L'objectif de l’utilisation de la stratégie de marque et d’utilisation des 'identités visuelles est de s`assurer que les récipiendaires sachent que les vivres qu'ils reçoivent ont été fournis par le peuple américain.

L’affichage du matériel promotionnel dans les centres de distribution (et d'alimentation) exige des bannières/banderoles, affiches ou supports similaires qui contiennent les informations suivantes:

* Noms et quantités de ration de vivres distribués à ce moment là
* « Fournies grâce à l'amitié du peuple américain » (Cela peut aussi être transmis verbalement en exprimant que les vivres viennent du peuple américain.)
* « A ne pas vendre ni échanger »
* Le logo de l'USAID (et le cas échéant, celui de l’organisme récipiendaire)

Se référer à la stratégie de marque et au plan d’utilisation des 'identités visuelles (BS / MP) de la mission de l'USAID et le BS / MP joint à votre plan opérationnel pour des normes supplémentaires ou des dérogations.

Chaque année, l'AOR réexaminera le BS / MP et prendra en compte les changements dans l'environnement opérationnel du programme de pays. Si des changements ont eu lieu, l'AOR peut avoir à travailler avec l’organisme récipiendaire pour mettre à jour le BS / MP pendant le processus d'examen du PREP.

**Informations supplémentaires**

**USAID ADS Chapter 320, stratégie de marque et plan utilisation des identités visuelles** contient des instructions sur la façon de préparer un BS / MP. Le document peut être trouvé dans la section Ressources : Kit de gestion des vivres ou sur <https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1868/320.pdf>

Les fichiers de logo de l'USAID, les modèles et les ressources supplémentaires accessibles sur: <https://www.usaid.gov/branding/>

**Le manuel intitulé «USAID Graphics Standards Manual and Partner Co Branding Guide » (Manuel de l’USAID sur les normes graphiques et guide de co-marquage du partenaire)** peuvent être consultés à l'adresse suivante : <https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1869/USAID%20Graphics%20Standards%20Manual%20and%20Partner%20Co%20Branding%20Guide%20February%202016.pdf>