

# PLAN DE BRANDING

**Intitulé du projet :** .....Programme de Renforcement du Secteur  
Coton en Afrique de l'Ouest et du Centre  
**Numéro de l'Accord :** .....624 A 00 07 00008  
**Période d'activité :** .....Décembre 2006 – Novembre 2009  
**Organisation d'exécution :** ...IFDC, Un Centre International pour la Fertilité  
des Sols et le Développement Agricole

Février 2008

## Introduction

Le Plan de Branding du présent projet est unique en son genre car l'USAID/WA avait déjà créé le Programme de tutelle pour le renforcement du secteur coton en Afrique de l'Ouest et du Centre (WACIP) et la marque avant le démarrage de ce projet en début 2007. Le projet exécuté par l'IFDC fonctionne dans le cadre du WACIP qui est largement reconnu comme une réponse de l'USAID et du Gouvernement des Etats-Unis (GEU/USG) de manière générale, aux préoccupations nées de la situation du coton en Afrique de l'Ouest.

Notre stratégie vise à renforcer le message de l'USAID sur le parrainage du WACIP par les gouvernements et acteurs des pays couverts par le projet, à savoir le Bénin, le Burkina Faso, le Tchad et le Mali (connus sous le nom de pays de coton-4, ou C-4); et plus généralement par les organisations ouest africaines et régionales. Parmi les exemples de catalogage du WACIP initiés par l'USAID figurent les suivants :

- La publication par l'USAID d'un dépliant en juillet 2006 décrivant les objectifs et le contexte du WACIP, émanant d'une étude antérieure financée par le GEU et d'un atelier tenu à Cotonou en janvier 2006.
- La publication d'un communiqué de presse par l'USAID en janvier 2007 dans chacun des pays annonçant le démarrage du projet.
- L'envoi par l'USAID de lettres par l'intermédiaire des ambassadeurs des Etats-Unis aux dirigeants des quatre pays abritant le projet et annonçant son démarrage
- La présentation du projet et de l'équipe de l'IFDC par un représentant de l'USAID aux ministres de l'agriculture, hauts fonctionnaires du GEU, et à d'autres acteurs clés au cours de visites rendues dans les quatre pays durant la phase initiale du projet en début 2007.

Un autre aspect particulier du projet est l'allocation d'une proportion plus grande que la normale du financement du projet aux subventions accordées aux partenaires ouest africains et à d'autres organisations. Le projet WACIP couvre un éventail particulièrement étendu de domaines d'intervention axés sur l'augmentation de la productivité, l'ajout de valeur, et l'amélioration de

l'environnement institutionnel et politique pour le coton. Ainsi, le programme de subvention implique un très large éventail d'acteurs au sein des organisations interprofessionnelles, des organismes gouvernementaux, des institutions de recherche, des sociétés cotonnières et, particulièrement des producteurs de coton.

Le Plan de Branding de l'IFDC tire profit de ces subventions multiples pour rendre public l'appui de financement de l'USAID et promouvoir la marque du projet WACIP auprès d'un public influent, et à travers elles, auprès de dizaines de milliers de paysans et populations ouest africains.

## **1. Positionnement**

L'USAID est désignée comme le propriétaire du projet, appelé, et largement reconnu comme la manifestation première du Programme de Renforcement du Secteur Coton en Afrique de l'Ouest et du Centre (WACIP).

Dans toutes les communications publiques, le projet sera désigné sous le titre de « Programme de Renforcement du Coton en Afrique de l'Ouest et du Centre (WACIP) ».

## **2. Communications et diffusion du Programme**

### **a) Promotion du projet auprès des citoyens du pays hôte**

Les publics primaires et secondaires du présent projet comprennent :

- Les hauts responsables gouvernementaux des pays du C-4,
- Les producteurs de coton et leurs organisations nationales et régionales de producteurs des pays du C-4,
- Les organisations nationales de recherche et de vulgarisation du secteur coton,
- Les organisations publiques régionales parmi lesquelles le CILSS, le CORAF, la CEDEAO et l'UEMOA,
- Les associations régionales de producteurs et commerciales du secteur privé, y compris l'AProCA et l'ACA,
- Les négociants d'intrants, les transformateurs de coton et prestataires de service de l'industrie du coton du secteur privé,
- Les entités de bailleurs de fonds et du secteur privé pouvant investir des fonds pour influencer l'impact du WACIP,
- Le grand public intéressé par l'action menée par le GEU pour aider la région.

### **b) Principaux messages du programme**

Le message général envisagé par le projet est – l'USAID aide les cotonculteurs à améliorer leurs moyens de subsistance par une série d'interventions sollicitées et exécutées dans la région

Message aux cotonculteurs – le WACIP fait la promotion de techniques agricoles améliorées, du renforcement de la chaîne de valeurs, de la capacité institutionnelle et de politiques plus favorables pouvant conduire à l'obtention de revenus plus élevés

Message aux partenaires nationaux et régionaux – le WACIP est un effort conjoint aidant à atteindre les objectifs en Afrique de l'Ouest et au Tchad.

Message aux dirigeants du secteur public et privé du C-4 – l'USAID aide à trouver la réponse à la crise du coton.

