



GEF/C.40/08
26 avril 2011

Réunion du Conseil du FEM
24-26 mai 2011
Washington

Point 14 de l'ordre du jour

PROPOSITION POUR UNE PLUS GRANDE VISIBILITÉ DU FEM

Décision recommandée au Conseil

Ayant examiné le document GEF/C.40/08, intitulé *Proposition pour une plus grande visibilité du FEM*, le Conseil adopte la Politique de communication et d'image du FEM et décide que, sauf indication contraire, toutes les Entités d'exécution du FEM devront se conformer à ladite Politique, y compris les Directives concernant la communication et la visibilité du FEM, lorsqu'elles s'appliquent à toute activité financée par le Fonds.

Le Conseil invite les Entités d'exécution du FEM à rendre compte au Secrétariat, dans un délai d'un mois suivant la fin de la réunion du Conseil, de toute modification apportée à leurs modèles d'accord avec les pays bénéficiaires des financements du FEM ou avec des organismes d'exécution des projets du FEM, dans le but de montrer clairement aussi bien le rôle joué par le FEM dans le financement des projets que l'adhésion des organismes d'exécution aux Directives concernant la communication et la visibilité du FEM.

Le Conseil invite par ailleurs le Secrétariat à lui rendre compte de tout cas majeur de non respect des dispositions de la Politique. La DG du FEM peut recommander au Conseil une réponse appropriée, y compris la prise en considération de cet aspect lors de la prise de décisions sur l'allocation future des ressources du FEM.

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

1. Le présent document présente les grandes lignes d'une Politique de communication et d'image du Fonds pour l'environnement mondial (FEM) pour examen et adoption par le Conseil du FEM.

2. Pour promouvoir le FEM comme l'un des mécanismes financiers de premier plan aidant à protéger l'environnement mondial et à favoriser un développement durable respectueux de l'environnement, il est impérieux d'améliorer le mode de communication des Entités d'exécution du FEM et des autres acteurs de son réseau et la manière dont ils présentent les activités financées par le Fonds aux donateurs et à d'autres parties prenantes.

La Politique de communication et d'image du FEM, qui va de pair avec les directives sur l'identité institutionnelle diffusées en 2009, telles que modifiées (les Directives), donne des orientations claires sur comment et quand la contribution du FEM, y compris son logo, devrait être utilisée dans des documents publics et des supports de communication, à commencer par les instruments contractuels entre les Entités d'exécution du FEM et les bénéficiaires de ses fonds. L'application sans faille de la Politique va préserver la force de l'identité de marque du FEM, soutenir une identité visuelle et une image indéfectibles, et rendre le FEM plus visible dans les pays bénéficiaires et à travers le monde.