



CANADA-PNUD  
Facilité pour l'Adaptation aux  
Changements Climatiques



*Au service  
des peuples  
et des nations*

# ORIENTATION SUR LA GÉNÉRATION DE CONTENU LE RECUEIL ET LA CRÉATION D'HISTOIRES, DE PHOTOS ET DE FILMS



Canada 



Un agriculteur malien montre son impressionnante récolte de millet, renforcée par l'introduction de nouvelles semences résilientes au climat et plantées quelques mois auparavant. (Jennifer Baumwoll, PNUD, Septembre 2014)

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Introduction: Contexte, justification, buts et objectifs</b>	<b>2</b>
Introduction et contexte du projet	2
Objectifs du Document	3
<b>Processus : Comment recueillir de la matière première (histoires, photos, films)</b>	<b>4</b>
Histoires	4
Planification de vos photos et films	7
Prendre des photos	9
Réalisation de films	12
Liens de diffusion	13
<b>Gestion des matériaux : le recueil et le stockage</b>	<b>14</b>
Gestion des outils	14
Organisation	14
Accès au système	14
<b>Comment créer (suggestions sur la façon d'utiliser)</b>	<b>15</b>
Microsoft Photo Story	15
Essais photographiques réalisés avec Exposure	16
Publications imprimées	17
Application des bons logos	18
Traductions	19
<b>Ressources et outils supplémentaires</b>	<b>20</b>
Outils de diffusion de vidéos et de documentaires	20
Outils pour le Web	21
Autres liens utiles	22

# LISTE DES FIGURES ET DES TABLEAUX

Figure 1: Préparation d'une liste de prises de vue	6
Table 1: Exemple de cadre de recueil de médias pour les visites sur le terrain (Cambodge)	7
Table 2: Types de photos	8
Table 3: Guide des tailles de fichiers requises pour obtenir des photos nettes lors de l'impression	10
Table 4: Guide des tailles de fichiers requises pour obtenir des photos nettes sur les sites Web	10

# INTRODUCTION: CONTEXTE, JUSTIFICATION, BUTS ET OBJECTIFS



Agricultrices qui introduisent des pratiques de subsistance résilientes à Alehaimerat, Soudan. (Jennifer Baumwoll, PNUD, Mai 2014)

**La Facilité pour L'Adaptation aux Changements Climatiques (FACC) du Canada et le PNUD intègre six projets nationaux et un projet mondial.**

**Chacun des six projets nationaux se concentre sur le renforcement d'approches résilientes de l'agriculture et de la gestion de l'eau, en mettant l'accent sur des approches intégrant la dimension hommes-femmes.**

## Introduction et contexte du projet

La Facilité pour L'Adaptation aux Changements Climatiques (FACC) du Canada et le PNUD intègre six projets nationaux et un projet mondial. Chacun des six projets nationaux se concentre sur le renforcement d'approches résilientes de l'agriculture et de la gestion de l'eau, en mettant l'accent sur des approches intégrant la dimension hommes-femmes. Ces projets concernent : le Cambodge, le Cap-Vert, Haïti, le Mali, le Niger et le Soudan. La composante mondiale vise à promouvoir la coopération Sud-Sud et à améliorer la compréhension des initiatives qui touchent à l'adaptation, et leurs dimensions liées au sexe en particulier. Cette composante mondiale a trois objectifs : i) instaurer une coopération et une communication entre les six projets nationaux, ii) promouvoir une gestion efficace des connaissances sur les expériences et les enseignements tirés de ce portefeuille, et iii) s'assurer que les résultats liés à la dimension hommes-femmes sont documentés et partagés afin d'alimenter les processus d'adaptation dans leur ensemble.

Pour obtenir ces résultats, la composante mondiale peut être divisée en trois champs d'activités :

- 1. Communauté de pratique :** Instaurer une communauté de pratique entre les six équipes projet nationales afin de partager les expériences et les enseignements tirés qui viendront alimenter et renforcer les activités du projet.
- 2. Analyse de fond et recueil de savoirs :** Analyser et documenter les expériences de fond et les enseignements tirés du portefeuille FACC et les diffuser pour alimenter les projets d'adaptation tant au sein qu'à l'extérieur de la FACC.
- 3. Communication et sensibilisation :** Présenter les résultats et communiquer sur les succès obtenus par les projets nationaux de la FACC auprès de la communauté mondiale.

Pour chacun des champs d'activités définis ci-dessus, les données dérivées des projets nationaux devront être documentées, traitées et transformées en différents types de produits développés à l'intention de différents publics. Cela nécessitera la mise en œuvre de projets visant à recueillir en continu la matière première (par exemple, des histoires, des photos, des films) qui émerge au cours de l'exécution du projet, à l'organiser et à lui donner un sens ; mais aussi d'identifier les meilleurs moyens de l'utiliser à bonne fin.



Une famille de paysans au Niger bénéficiant de l'augmentation de la productivité des arachides grâce à l'utilisation de nouvelles semences et méthodes d'agriculture résilientes au climat. (Jennifer Baumwoll, PNUD, Septembre 2014)

## Objectifs du Document

Le but de ce Document d'orientation est de s'assurer que la collecte de la matière première (par exemple, les histoires, les photos, les vidéos) à l'appui des activités prévues au titre de la FACC, est effective et contribue à la réalisation des objectifs communs de la FACC d'une manière efficace et efficiente. Pour être plus précis, **ce Document a été élaboré dans le but de dispenser des conseils aux équipes de projet nationales pour recueillir, stocker, partager et créer de la matière qui viendra alimenter les produits de savoir et de communication** : Cette stratégie complète directement et contribue aux trois champs d'activités de la FACC.

Pour atteindre les objectifs des stratégies mondiales de la FACC, les équipes de projet nationales doivent être en mesure d'extraire les éléments d'information les plus importants à faire ressortir, de décider avec quel public elles souhaitent partager ces informations et quelle forme de média serait la plus à même de communiquer ces informations à ce public.

Cette stratégie dispense des conseils sur l'ensemble de ce processus. Elle donnera également des éléments sur la façon de travailler avec différents canaux de communication, c'est-à-dire les voies spécifiques à emprunter pour atteindre un public cible, y compris les différents médias, presse écrite, radio et télévision et Internet. Travailler avec différents canaux médiatiques requiert une planification stratégique, basée sur une bonne compréhension des objectifs, des priorités, des processus et des approches des différents canaux.

**Ce Document a été élaboré dans le but de dispenser des conseils aux équipes de projet nationales pour recueillir, stocker, partager et créer de la matière qui viendra alimenter les produits de savoir et de communication.**

# PROCESSUS: COMMENT RECUEILLIR DE LA MATIÈRE PREMIÈRE (HISTOIRES, PHOTOS, FILMS)

*L'objectif des médias que vous assemblerez sera de mettre en évidence l'impact des changements climatiques ressenti par les bénéficiaires du projet et de montrer ce qu'ils font pour s'adapter (avec le soutien du projet). Il sera important de documenter la manière dont la vie des individus est affectée par le projet.*



Agricultrice d'Alhaimerat, Soudan. (Jennifer Baumwoll, May 2014)

*Cette section s'intéresse à trois types de matière première qu'il sera important de recueillir pour chacun des projets nationaux. À savoir : des histoires, des photos et des films. Chacune des sections suivantes donne des détails sur la façon de recueillir au mieux ces différentes matières.*

## Histoires

Une bonne histoire se doit d'illustrer en quoi l'intervention du PNUD a changé la vie des gens. Il s'agit d'un élément d'information essentiel qui peut être utilisé dans une variété de produits de communication et de savoir visant à donner une bonne idée du déroulement du projet. Les conseils suivants sont une adaptation des [Directives de narration du PNUD](#).