**c) Communications ou matériels du programme qui seront utilisés pour expliquer ou faire le marketing du programme auprès des bénéficiaires**

- Dépliants d'information sur les objectifs généraux et les composantes du projet WACIP,
- Documents techniques, manuels et autres matériels destinés aux programmes et ateliers de formation,
- Un site web ([www.wacip.org](http://www.wacip.org)) et des mises à jour régulières sur les activités,
- Des directives pour les demandes de subvention,
- Les cas de réussite, études de cas et leçons apprises aboutissant à de meilleures pratiques,
- Des dépliants techniques et démonstrations sur le terrain destinés aux paysans,
- Des études générées par le projet dans tous les neuf (9) domaines d'intervention.

**d) Promotion du projet auprès des citoyens du pays hôte**

- Un spécialiste en communication recruté à plein temps parmi le personnel du projet, dont la tâche consiste à promouvoir le WACIP,
- Des affiches et dépliants expliquant le programme,
- Un site web ([www.wacip.org](http://www.wacip.org)) et des mises à jour régulières sur les activités,
- La promotion du projet lors de réunions importantes de partenaires comme l'AProCA, l'ACA, etc.,
- La participation du personnel du projet aux réunions des Comité Consultatifs Nationaux
- La publication des cas de réussite sur les sites web de l'USAID/WA et du WACIP et dans les médias,
- Les bannières aux sessions de formation et autres événements publics portant les logos du WACIP et de l'USAID,
- L'utilisation des médias comme partenaires pour promouvoir le projet, par exemple les réunions des comités consultatifs nationaux, la Conférence sur les Perspectives du Coton, et des visites de responsables du GEU aux sites du projet. Le projet organisera des séances vidéo et médiatiques dans les pays du C-4 en 2008 et 2009 pour décrire et examiner les activités, et inclura des présentations faites par l'USAID pour promouvoir le WACIP et les activités de l'USAID dans les pays de la région,
- Les bénéficiaires de subventions du WACIP dans la région respecteront les exigences du « Plan de Branding » dans les activités financées par le programme de subvention.

**e) Transmission du message "Du peuple américain" par les communications publiques**

A chaque événement public, y compris les conférences, séminaires, sessions de formation, conférence d'étude, et autres manifestations, l'USAID et le soutien du peuple américain seront verbalement reconnus de la manière suivante: *"Cette assistance vient du peuple américain"*.

Le projet utilisera l'identité de l'USAID dans toutes les communications publiques (événements comme matériels). En outre, les publications pertinentes incluront la note suivante :

Le WACIP est l'un des nombreux projets d'assistance soutenus par le peuple américain à travers l'Agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID).

Tous matériels publics imprimés, vidéo et audio, incluront un démenti (texte inclus dans le Plan de Branding) pour identifier les parties portant la responsabilité du contenu.

**f) Utilisation de l'identité de l'USAID**

Le projet utilisera l'orientation établie dans le Manuel des Normes Graphiques de l'USAID relative à l'utilisation de l'identité de l'USAID.

### **3. Reconnaissance d'autres organisations**

Plusieurs activités sont conjointement organisées avec et par les partenaires ouest africains à travers les mécanismes d'accord de subvention et autres, et les organisations sont reconnues comme étant des co-parrains. Pour la description d'une activité mise en œuvre en coopération avec un partenaire ouest africain, les partenaires du projet sont mentionnés par écrit dans les documents y afférents. Les logos des partenaires seront déployés sur le côté droit de tous les matériels les concernant. Les partenaires seront désignés comme partenaires et mentionnés dans les communications et documents de promotion de manière appropriée. Lorsque les partenaires dirigent l'organisation d'une manifestation partiellement soutenue par l'USAID, comme dans le cas d'une subvention, le logo de l'USAID sera affiché.

### **4. Coordination avec l'USAID sur les questions de publicité et de promotion du projet**

Le projet soumettra l'ensemble des communiqués de presse, des événements médiatiques, et des interventions médiatiques à l'USAID pour commentaire (au CTO et/ou au coordinateur de terrain) et suivra l'orientation pertinente donnée par la Mission.

Tout au long de la mise en oeuvre du projet, l'IFDC fournira à l'USAID :

- a) Une liste trimestrielle mise à jour des événements publics à organiser par le projet pendant les trois mois à venir, y compris la date approximative, le lieu et le public. Le projet coordonnera avec l'USAID la participation des représentants de l'USAID/GEU.
- b) Un cas de réussite en 2008 et 2009 pour chaque pays où le projet est exécuté avec une photographie d'accompagnement. Les cas de réussite seront mentionnés sous format de document Word utilisant un canevas standard de cas de réussite de l'USAID (disponible à l'adresse [www.usaid.gov/templates.html](http://www.usaid.gov/templates.html)).
- c) Un CD avec une collection de 20 photographies au minimum par an illustrant les réalisations du projet en format \*.jpg. Les photographies seront conformes à l'orientation donnée dans le Manuel des Normes Graphiques de l'USAID, et auront une dimension minimum de 500 kb chacune. Chaque photographie comportera une explication brève sur son sujet, et identifiera : l'auteur et son organisation, la/les personne(s) apparaissant sur la photographie, et le lieu de prise de la photographie.
- d) Coupures d'articles de presse mentionnant le projet.
- e) Au moins deux (2) exemplaires de tous les matériels de communication publique produits par le projet..

En cas de changement des conditions de la mise en œuvre du présent Plan de Branding, l'IFDC, à travers son CTO, soumettra à l'USAID une requête de modification du présent plan et/ou de documents connexes comme le Plan de Marking des publications.

■