

## Dear Partners,

Firstly, thank you for your participation in the inaugural Pan-African Biennale 2026 themed, **Shifting the Center: From Fragility to Resilience**.

As we prepare for the soft launch in January 2026 and the main event in September 2026, we are engaging you, and/or your marketing teams to ensure that every Participant Exhibitor is represented correctly, and in turn contributes to a unified, high-impact continental presence. Your collaboration is essential in amplifying the Biennale's purpose: positioning Africa at the centre of global architectural and creative discourse, and elevating the talent, heritage, and imagination of all 54 nations, and aligned diaspora nations.

## What we need from you

To ensure alignment and visibility across every participating nation, we kindly request the following:

### 1. Communications point of contact

Please provide the name and contact details of one primary marketing/communications representative, if you, please indicate. This ensures smooth coordination and timely approvals.

### 2. Local distribution channels

Share a list of your primary digital platforms:

- Social media accounts
- Websites
- Official partner pages (if applicable)
- Key press or media contacts

This helps us integrate you into the broader PAB promotional network.

### 3. Use of the social media toolkit

Please review the toolkit carefully, and adapt the post and image to suit your authentic brand. If possible, please schedule the six provided posts over the recommended timeline. We ask that you use the approved hashtags as is, so we can always track accordingly, and please tag us in your image and make us collaborators so we can in turn amplify your post too. Where possible, please tag other participants as you get to know them.

In addition, please keep the website link active on all posts and in your bio. We will keep you informed as and when your specific page on the website becomes active. Consistency across all 54 nations is essential to the continental impact of the campaign, and we are appreciative of your voice.

### 4. Visual assets

We look forward to working with you and want to make this as enjoyable an experience as possible. Please may you send us:

- 2 x high-quality/res images of yourself in portrait format
- 2 x high-quality/res images of yourself full body
- 4-5 high quality landscape images of interesting spaces in your country, that we can use for our communications, where we can attribute your submission. These can be design, architecture, creative practice or heritage. These images will be used across all our media outlets, and will be used to illustrate the continent's overall narrative.
- Team photographs for use across all media
- Behind the scenes or process images
- Please ensure all visuals are cleared for public use. (An Image Release Form is provided.)

## 5. Sponsorship leads

We are always on the lookout for potential partners and sponsorships. If you, your team or your country representatives has potential sponsorship connections that you think align with the Pan-African Biennale objectives, please feel free to reach out and connect us. These include and are not limited to:

- Local institutions
- Creative agencies
- Architectural bodies,
- Foundations, or cultural partners

Please email [marketing@panafricanbiennale.org](mailto:marketing@panafricanbiennale.org) and share their:

- Contact details
- Areas of interest
- Current alignment with spatial, creative, or cultural programming

This allows the PAB team to build a cohesive continental sponsorship ecosystem.

## 6. What you can expect from us

We are here to represent a unified African narrative. We commit to providing:

- A unified digital identity and public-facing message for all nations
- Ongoing updates pertaining to the PAB and activities linked to the entity
- Country-specific support where needed (copywriting, assets, strategy)
- Inclusion in continental and global communications moments
- Opportunities for collaborative storytelling and joint campaigns
- Integration into sponsorship decks and partnership proposals when relevant

## 7. Key dates (to be updated with evolution of the event)

- December 2025: Toolkit distribution + first wave of coordinated posts
- January 2026: Soft launch — digital rollout begins (TBC)
- February–August 2026: Production, momentum-building content and programming teasers
- September 2026: Main launch — high-intensity, multi-channel campaign
- October–December 2026: Media rounds, and round up of 2026 PAB, as we move into planning for 2028.

Please ensure you and your teams are prepared for regular digital activity beginning December 2025.

## 8. Tone and messaging

We ask all participating teams to align with PAB's tone of voice: Afro-positive, bold, authentic, inspiring, inclusive, disruptive.

Every communication should reflect:

- African creativity
- Collective authorship
- Cultural leadership
- Rooted knowledge
- Radical imagination
- Unity across 54 nations

## 9. Next steps

Please send the following within 10 days of receiving this note:

- Communications point of contact
- List of digital channels for coordinated distribution
- Potential sponsorship leads
- Personal imagery (high-resolution)
- Confirmation that you or your team have reviewed the toolkit

Please submit all materials to:

[marketing@panafricanbiennale.org](mailto:marketing@panafricanbiennale.org)

## Biennale Pan-Africaine (PAB)

### Exposants participants

### Note d'information : Activités et demandes de marketing et de parrainage

Chers partenaires,

Tout d'abord, merci de votre participation à la première Biennale Pan-Africaine 2026 sur le thème **Déplacer le centre : de la fragilité à la résilience**

Alors que nous préparons l'événement principal qui se tiendra en septembre 2026, nous faisons appel à vous et/ou à vos équipes marketing afin de nous assurer que chaque exposant soit correctement représenté et contribue ainsi à une présence continentale unifiée et percutante. Votre collaboration est essentielle pour amplifier l'objectif de la Biennale : positionner l'Afrique au centre du discours architectural et créatif mondial, et mettre en valeur le talent, le patrimoine et l'imagination des 54 nations et des nations de la diaspora alignées.