### De quelles informations techniques a-t-on besoin ?

Les informations nécessaires à l'écriture d'une histoire comprennent : le contexte, les éléments factuels de l'histoire et les questions journalistiques de base (Qui, Quoi, Où, Quand, Comment et surtout, Pourquoi). Les faits sont mieux restitués quand ils sont clairs et rédigés sans jargon.

Par exemple, des questions journalistiques à poser pourraient être :

- Sur quoi porte le projet ? (l'accès aux microfinancements, le renforcement des moyens de subsistance et la génération de revenus, la réduction des effets des changements climatiques, etc.)
- Quelle est la vocation de ce projet ? (améliorer la participation des femmes, instaurer des moyens de subsistance durables, renforcer la résilience des communautés vulnérables, etc.)
- Où se situe le projet ? (pays, sous-région, écosystème : urbain, rural, désert, littoral, forêts, etc.)
- Qui sont les bénéficiaires de ce projet ? (nombre de femmes, d'enfants, d'anciens combattants, de personnes déplacées, etc.)
- Qui sont les partenaires du projet ? (bailleurs de fonds, homologues gouvernementaux, ONG, autres agences des Nations Unies, secteur privé, etc.)
- Comment le projet est-il mis en œuvre ? (formation des agriculteurs aux pratiques agricoles, conseils sur l'intégration des changements climatiques dans les politiques locales, accès aux ressources et outils visant à renforcer les moyens de subsistance, etc.)

- Quand le projet a-t-il débuté ? Quand sera-t-il clôturé ?
- Quels dispositifs sont mis en place pour promouvoir l'autonomie des bénéficiaires lorsque le projet sera terminé ?

### Comment transformer ces informations en histoire

Une fois que toutes ces informations ont été identifiées, le défi est d'en faire une bonne histoire. Il est important de déterminer d'abord un angle d'approche de l'histoire sur le plan humain, à savoir, en quoi la vie des gens a-t-elle été changée par le travail du projet.

Les [Directives de narration du PNUD](#) donnent des informations sur la façon d'écrire une histoire intéressante et détaillent les points clés à prendre en compte lors de l'écriture d'une histoire. En outre, les [Directives d'écriture pour le Web](#), préparées par le Bureau de la Communication du PNUD, vous guident à travers le processus d'écriture d'une histoire pour le Web.

En règle générale, mieux vaut restreindre le nombre de mots à 300 ou 400 et inclure les éléments suivants :

- Un paragraphe sur le projet et le soutien spécifique que le projet a reçu, notamment : (i) Qu'est ce qui a marché ? (ii) Pourquoi ? et (iii) Quels impacts a-t-il eu ?
- Quelques citations spécifiques des bénéficiaires seraient les bienvenues car elle ajoute de l'authenticité à l'histoire. Afin d'obtenir 2 ou 3 citations directes d'un bénéficiaire pour chacun des projets, vous choisirez une personne susceptible de transmettre l'impact du projet et de raconter l'histoire à travers son expérience. Sélectionnez un adulte consentant (ou mineur avec le consentement de son tuteur) qui explique ce qu'était sa vie avant l'intervention et en quoi elle a changé depuis. Il est important de montrer comment l'intervention aide le bénéficiaire à devenir autonome. Ceci sera le fondement de l'histoire.
- Quelques photos haute résolution en format JPEG seront jointes séparément pour illustrer les propos (de préférence des photos avec des personnes) (pour plus d'informations sur les photos, voir

ci-dessous)

- Les photos pour publication sur le site Web seront de préférence horizontales.

Pour plus d'inspiration et d'exemples, voir :

[Les meilleures histoires du PNUD](#)



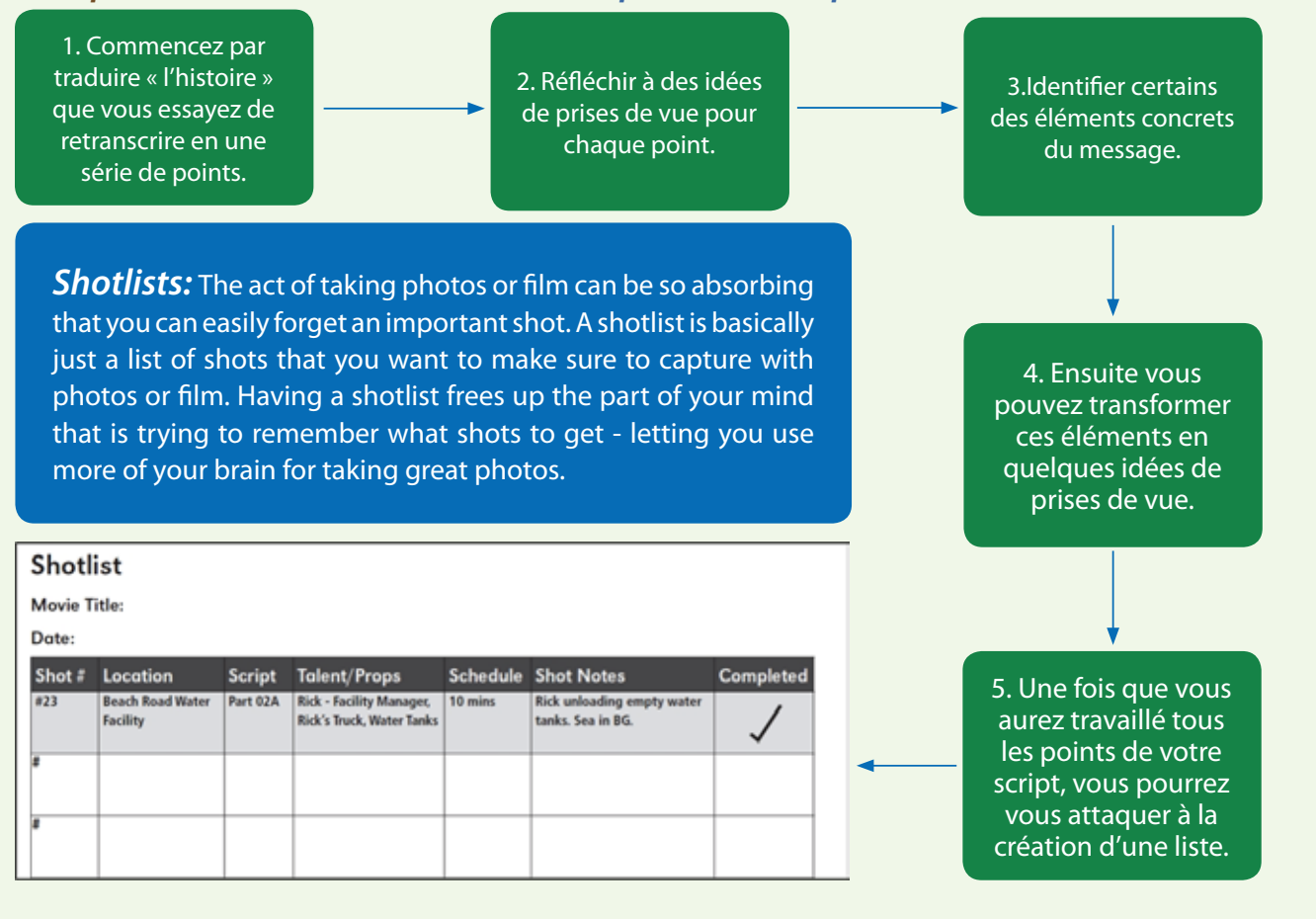
[Cliquez ici pour voir un exemple de réussite](#): Tout le monde est souriant, en effet, l'infirmière remet un certificat de bonne santé à Sibusio, bébé qui a subi des visites de contrôle régulièrement à la clinique médicale d'E.F Watson à Bulawayo, Zimbabwe. (Photo : Sammy Mwitwi, PNUD)



