

CONVENTION  
SUR LES ZONES HUMIDES

# 50<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE

## BRIEF DE CAMPAGNE



16 mars 2021

STRATEGIE ET  
EXPRESSION CREATRICE

PREMIÈRE PARTIE

# STRATÉGIE

BUTS ET OBJECTIFS

TYPES D'AUDIENCE CIBLE

MESSAGES CLÉS

EXPRESSION CRÉATRICE

POSITIONNEMENT ET CADRAGE

# 03.

## BUTS ET OBJECTIFS

Le but de cette campagne est **d'améliorer la compréhension** des influenceurs et des amplificateurs **en matière de définition des zones humides et des services qu'elles fournissent à l'humanité, dans le but ultime de mieux les protéger.**

**Les objectifs correspondant à ce but sont les suivants :**

1. Améliorer les connaissances des principaux groupes cibles en matière de zones humides, afin qu'ils comprennent l'importance, les valeurs et les avantages de cet habitat, et qu'ils puissent les mettre en relation.
2. Créer un lien étroit entre les différents habitats qui composent les zones humides, avec le terme « zones humides ».
3. Renforcer la visibilité des zones humides en tant qu'écosystème terrestre au sein des principales audiences cibles.



# 04.

## AUDIENCE CIBLE

Secrétariat de la Convention  
sur les zones humides

Parties contractantes à la  
Convention sur les zones  
humides

Organisations  
internationales partenaires  
(OIP)

Organisations  
environnementales/impliquées  
contre le changement climatique  
(Flotilla)

Acteurs politiques

Professionnels de  
l'environnement/du  
changement climatique

Militants écologistes/luttant  
contre le changement  
climatique

# 05.

## MESSAGES CLÉS

Les deux grands messages à communiquer à chaque occasion sont :

**Les zones humides sont un habitat majeur présent sur toute la planète**

**Elles prennent de nombreuses formes et rendent possible la vie sur Terre**



# 06.

## Proposition centrale de la campagne

Les zones humides sont importantes parce que...

FORMULÉE GRÂCE À L'EXPRESSION CRÉATRICE

Mettre l'accent sur l'habitat, dans ce cas en utilisant le terme « zones humides ». On pourrait aussi faire référence à un habitat spécifique par exemple, les mangroves.



Évoquer précisément « ces » zones humides.  
On peut également parler de « cette » zone humide ou être plus précis en utilisant « cette mangrove », ou on peut personnaliser en disant « ma zone humide ».

Souligner les caractéristiques et les bénéfices.

# 07.

## POSITIONNEMENT ET CADRAGE

### Mise en concordance

Pour améliorer la compréhension en matière de zones humides et la perception de leur importance, nous devons les mettre en concordance avec d'autres processus et opportunités qui ont le poids et le niveau d'importance voulus au niveau international, les plus évidents étant le changement climatique et la biodiversité.

### Voix

Pour la campagne, il est souhaitable de disposer d'une voix modérée, présentant des données factuelles - neutre, digne de confiance et irréfutable.

### Cadrage

Le contexte de la campagne concerne les zones humides dans leur ensemble, et la stratégie nous permet d'en parler de façon générale, mais aussi d'aborder chacune de leurs composantes. Nous pouvons passer du global au local, du niveau planétaire au niveau personnel, et cette modulation sera essentielle pour l'expression créatrice de la campagne.



DEUXIÈME PARTIE

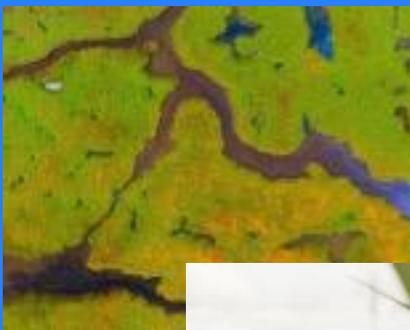
# EXPRESSION CRÉATRICE

EXEMPLES D'EXPRESSION CRÉATRICE

LOGO DU 50<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE

RESSOURCES

09.