### Ce que nous attendons de vous

Afin d'assurer la cohérence et la visibilité de tous les pays participants, nous vous demandons de bien vouloir nous fournir les informations suivantes :

#### 1. Point de contact pour la communication

Veuillez nous communiquer le nom et les coordonnées d'un représentant principal de votre équipe chargé du marketing/de la communication. Cela permettra d'assurer une coordination fluide et des validations rapides.

#### 2. Canaux de distribution locaux

Veuillez nous communiquer la liste de vos principales plateformes numériques :

- Comptes sur les réseaux sociaux
- Sites web
- Pages officielles des partenaires (le cas échéant)
- Contacts presse ou médias clés (le cas échéant)

Cela nous aidera à vous intégrer dans le réseau promotionnel plus large de la PAB.

#### 3. Utilisation de la boîte à outils pour les réseaux sociaux

Veuillez lire attentivement la boîte à outils et adapter les publications et les images à votre marque. Si possible, veuillez programmer les six publications fournies selon le calendrier recommandé. Nous vous demandons d'utiliser les hashtags approuvés tels quels, afin que nous puissions toujours les suivre, et de nous taguer dans vos images et de nous ajouter comme collaborateurs afin que nous puissions à notre tour amplifier votre publication. Dans la mesure du possible, veuillez taguer les autres participants à mesure que vous les rencontrez.

De plus, veuillez garder le lien vers le site web actif sur toutes les publications et dans votre biographie. Nous vous tiendrons informé dès que votre page spécifique sur le site web sera active. La cohérence entre les 54 pays est essentielle pour l'impact continental de la campagne, et nous apprécions votre contribution.

#### 4. Ressources visuelles et de communication

Nous sommes impatients de travailler avec vous et souhaitons rendre cette expérience aussi agréable que possible. Veuillez nous fournir :

- 1 x longue biographie (300 mots maximum, peut être soumise dans le cadre de la soumission curatoriale)

- 1 x courte biographie (100 mots maximum, peut être soumise dans le cadre de la soumission curatoriale)

- 2 photos de haute qualité/résolution de vous-même en format portrait

- 2 photos de haute qualité/résolution de vous-même en pied

- 4 à 5 photos de haute qualité prises par vous-même dans des lieux intéressants de votre pays, que nous pourrions utiliser pour nos communications. Nous citerons la source de vos contributions. Il peut s'agir de photos de design, d'architecture, de pratiques créatives ou de patrimoine. Ces images seront utilisées dans tous nos médias et serviront à illustrer le récit global du continent.

- Jusqu'à 2 photos d'équipe à utiliser dans tous les médias

- Jusqu'à 10 images ou vidéos des coulisses ou du processus

Veillez vous assurer que tous les visuels sont autorisés à être utilisés publiquement. (Un formulaire d'autorisation d'utilisation d'images est fourni pour signature).

Veillez soumettre ces éléments dans le dossier portant votre nom, dans ce Google Drive.

## 5. Parrainage et contacts médias

Nous sommes toujours à la recherche de partenaires et de sponsors potentiels. Si vous, votre équipe ou les représentants de votre pays disposez de contacts potentiels dans le domaine du parrainage ou des médias qui, selon vous, correspondent aux objectifs de la Biennale panafricaine, n'hésitez pas à nous contacter. Il peut s'agir, entre autres, des entités suivantes :

- Institutions locales
- Agences de création
- Organismes architecturaux,
- fondations ou partenaires culturels
- Contacts dans les médias (traditionnels et sociaux)

Veillez envoyer un e-mail à [marketing@panafricanbiennale.org](mailto:marketing@panafricanbiennale.org) et nous communiquer :

- leurs coordonnées
- leurs domaines d'intérêt
- leur alignement actuel avec la programmation spatiale, créative ou culturelle

Cela permettra à l'équipe de la PAB de construire un écosystème de parrainage continental cohérent.

## 6. Ce que vous pouvez attendre de nous

Nous sommes là pour représenter un discours africain unifié. Nous nous engageons à fournir :

- Une identité numérique unifiée et un message public pour toutes les nations
- Des mises à jour régulières concernant le PAB et les activités liées à l'entité
- L'inclusion dans les moments de communication continentaux et mondiaux
- Des opportunités de narration collaborative et de campagnes conjointes
- L'intégration dans les dossiers de parrainage et les propositions de partenariat, le cas échéant

## 7. Dates importantes (à mettre à jour en fonction de l'évolution de l'événement)

- Décembre 2025 : distribution de la boîte à outils + première vague de publications coordonnées.