[Cliquez ici pour voir un exemple de réussite](#): Grâce à un microcrédit, S.O. a pu transformer sa vie après avoir été diagnostiqué séropositif. (Photo- REFNI+)

### Figure 1: Préparation d'une liste de prises de vue

Une fois que vous aurez travaillé tous les points de votre script et que vous aurez préparé une série d'idées de prises de vue pour chaque point, vous pourrez vous attaquer à la création d'une liste. (Exemple de liste de prises de vue)



### Planification de vos photos et films

**Planifier à l'avance:** Avant de prendre des photos ou de filmer, il est important de rédiger un scénario et une liste de prises de vue : Commencez par traduire « l'histoire » que vous essayez de retranscrire en une série de points. Une fois que vous avez un script en différents points, vous pouvez réfléchir à des idées de prises de vue pour chaque point. Exemple de point possible dans votre script : « Les femmes en Papouasie-Nouvelle-Guinée doivent faire plus de chemin pour se rendre aux puits chaque semaine parce que leur approvisionnement en eau se fait rare ». Vous pouvez ensuite commencer à développer ce point pour identifier certains des éléments concrets du message. Ce point concerne la marche à pied, l'eau, le temps (passé à faire plus de chemin), le transport (de l'eau) et la dégradation de la situation.

Vous pouvez ensuite transformer ces éléments en quelques idées de prises de vue qui illustrent votre script initial. Dans notre exemple, vous pourriez envisager les clichés potentiels suivants:

- Gros plan sur les pieds dans différents endroits, à différents moments de la journée, montrant le passage du temps.
- Plan taille d'une femme portant un récipient. Lumière du soleil éclatant en arrière-plan. sunlight in background.
- Lever de soleil pour illustrer à quelle heure elle se met en route.
- Récipient rempli d'eau émergeant du puits au bout d'une corde pour montrer ce qu'il faut faire pour tirer de l'eau.

TABLEAU 1: Exemple de cadre de recueil de médias pour les visites sur le terrain (Cambodge)

Voyage	Point focal	2014		2015		Qui	Où	
		Q3	Q4	Q1	Q2			Q3
1	La relation de la vie quotidienne avec l'agriculture et la disponibilité/gestion de l'eau avant les interventions du projet (activité habituelle ou « de référence »). Quelles sont les pratiques actuelles, les difficultés et les menaces associées aux impacts des CC (changements climatiques) sur la vie des gens ?						2 à 3 familles qui ont été sélectionnées pour participer au projet.	À déterminer
Liste des prises de vue possibles : Femme avec un seau d'eau ; plantes flétries sur un sol desséché ; verre d'eau vide								
2	Mobilisation/organisation de la communauté. Réunions dans les villages pour former des groupes d'agriculteurs, identifier et hiérarchiser les besoins des personnes et les mesures de suivi. (processus VRA?)						Groupe d'agriculteurs auquel appartient les familles ci-dessus.	-
Liste de prises de vue possibles : Gros plan de l'agriculteur ; photo de groupe de la réunion								
3	Développement des capacités de la communauté/formations. Formation, réunions/ateliers, visites d'échanges d'agriculteurs...						Rencontre des dirigeants de la communauté	-
Liste de prises de vue possibles : Documents sur la table ; agriculteurs en réunion								

**Contenu général:** Comme mentionné ci-dessus, la planification et l'élaboration d'une liste de prises de vue vous aide à vous concentrer sur les images que vous espérez recueillir afin d'étoffer l'histoire ou le message. Cependant, même si vous n'avez pas encore défini d'histoire spécifique, il est également possible de définir des domaines généraux de contenu qui seront utiles pour des histoires à venir, et peuvent être utilisés à des moments particuliers de la mise en œuvre du projet. Ce cadre peut être basé sur les domaines thématiques et objectifs généraux du projet.

L'objectif principal des médias que vous assemblerez sera de mettre en évidence l'impact des changements climatiques ressenti par les bénéficiaires du projet et de montrer ce qu'ils font pour s'adapter (avec le soutien du projet). Il sera important de documenter la manière dont la vie des individus est affectée par le projet.

En plus des domaines principaux évoqués ci-dessous, la documentation photo et vidéo devrait également prévoir de suivre au moins 2 ou 3 personnes différentes au moyen d'entrevues et de documenter leur vie de tous les jours.

Dans l'idéal, ceci devrait être fait régulièrement tout au long de la durée de vie du projet, depuis le début (avant les interventions du projet), pour illustrer la façon dont les habitudes quotidiennes évoluent et l'impact que les activités du projet ont eu sur ces changements au fil du temps.

**Tableau 1** est un cadre élaboré par l'équipe de projet du Cambodge. Le cadre décrit les vidéos et les photos à faire faire par le photographe sur plusieurs voyages.

Une fois que ces photos et vidéos auront été recueillies, elles pourront ensuite être utilisées pour développer des produits du savoir qui documentent et partagent les expériences et les résultats des activités soutenues par le projet et leur impact sur les communautés. Il est à noter que ces photos et vidéos peuvent être prises par les membres de l'équipe de projet, y compris les membres basés dans les communautés, ou par des photographes ou vidéastes professionnels engagés spécifiquement pour cette tâche. Quoi qu'il en soit, il est impératif de se mettre d'accord sur un plan à l'avance.

TABLE 2: Types Of Photos/Shots	
	Photo/Shot Type
	<b>Gros plans et très gros plans</b> - Photo dont le cadrage est strictement centré sur le sujet (une personne ou un objet) et qui est présentée à une échelle relativement grande. Certains éléments particuliers, comme le visage de quelqu'un, remplissent tout le cadre.
	<b>Plans taille</b> – Il s'agit d'une photo dans laquelle le sujet et le fond se partagent l'image à parts égales. Par exemple, un plan taille d'un individu mettra en scène le corps à partir des genoux ou jusqu'à la taille, tout en montrant l'arrière-plan ou l'environnement dans lequel la personne se tient debout/travaille.
	<b>Plans larges</b> - Photographies dont le sujet est présenté à une échelle relativement petite et l'accent est davantage mis sur l'environnement ou le fond.
	<b>Mises en scène</b> - Photos dans lesquelles les sujets sont placés selon une certaine disposition et posent pour la photo.
	<b>Scènes d'action</b> - Présentent quelqu'un ou quelque chose en mouvement, par exemple, en train d'exécuter l'activité relative au projet (culture, plantation d'arbres, formation).

### Prendre des photos

La photographie peut être un puissant outil de narration. Une photographie percutante est capitale pour faire passer des messages clés à travers des images dans les différentes publications, sur l'internet et dans d'autres types de médias.

**Cadrage photo:** Les photographies contiennent de l'information visuelle. Le cadrage est un moyen de contrôler ces informations. Vous contrôlez les informations transmises par vos photos en pointant l'appareil d'une manière ou d'une autre, en choisissant d'inclure un objet et pas un autre. Considérez le cadrage comme un moyen de « conditionner » l'information pour votre public et de relayer un message spécifique (cohérent avec votre plan ou votre liste de prises de vue).

**Types de photos:** Vous pouvez utiliser une grande variété de photos comprenant de très gros plans, des gros plans, des plans taille, des plans larges, des photos mises en scène et des photos d'action (détaillé ci-dessous). Il sera important de prendre divers types de photos. Le panachage de différents angles de prises de vue peut également contribuer à enjoliver votre histoire. Les photos peuvent représenter des gens, un processus, une innovation technologique, des paysages, etc.

