa publication. Assurez-vous toujours que les citations des représentants du CIR ont été approuvées avant publication.
	Articles d'actualité sur l'Aide pour le commerce	S/O	S/O	Avertissement	
	Visite de journalistes sur site	S/O			Les visites des médias concernant les projets/activités financé(e)s par le CIR peuvent faire l'objet d'un financement au titre du budget alloué pour la visibilité des projets. Assurez-vous d'entrer en contact avec le SE en vue d'une planification conjointe afin d'optimiser l'impact.
	Conférence de presse	S/O			Le SE devrait être invité à participer à toutes les conférences de presse organisées dans le cadre d'un projet/d'une activité financé(e) par le CIR. Les partenaires devraient aussi reconnaître le rôle du CIR en tant que fonds d'affectation spéciale multidonateurs soutenant le développement du commerce dans les PMA.
Médias sociaux	Pages d'accueil Twitter, Flickr, Facebook, LinkedIn	V1			Les Tweets devraient mentionner le compte Twitter du CIR @ EIF4LDCs.
Événements financés par le CIR	Invitation, programme, ordre du jour	V1, page de couverture			Le logo du CIR devrait être accompagné du logo du gouvernement/ministère (de préférence au milieu) et du ou des logos des partenaires.
	Bannières à afficher lors d'événements	V1			
	Dépliant format A5 de promotion d'un événement (par exemple les activités parallèles de l'OMC)	V1			
	Discours/déclaration/présentation				Le CIR devrait être reconnu dans les discours et dans toutes les communications relatives à l'événement (avant/pendant/après).

	Canal de communication	Type de logo et placement*	Version du texte standard	Reconnaissance ou avertissement	Notes
Autres	Modèle de présentation PowerPoint	V1			
	Enregistrements vidéo ou radio contenant des projets/activités de travail du CIR, des enregistrements vocaux sur le terrain	V1			Avant la production, faites parvenir le scénario au SE.
	Bureau ou site du projet: panneau, autocollant, affiche, bannière	V1			
	Équipement, y compris les véhicules	V1			
	Produits (habits)	V1V3, selon l'espace			
	Fournitures	V1			
	Signature électronique	V1			
	Photos	V1			Les photos devraient porter la mention ©[Nom complet du photographe]/CIR



Le commerce pour le développement des PMA

Le Cadre intégré renforcé (CIR) est le seul partenariat multilatéral destiné exclusivement à aider les pays les moins avancés (PMA) à utiliser le commerce comme un moteur de croissance, de développement durable et de réduction de la pauvreté. Le partenariat du CIR, qui regroupe 51 pays, 24 donateurs et 8 organisations partenaires, travaille en étroite collaboration avec les gouvernements, les organisations de développement, la société civile et les milieux universitaires. Ensemble, nous utilisons nos connaissances, notre visibilité et notre réputation pour régler les questions les plus urgentes en vue de mettre le commerce au service du développement.

www.enhancedif.org