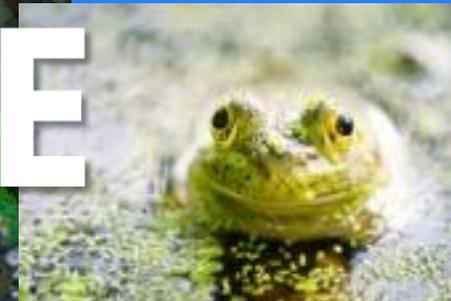
CE

ZONES HUMIDES



PROTÈGENT

LA VIE SUR TERRE



# 10.

## EXEMPLES D'EXPRESSION CRÉATRICE

Bannières image entière



# 11.

## EXEMPLES D'EXPRESSION CRÉATRICE

Bannières moitié d'image



12.

LOGO DU 50<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE



# 13.

## MATERIEL

Kit de Communication



Fiches d'information



Charte graphique



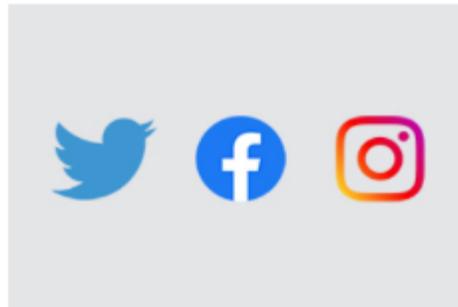
Logo



Bannières pour medias sociaux



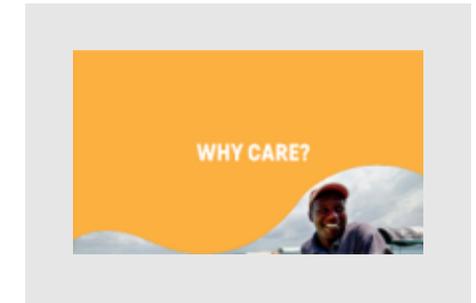
Kit pour medias sociaux



Vidéo



Images animées (Gifs)



TROISIÈME PARTIE

# MICROSITE DU 50<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE

PAGE D'ACCUEIL

RESSOURCES

NOUVELLES

PARTAGER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

CRÉER POUR LES MÉDIAS SOCIAUX

TINT

15.

DÉMO DU MICROSITE : <https://ramsar50.org>



Home

Resources

Share ▾



# WETLANDS PROTECT LIFE

## TAKE ACTION FOR WETLANDS

Here you can create, customize and share social media tiles, access a variety of 50th Anniversary communication resources and catch up on the latest Anniversary news.

Join the conversation today

[#RestoreWetlands](#)

# 16. Calendrier et dates de livraison clés

## Mars

16 mars Brief de campagne

22 mars Journée mondiale de l'eau

### Contenus mis à disposition

*1 x animation*

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

## Mai

8 mai Journée mondiale des oiseaux migrateurs

### Contenus mis à disposition

*1 x animation*

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

22 mai Journée internationale de la diversité biologique

### Contenus mis à disposition

*1 x animation*

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

## Juin

8 juin Journée mondiale de l'océan

### Contenus mis à disposition

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

## Août

12 août Journée internationale de la jeunesse

### Contenus mis à disposition

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

## Octobre

13 octobre Journée internationale pour la réduction des risques de catastrophe

### Contenus mis à disposition

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

## Novembre

1-12 novembre COP 26 de la CCNUCC

### Contenus mis à disposition

*1 x animation*

*2 x bannières pour médias sociaux pour utilisation*

*Facebook, Instagram et Twitter*

*Tweets complémentaires*

D'autres événements et dates seront ajoutés au cours de l'année.



# MERCI



<https://ramsar50.org/>



[50years@ramsar.org](mailto:50years@ramsar.org)