**Légendes:** Les légendes des photos aident à donner un contexte à l'image et en attribuer la paternité, et elles seront utiles pour organiser et accéder aux photos une fois celles-ci archivées. Il est également crucial de donner des informations détaillées lors de l'utilisation de l'image dans les produits du savoir et de communication. Pour en faciliter l'usage à l'avenir et afin d'assurer une uniformité entre les différentes équipes de projet, **toutes les photos relatives à la FACC devraient être enregistrés sous un nom de fichier contenant les éléments suivants dans cet ordre:**

1. Le pays
2. Une brève description : ce qui se passe, qui est dans l'image, pourquoi et où.
3. La date : le mois et l'année
4. L'auteur : le photographe ou le bureau du PNUD



Exemple de photo bien cadrée : Famille de paysans au Sud de Haïti, bénéficiant d'une aide dans le développement d'un plan d'exploitation individualisé, afin de renforcer la résilience au changement climatique. (Thibaut Monnier, Sept 2014)



e.g. **Haïti** : bénévoles du Centre d'Éducation Environnementale d'Aquin s'occupant de jeunes plants qui seront replantés dans les forêts avoisinantes  
**Sept 2014** - Thibaut Monnier, PNUD Haïti

**TABLEAU 3: Guide des tailles de fichiers requises pour obtenir des photos nettes lors de l'impression (taille de l'image en pixels)**

(Taille virtuelle des images)	Valeur en mégapixels	Taille d'impression (pouces) à 200ppi	Taille d'impression (pouces) à 300Ppi
640 X 480	0.3	3.2 X 2.4	2.1 X 1.6
1,024 X 768	0.8	5.1 X 3.8	3.4 X 2.5
1,280 X 960	1.2	6.4 X 4.8	4.2 X 3.2
1,504 X 1,000	1.5	7.5 X 5.0	5.0 X 3.3
1,632 X 1,224	2.0	3.3 X 6.1	5.4 X 4.1
2,000 X 1,312	2.6	10.0 X 6.6	6.7 X 4.4
2,240 X 1,488	3.3	11.2 X 7.4	7.5 X 5.0
2,275 X 1,520	3.5	11.4 X 7.6	7.6 X 5.1
2,272 X 1,704	3.9	11.4 X 8.5	7.6 X 5.7
2,590 X 1,920	5.0	13.0 X 9.6	8.6 X 6.4
3,008 X 2,000	6.0	15.0 X 10.0	10.0 X 6.7
4,256 X 2,848	12.1	21.3 X 14.2	14.2 X 9.5
4,536 X 3,024	13.7	22.7 X 15.1	15.1 X 10.1
5,782 X 3,946	22.8	28.9 X 19.7	19.3 X 13.2

**TABLEAU 4: Guide des tailles de fichiers requises pour obtenir des photos nettes sur les sites Web**

Taille de l'image en pixels	Valeur en mégapixels	Taille (pouces) à 72 ppi (Sur le site web)
200 X 150	0.1	2.8 X 2.1
300 X 225	0.2	4.2 X 3.1
400 X 300	0.2	5.6 X 4.2
640 X 480	0.3	8.9 X 6.7
800 X 600	0.5	11.2 X 8.4
1,024 X 768	0.8	14.2 X 10.7
1,280 X 960	1.2	17.8 X 13.3
1,504 X 1,000	1.5	20.9 X 13.9

**Résolution de la photo:** Le degré de résolution peut grandement améliorer la qualité et l'efficacité de l'utilisation de l'image numérique, autant qu'il peut détériorer la qualité de l'image et limiter la capacité à l'utiliser. La résolution de l'image numérique varie, et tant les résolutions hautes que basses ont leur intérêt et leurs avantages. Par exemple, une résolution haute est importante pour les publications imprimées, tandis que les résolutions moindres sont plus utiles pour les applications Web. Une fois la photo prise, il est possible de compresser les images afin de réduire leur résolution, mais il n'est pas possible d'accroître la résolution. Les photos doivent donc avoir une résolution aussi haute que possible, pour donner la plus grande flexibilité possible lors de leur utilisation éventuelle.

**Les différentes façons de mesurer la résolution:** Les images numériques sont composées de pixels, unités de mesure carrées elles-mêmes composées de petites unités appelées « bits ». Plus le nombre de bits par pixel augmente, plus grande est la capacité du pixel à rendre les couleurs. Plus le nombre de pixels d'une image augmente, meilleures sont sa clarté et sa définition.

La résolution s'exprime de deux façons:

- **Dimension:** le nombre de pixels dans une image en largeur et hauteur comme par exemple 3000 x 2000 pixels.
- **Mégapixels:** le nombre de pixels en largeur et hauteur fois un million : 3000 x 2000 = 6 mégapixels. Habituellement, les mégapixels sont utilisés pour indiquer la taille maximale de l'image d'un appareil photo numérique.

**Taille d'image:** Il est également important de prendre en compte la taille de l'image lorsque l'on recueille des photos. La taille des images est souvent mesurée en kilo-octets (Ko), méga-octets (Mo) ou giga-octets (Go), qui représentent le volume occupé par l'image.

Donc, si vous avez besoin d'une photo pour une brochure qui doit avoir une largeur de cinq pouces (12,5 cm) lors de l'impression, vous devez prévoir d'utiliser une photo d'au moins 1 500 x 1 000 pixels. Si vous avez besoin d'une grande affiche avec des images d'une netteté parfaite de 10 pouces (25 cm) chacune, vous devez prévoir d'utiliser

des photos qui font un minimum de 3 000 x 2 000 pixels. Si, par contre, vous avez besoin d'une photo miniature qui sera imprimée en deux pouces (5cm) de large, vous pouvez utiliser une image de 640 x 480 pixels.

**Pixels par pouce (PPI) est une mesure de la densité de pixels (résolution) des dispositifs utilisés dans divers contextes : ordinairement des écrans d'ordinateur, des scanners d'images et des capteurs d'appareils photo numériques. Cette mesure se définit comme la densité horizontale ou la densité verticale de pixels (pour les pixels carrés) dans la mesure où celles-ci sont les mêmes, mais la densité le long de la diagonale est moindre. Les pixels carrés sont la norme (sinon ces densités seraient différentes). La plupart des ordinateurs utilisent des écrans de 72 pixels par pouce.**



Une image miniature de 2 pouces (5 cm) en 640 x 480 pixels.



Exemple de haute résolution.



Exemple de basse résolution

**Ressources photographiques extérieures:** Un certain nombre de ressources externes peuvent également donner des conseils très utiles sur la façon de prendre de bonnes photos.

- [Comment prendre des photos \(Sept conseils d'un photojournaliste Reuters\)](#)
- Pour des exemples de bonne composition visuelle:
  - [Photos de documentaire social](#)
  - [Magnum photos](#)



[Sept conseils d'un photojournaliste Reuters](#)



[Photos de documentaire social](#)

### Réalisation de films

La vidéo est de plus en plus utilisée pour illustrer l'impact des projets sur le terrain. L'expansion des sites Web de vidéos comme YouTube et Vimeo a ouvert la possibilité d'atteindre un nouveau public de plus en plus large et de communiquer sur les réalisations et les succès du projet.

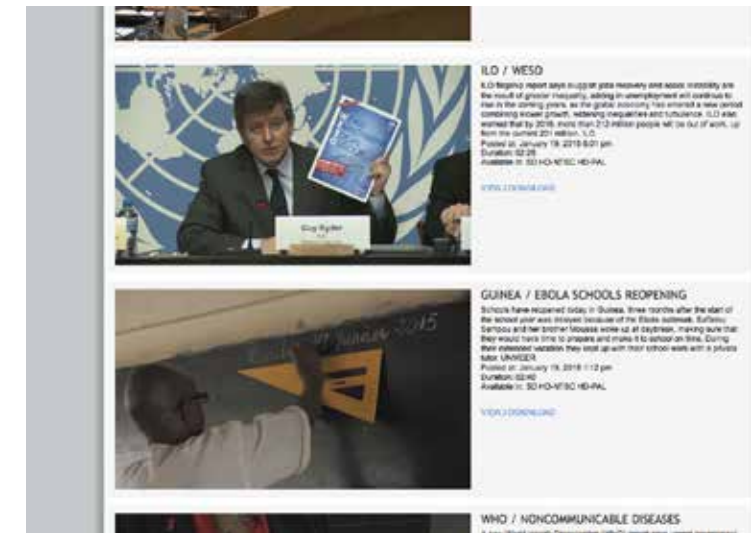
**Suggestions de tournage de films:** Au moment de définir le sujet du film ou son point de départ, tenez compte des recommandations suivantes:

- Restez sur chaque plan pendant au moins six secondes.
- Stabilisez la prise de vue, ne faites pas de zoom avant et arrière et gardez votre sujet au centre.
- Restez à l'écart de sources disparates de lumière, par exemple, fenêtres, points lumineux, miroirs, etc.
- Veillez à ce que le fond soit simple et pas trop encombré – un mur nu convient très bien tant que le sujet filmé n'est pas tout contre. La multiplicité des mouvements et/ou couleurs est un facteur de distraction (par exemple, des enfants qui jouent en arrière-plan d'une entrevue en tête à tête) et est à proscrire pour la toile de fond (inappropriée ou inutilisable).
- Tout ce qui est utilisé doit être montré – si le sujet parle avec ses mains, gardez ses mains dans le cadre.
- Élargissez la scène plutôt que de cadrer la personne de trop près – vous pourrez toujours réduire l'image mais une fois la prise de vue réalisée, impossible de l'élargir.
- Essayez de filmer dans un endroit tranquille, sans beaucoup de bruit de fond. Veillez à ne pas bouger ou faire du bruit vous-même – le microphone récupère tout ce qui vient de vous aussi facilement que de la personne que vous interviewez.
- N'oubliez pas de réaliser des plans de coupe qui faciliteront le processus d'édition (un gros plan des mains, un détail dans les cheveux, les lunettes, des fleurs près de l'intervieweur, etc. – toutes choses que vous pourrez utiliser ultérieurement lorsque vous aurez besoin d'un plan qui vous permette de faire une transition)

### Liens de diffusion

Suite à l'enregistrement d'une vidéo, une manière de renforcer son interactivité et son utilisation est de créer un lien de diffusion dans la légende afin de partager ces histoires sur UNifeed: <http://www.unmultimedia.org/tv/unifeed/>

UNifeed est l'agence de presse de l'ONU qui est envoyée à plus de 800 radiodiffuseurs dans le monde, ce qui signifie que les nouvelles agences pourront sûrement revenir sur une histoire et ainsi augmenter le nombre de vue des vidéos, produits du savoir, etc.



[Allez regarder les histoires d'UNifeed](#)



Vidéo montrant les activités et les résultats d'un projet d'adaptation au changement climatique dans deux provinces du Cambodge. [Cliquez ici pour voir la vidéo sur YouTube.](#)



# GESTION DES MATÉRIAUX: LE RECUEIL ET LE STOCKAGE

*Une fois que vous avez compilé un certain nombre d'éléments (histoires, photos, films), comment gérez-vous toute cette matière pour la rendre facilement accessible et utilisable pour vos produits du savoir et de communication ? Cette section vous donne des conseils sur la gestion de vos documents, en fonction de la manière dont la FACC les organisera pour les systématiser sur l'ensemble des six pays participants.*

## Gestion des outils

Pour la FACC, comme il n'existe pas actuellement de système propre au PNUD qui réponde à nos besoins, nous utiliserons « Dropbox » pour loger toutes les photos, documents, vidéos et fichiers recueillis dans les six pays de la FACC. Tout ce que vous mettrez dans Dropbox s'affichera automatiquement sur tous les ordinateurs reliés au système d'archivage Dropbox de la FACC. Vous pouvez accéder à ce système par le biais d'ordinateurs, de smartphones et du site sécurisé Dropbox – vous pouvez ainsi accéder aux documents de n'importe où. Ce système facilite le partage d'informations entre les pays ainsi qu'entre le projet national et le projet mondial. Vous pouvez également inviter vos collègues à consulter un dossier spécifique de votre Dropbox, tout se passera comme si vous aviez enregistré ce dossier directement dans leur ordinateur. Vous pouvez également envoyer des liens vers des fichiers spécifiques, des photos et des dossiers placés dans votre Dropbox.

## Organisation

Nous avons créé un dossier DropBox pour la FACC, avec des dossiers individuels pour chaque pays (Cap Vert, Cambodge, Haïti, Mali, Niger et Soudan). Chacun des dossiers pays comporte des sous-dossiers. Nous avons créé un dossier pour les photos, les vidéos, les histoires ainsi que pour les rapports et publications.

## Accès au système

Nous allons désigner une personne de chacune des équipes de projet nationales pour faire office de « point focal médias ». Cette personne sera chargée du recueil et du téléchargement de toutes les informations disponibles dans les dossiers Dropbox. Dans la plupart des cas, ce sera le responsable de la communication ou la personne assumant des fonctions de gestion des communications ou des connaissances. La FACC mondiale ouvrira un compte Dropbox Entreprise au nom de cette personne pour toute la durée du projet (jusqu'à fin 2016). Si vous souhaitez ouvrir des comptes supplémentaires pour d'autres membres de l'équipe, prenez contact avec Jennifer Baumwoll à cet effet. Notez que ceux qui ne possèdent pas de compte Entreprise pourront quand même avoir accès aux différents dossiers ou fichiers ou les partager (via des liens), en fonction des besoins.

### Processus:

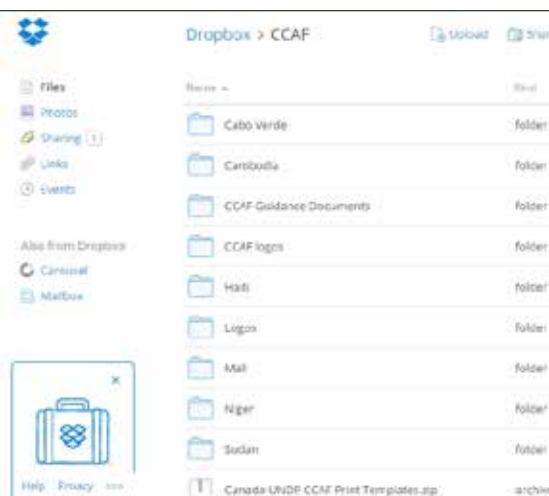
#### Pour partager vos documents :

1. **Connectez-vous à [www.dropbox.com](http://www.dropbox.com)**

2. **Cliquez sur le dossier de votre projet, et**

3. **Téléchargez la ressource directement dans le dossier correspondant.**

**Voir aussi Dropbox Tutorials, accessible ici ["How to use DropBox"](#).**



# COMMENT CRÉER : SUGGESTIONS SUR LA FAÇON D'UTILISER

*Une fois les matériaux de base rassemblés, beaucoup d'options s'offrent quant à la façon de les utiliser pour créer divers produits du savoir et de communication. Ils seront ensuite examinés et replacés dans un cadre stratégique venant s'insérer dans les stratégies mondiales FACC respectives. Voici quelques-unes des options initiales de produits qui peuvent être créés avec les matières premières d'histoires, de photos et de films rassemblées et gérées via les processus ci-dessus.*

## Microsoft Photo Story

Microsoft Photo Story est une application gratuite qui constitue un moyen convivial permettant aux personnes et aux communautés de raconter leur histoire à partir de photos numériques et de les combiner avec un récit, des effets, des transitions et une musique de fond pour créer un produit visuel et narratif puissant.

Les reportages photographiques sont un outil à fort potentiel pour stimuler les processus locaux d'innovation et doter les intervenants sur le terrain d'un moyen intéressant de suivi de leurs projets (de la conception, à la mise en œuvre, au suivi et à l'évaluation). Le processus de création d'un reportage photographique peut servir de base à la réflexion et est l'occasion d'échanger des idées. Il incite les membres de la communauté à « visualiser » ce qu'ils sont en train de faire et à envisager ensemble la façon d'améliorer les choses. Ce processus peut renforcer les liens entre membres de la communauté et les aider à forger un consensus.

- [Microsoft Photo Story 3 pour Windows XP](#): Voici le lien pour télécharger gratuitement le logiciel Microsoft Photo Story. (NB: le logiciel est disponible en anglais, français et espagnol)
- [Boîte à outils reportage photographique ALM-SGP](#): Cet outil de 28 pages permet de créer des reportages photographiques et donne des conseils et des informations détaillées sur la façon de créer un reportage photographique. [Quelques exemples](#).
- [Tutoriel de reportage photographique](#): La vidéo suivante, postée sur YouTube, vous fait découvrir le processus de création d'un reportage photographique.

Exemple de reportage photographique:

- [Fonds spécial pour les changements climatiques du PNUD-Canada : L'expérience du Cambodge et du Soudan](#)
- [Reportages photographiques SGP réalisés](#)



**Les reportages photographiques sont un outil à fort potentiel pour stimuler les processus locaux d'innovation et doter les intervenants sur le terrain d'un moyen intéressant de suivi de leurs projets.**



**Autre exemple de photoreportage de la FACC à Haïti.**



## Essais photographiques réalisés avec Exposure

Exposure est un outil permettant de réaliser de beaux reportages photographiques. C'est aussi une communauté de photographes et de conteurs d'histoires passionnés. Exposure est l'endroit idéal pour raconter votre histoire avec des images et des mots pour accompagner vos photos. L'outil permet de transformer un ensemble disparate de photos en une histoire cohérente. Quelques mots peuvent parfois suffire pour tout changer.

Exposure favorise une approche axée sur le récit pour le partage de photos. Une fois que vous vous êtes inscrit(e), vous n'avez plus qu'à glisser-déposer vos images pour constituer des ensembles ou les publier en pleine largeur, en les séparant par des blocs de texte où vous pouvez mettre des titres et des descriptions de ce qu'il se passe. La mise en page est séduisante par sa simplicité, avec très peu d'options de personnalisation.

- [Essais photographiques réalisés avec Exposure](#)
- [Essais photographiques du PNUD](#)

Exemples:

- [Du champ à la table](#)
- [La puissance de 20 000 palétuviers](#)

Exemples (ci-dessus et ci-dessous) de reportages photo créés avec Exposure.



## Publications imprimées

Les publications imprimées peuvent présenter des connaissances et des travaux de recherche, ou promouvoir les contributions et les réalisations des projets. Il est important dans ce cadre d'utiliser un langage concis et facile à comprendre. Ceci requiert des mots simples, des phrases simples et une analyse bien structurée. Des histoires prenantes sur le plan humain, rapportant la façon dont nos projets font évoluer la vie de gens ordinaires dans le monde entier dans un sens positif et durable, permettent de mieux communiquer sur les résultats.

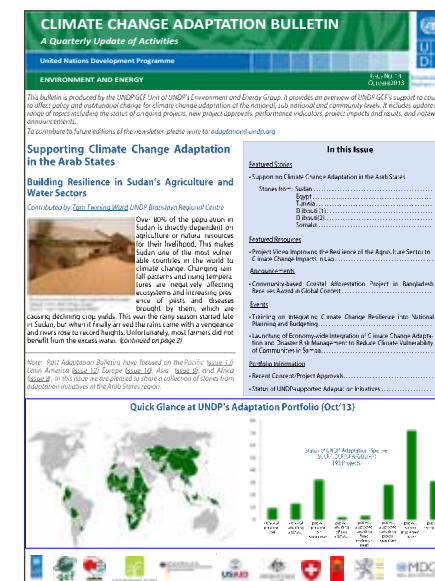
## Ressources pour les publications

- [Écrire pour le PNUD](#): Extrait de la boîte à outils Communication du PNUD, ce lien donne des conseils exhaustifs sur le thème 'Écrire pour le PNUD'
- [Directives d'écriture de reportages du PNUD](#): Ce document de 2 pages explique comment écrire une histoire intéressante et détaille les points clés à prendre en compte lors de la rédaction de l'histoire.
- [Directives d'écriture pour le Web](#): Provenant du Bureau de la Communications du PNUD, ce document vous guide à travers le processus d'écriture d'une histoire pour le Web.
- [Guide de rédaction du PNUD](#): Le Guide de rédaction du PNUD contient des conseils en matière de grammaire, d'orthographe et de ponctuation pour garantir la clarté et la cohérence des publications du PNUD.

Liens utiles

- [Charte graphique du PNUD 2013](#): Ce manuel donne des instructions détaillées sur la façon d'utiliser le logo et le slogan du PNUD.

(Ci-dessous) Exemple de publication papier réalisée par le PNUD.



Region	Country	Number of Projects	Value (USD \$M)
Asia	Bhutan	1	0.1
	China	1	0.1
	India	1	0.1
	Indonesia	1	0.1
	Japan	1	0.1
	Malaysia	1	0.1
	Philippines	1	0.1
	Sri Lanka	1	0.1
	Taiwan	1	0.1
	Thailand	1	0.1
Africa	Algeria	1	0.1
	Benin	1	0.1
	Burkina Faso	1	0.1
	Cameroon	1	0.1
	Cote d'Ivoire	1	0.1
	Egypt	1	0.1
	Ghana	1	0.1
	Kenya	1	0.1
	Mali	1	0.1
	Niger	1	0.1
Latin America & Caribbean	Argentina	1	0.1
	Brazil	1	0.1
	Colombia	1	0.1
	Costa Rica	1	0.1
	Cuba	1	0.1
	Dominican Republic	1	0.1
	Ecuador	1	0.1
	Honduras	1	0.1
	Nicaragua	1	0.1
	Panama	1	0.1
Pacific	China	1	0.1
	India	1	0.1
	Indonesia	1	0.1
	Japan	1	0.1
	Malaysia	1	0.1
	Philippines	1	0.1
	Sri Lanka	1	0.1
	Taiwan	1	0.1
	Thailand	1	0.1
	United States	1	0.1

## Logistique : Application des bons logos

**Logos:** Les logos sont importants. Remercier nos partenaires et remercier le soutien financier est capital. Ci-dessous quelques informations sur l'utilisation des logos du PNUD et du Canada, en particulier.

**Logos du PNUD:** Les fichiers de téléchargement des logos du PNUD et des Nations Unies peuvent être consultés sur l'intranet du PNUD en anglais, français et espagnol via le [Dossier des logos de la FACC](#) : Pour le logo, servez-vous de l'exemplaire original téléchargé à partir de l'intranet d'origine. Le logo ne doit en aucune façon être modifié. Le logo doit être placé dans le coin en haut à droite sur la page de couverture de toutes les publications (magazines, rapports, livres, brochures, affiches, dépliants et affiches d'exposition).

**Canada:** Il est important d'utiliser les logos du gouvernement du Canada sur tous les produits développés grâce à des Fonds du Canada. Le guide du Canada est disponible sur le site : <http://www.acdi-cida.gc.ca/acdi-cida/acdi-cida.nsf/eng/FRA-719161232-RPV>. Résumé des conseils contenus dans ce document : Pour l'essentiel, nous recommandons d'utiliser le format .eps du logo, dans la mesure où ce format de fichier convient spécifiquement pour une utilisation par des graphistes et des éditeurs, et garantit que le logo ne sera pas déformé ou compromis lorsqu'il sera intégré dans des publications. En termes de choix de logo à utiliser, le mot-symbole du Canada peut être placé séparément mais la signature DFATD ne peut pas être utilisée seule et doit toujours être

accompagnée du mot-symbole du Canada.

**Dossier de logos de la FACC:** [Ce dossier Dropbox](#) contient des logos pour la FACC, le PNUD, le FEM et le Canada. Ajoutez des logos d'autres organisations partenaires.

**Pour le logo, servez-vous de l'exemplaire original téléchargé à partir de l'intranet d'origine. Le logo ne doit en aucune façon être modifié. Le logo doit être placé dans le coin en haut à droite sur la page de couverture de toutes les publications.**

### Logos des publications/sites web

Pour assurer une impression nette des logos, utilisez des logos ou des illustrations dans un format vectoriel, comme Ai (Adobe Illustrator) ou EPS (Encapsulated Post Script). Ceci permet d'imprimer le fichier à la taille qui convient, qu'elle soit grande ou petite, et sans fond.

S'il n'est pas possible d'obtenir un fichier en format vectoriel, le mieux, à titre de deuxième choix, est d'envoyer un fichier JPG, TIF ou PNG dans la résolution nécessaire. Le format PNG est généralement préférable car il peut être sauvegardé sans fond. Tous ces fichiers (JPG, TIF ou PNG) doivent être mis en 300 DPI à la taille à laquelle ils doivent être imprimés.

Pour les sites Web, utilisez un fichier PNG ou JPG à la taille nécessaire (voir [tableau 4](#)).

## Traduction

Les Nations Unies ont six langues officielles : français, anglais, espagnol, russe, arabe et chinois. Les trois langues de travail du PNUD sont l'anglais, le français et l'espagnol, et les projets de la FACC se font en anglais, français et portugais. La traduction est un point important pour le côté multinational de ce projet, et permet également aux autres pays d'accéder aux informations et aux enseignements tirés de votre pays, indépendamment de la langue.

Cependant, comme la traduction coûte cher, ce qui justifie la traduction de publications nationales et régionales dépend en grande partie du public cible pour un produit de communication.

Si une traduction est nécessaire, certaines ressources sont disponibles :

- [UNDP Corporate Freelance Translators and Translation Companies](#): (Liste des traducteurs free-lance et agences de traduction du PNUD) : Le PNUD tient à jour un annuaire de traducteurs et agences de traduction déjà validés et sur LTA (accords à long terme), ce qui peut accélérer le processus de traduction.

- [Volontaires des Nations Unies en ligne \(UNV\)](#): Pour des traductions moins formelles, le projet mondial FACC a accès à une équipe de traducteurs bénévoles qui se mettent à disposition pour faire des traductions du français vers l'anglais, de l'anglais vers le français, de l'anglais vers le portugais et du portugais vers l'anglais. Vous pouvez également publier votre propre demande sur le site Web des volontaires en ligne afin de trouver des bénévoles pour votre travail spécifique. Notez qu'il ne s'agit pas de traducteurs professionnels et que la qualité est donc imprévisible.

Pour obtenir des informations plus détaillées sur l'une de ces ressources, adressez-vous à [Jennifer Baumwoll](#).



Un groupe de paysans pauvres à St. Anthony, Cap-Vert ont pu accroître la productivité des cultures en introduisant des mesures d'irrigation résilientes. (Osvaldo Chantre, January 2015)

# RESSOURCES ET OUTILS SUPPLÉMENTAIRES

## Outils de diffusion de vidéos et de documentaires

Les chaînes de télévision s'efforcent de plus en plus de réduire leurs coûts en ayant recours à des vidéos « b-roll » préparées par des tierces parties pour des plans de coupe à insérer dans leurs programmes. Le PNUD peut contribuer à la satisfaction de cette demande en mettant à disposition des séquences provenant des bureaux des différents pays.

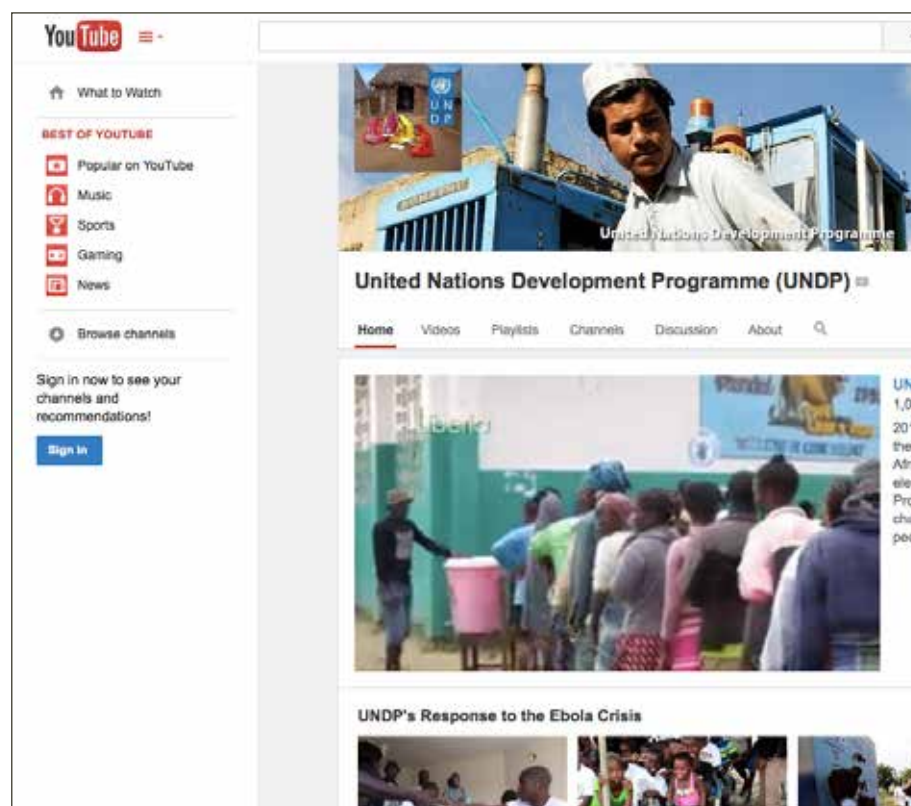
*Lorsqu'on ne dispose que d'un petit budget, faire un marketing ciblé sur les médias sociaux est particulièrement important.*

*Non seulement en partageant sur la page locale mais aussi en s'adressant à d'autres pages de médias sociaux qui ont des intérêts similaires dans le monde.*

*Vous ne pouvez pas vous contenter de mettre votre lien en partage et d'attendre qu'il se diffuse tout seul, un peu de travail est nécessaire pour garantir la large diffusion de votre vidéo.*

Le PNUD utilise de plus en plus la vidéo pour illustrer l'impact de nos projets sur le terrain et sur la vie des gens. Lorsqu'on ne dispose que d'un petit budget, faire un marketing ciblé sur les médias sociaux est particulièrement important (faible coût avec un potentiel de large impact). Non seulement en partageant sur la page locale mais aussi en s'adressant à d'autres pages de médias sociaux qui ont des intérêts similaires dans le monde. Vous ne pouvez pas vous contenter de mettre votre lien en partage et d'attendre qu'il se diffuse tout seul, un peu de travail est nécessaire pour garantir la large diffusion de votre vidéo.

- [Vidéo et documentaires](#): À partir de la boîte à outils Communication du PNUD, ce lien donne accès à des informations complètes pour la création de vidéos et de documentaires.
- [YouTube PNUD](#)
- [YouTube PNUD ALM](#)
- [Fiche de conseils pour les clips vidéo](#)



[Cliquez ici pour voir YouTube PNUD](#)

## Outils pour le Web

Le monde d'aujourd'hui se tourne vers l'internet comme première source d'information. Le Web peut être un moyen rentable d'atteindre des millions de téléspectateurs par un simple clic de souris. Le PNUD a plusieurs véhicules de communication sous forme de sites Web : le [Site Web du PNUD](#) (mondial), les pages régionales (par exemple, [Afrique](#), [États arabes](#)) et les Sites Web des bureaux de pays.

- [Outils Web](#)
- [PNUD-ALM](#): Le Mécanisme d'apprentissage en matière d'adaptation du PNUD ([undp-alm.org](http://undp-alm.org)) est la plate-forme de partage des connaissances du PNUD sur les programmes et projets d'Adaptation aux Changements Climatiques conduits par les pays. Le PNUD-ALM est structuré pour pouvoir être utilisé comme une plate-forme interactive pour le partage et la découverte des initiatives qui œuvrent pour un développement écologique, à faibles émissions et résilient au climat. Par une amélioration de la disponibilité d'informations adaptées, le PNUD-ALM a l'intention de jouer un rôle de catalyseur de connaissances susceptible d'aider les gouvernements à intégrer les risques des changements climatiques dans les stratégies de développement et de réduction de la pauvreté.
- [Fonds spécial pour les changements climatiques PNUD-Canada](#): Le profil du projet PNUD-ALM pour le programme FACC contient également des liens vers chacun des projets conduits par les pays au [Cambodge](#), [Cap-Vert](#), [Haïti](#), [Mali](#), [Niger](#), and [Soudan](#).



[Page du Cap Vert sur le site internet de l'ALM](#)



[Le site internet de l'ALM](#)



[Page d'accueil du site de la FACC](#)

## Autres liens utiles

[S'adjoindre des ressources en communications](#)

Presque chaque bureau du PNUD dispose d'un personnel de communication permanent, complété par des interventions ponctuelles d'éditeurs, designers, photographes et experts des relations avec les médias pour des projets spéciaux. Dans l'idéal, le personnel permanent tout comme les intervenants indépendants posséderont une expérience de la communication et du développement. Les interventions dans les situations d'urgence peuvent nécessiter de recourir à des compétences de gestion de crise supplémentaires.

- [Recrutement de consultants et d'intervenants indépendants](#)
- [Accords à long terme \(LTA\) du PNUD : Impression professionnelle et impression à la demande](#)

## Médias sociaux

- [Storify: Conseils et bonnes pratiques](#): Storify vous permet d'utiliser le contenu de Twitter, Facebook, Instagram et d'autres réseaux sociaux pour créer une histoire à partir d'un événement, une campagne, une discussion en ligne.
- [Retour sur engagement](#): Cette présentation donne des informations sur la façon dont le PNUD mesure l'efficacité de ses médias sociaux.
- [Département de l'information des Nations Unies Directives sur les médias sociaux](#)

## Autres ressources:

- [Blogging 101 \(Prezi\)](#)
- [wiki des médias sociaux](#) (accès via UNDP Teamworks): Conseils, astuces, manuels, directives, tutoriels... pour savoir tout et n'importe quoi sur le PNUD et les médias sociaux (si vous ne disposez pas d'un accès à Teamworks, adressez-vous à Jennifer Baumwoll à [jennifer.baumwoll@undp.org](mailto:jennifer.baumwoll@undp.org))
- La [Boîte à outils Communication](#) de l'intranet du PNUD dispose d'importantes ressources – centrées en particulier sur les sections a (relations avec les médias), b (présence sur le Web) et c (médias sociaux)
  - [Concept de base – Présence dans les médias](#)
  - [Concept de base – Présence sur le Web](#)
  - [Concept de base – Médias sociaux](#)
  - [Concept de base – Publications et impression](#)
  - [Concept de base – Rédaction et traduction](#)
  - [Concept de base – Plaidoyer](#)
  - [Concept de base – Charte graphique](#)

## Inspiration et infographie

Les infographies sont des présentations visuelles d'informations qui utilisent des éléments de design pour afficher du contenu. Les infographies font passer des messages complexes aux destinataires d'une manière qui renforce leur compréhension. Les images sont souvent une extension du contenu d'un article écrit, mais l'infographie véhicule un message ou un principe qui lui est propre.

- [Infographie des Nations Unies préparée pour Pinterest](#)
- [Infographie de la Banque mondiale](#)
- [Infographie de l'OCDE](#)
- [Infographie du Guardian](#)
- [Infographie d'Al-Jazeera : le Sud prend son envol](#)
- [Infographie du ministère français des Affaires étrangères](#)
- [Infographie de l'USAID](#)

## Autres ressources:

- Directives sur les médias sociaux du PNUD
- Membres du personnel du PNUD sur Twitter – veuillez nous envoyer les coordonnées de votre compte afin que nous puissions vous inclure !
- Directives de l'ONU sur les médias sociaux

## Directives pour le personnel

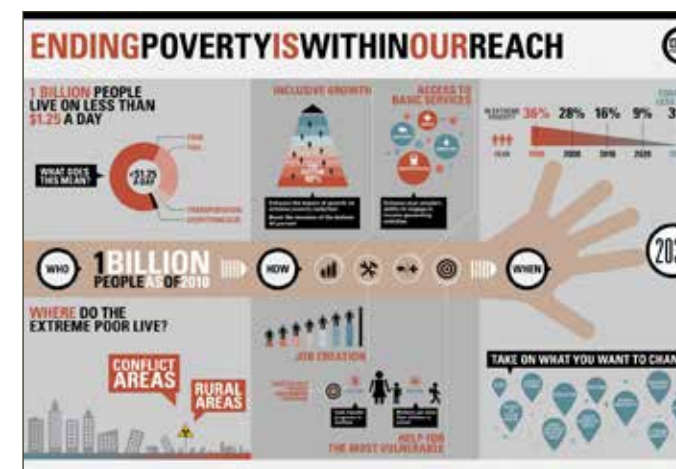
- Directives officielles du PNUD sur l'utilisation des médias sociaux à des fins personnelles
- Guide Twitter DPI pour les cadres de direction
- Infographie - Dois-je publier cette mise à jour? | Français | Espagnol

## Formation

- Médias sociaux pour les relations extérieures/ Plaidoyer – Présentation RR/RC RBLAC Social media @UNDP pour connaître les points focaux de communication | 10 conseil Twitter | Comment mesurer l'impact de vos médias sociaux | Les bases des Twitter | Guide de démarrage rapide de Hootsuite
- Faire un apport aux comptes Entreprise
- Réagir aux posts concernant le PNUD



(Gauche et droite) Exemples de présentations réalisées par la FACC sur la plateforme Prezi.



Exemples d'infographies.



United Nations Development Programme  
Bureau for Development Policy  
Environment and Energy Group  
304 East 45th Street, 9th Floor  
New York, NY 10017 USA

[www.undp.org](http://www.undp.org)