- Janvier 2026 : rassemblement au Kenya pour explorer l'espace.

- Février-août 2026 : production, contenu visant à créer une dynamique et teasers de programmation.
- Septembre 2026 : lancement de la Biennale panafricaine — campagne multicanale à forte intensité.
- Octobre-décembre 2026 : Tournées médiatiques et bilan de la PAB 2026, alors que nous entamons la planification pour 2028.

Veillez vous assurer que vous et vos équipes êtes prêts pour une activité numérique régulière à partir de décembre 2025.

## 8. Tone et messages

Nous demandons à toutes les équipes participantes de s'aligner sur le ton de la PAB : afro-positif, audacieux, authentique, inspirant, inclusif, disruptif.

Chaque communication doit refléter :

- La créativité africaine
- La paternité collective
- Le leadership culturel
- Les connaissances enracinées
- L'imagination radicale
- L'unité entre 54 nations

## 9. Prochaines étapes

Veillez envoyer les éléments énumérés dans ce document dans les 10 jours suivant la réception de cette note.

Veillez envoyer tous les documents à :  
[marketing@panafricanbiennale.org](mailto:marketing@panafricanbiennale.org)

Nous sommes impatients de travailler avec vous,  
L'équipe marketing

## Bienal Pan-Africana (PAB)

### Expositores participantes

#### Nota informativa: Atividades e pedidos de marketing e patrocínio

Caros parceiros,

Em primeiro lugar, obrigado pela sua participação na Bienal Pan-Africana inaugural de 2026, com o tema **Mudando o Centro: Da Fragilidade à Resiliência**.

Enquanto nos preparamos para o evento principal em setembro de 2026, estamos a envolver-vos e/ou as vossas equipas de marketing para garantir que todos os expositores estejam representados corretamente e, por sua vez, contribuam para uma presença continental unificada e de alto impacto. A vossa colaboração é essencial para ampliar o objetivo da Bienal: posicionar África no centro do discurso arquitetónico e criativo global e elevar o talento, o património e a imaginação de todas as 54 nações e nações da diáspora alinhadas.

### O que precisamos de si

Para garantir o alinhamento e a visibilidade em todas as nações participantes, solicitamos o seguinte:

#### 1. Ponto de contacto para comunicações

Forneça o nome e os detalhes de contacto de um representante principal de marketing/comunicações da sua equipa. Isso garante uma coordenação tranquila e aprovações oportunas.

#### 2. Canais de distribuição locais

Partilhe uma lista das suas principais plataformas digitais:

- Contas de redes sociais
- Sites
- Páginas oficiais de parceiros (se aplicável)
- Principais contactos da imprensa ou dos meios de comunicação (se aplicável)

Isto ajuda-nos a integrá-lo na rede promocional mais ampla da PAB.

#### 3. Utilização do kit de ferramentas das redes sociais

Analise cuidadosamente o kit de ferramentas e adapte a publicação e a imagem para se adequarem à sua marca autêntica. Se possível, agende as seis publicações fornecidas de acordo com o cronograma recomendado. Pedimos que utilize as hashtags aprovadas tal como estão, para que possamos sempre acompanhar adequadamente, e marque-nos na sua imagem e torne-nos colaboradores para que possamos, por sua vez, amplificar a sua publicação também. Sempre que possível, marque outros participantes à medida que os for conhecendo.

Além disso, mantenha o link do site ativo em todas as publicações e na sua biografia. Iremos mantê-lo informado assim que a sua página específica no site estiver ativa. A consistência em todos os 54 países é essencial para o impacto continental da campanha, e agradecemos a sua opinião.

#### 4. Recursos visuais e de comunicação

Estamos ansiosos por trabalhar consigo e queremos tornar esta experiência o mais agradável possível. Por favor, forneça-nos:

- 1 biografia longa (não mais de 300 palavras, pode ser enviada como parte da

submissão curatorial)

- 1 biografia curta (não mais de 100 palavras, pode ser enviada como parte da submissão curatorial)
- 2 imagens de alta qualidade/resolução de si mesmo em formato retrato
- 2 imagens de alta qualidade/resolução de si mesmo em corpo inteiro
- 4-5 imagens panorâmicas de alta qualidade que tenha tirado de espaços interessantes no seu país, que possamos usar nas nossas comunicações. Atribuiremos a autoria à sua submissão. Podem ser de design, arquitetura, prática criativa ou património. Estas imagens serão usadas em todos os nossos meios de comunicação e servirão para ilustrar a narrativa geral do continente.
- Até 2 fotografias da equipa para utilização em todos os meios de comunicação
- Até 10 imagens ou vídeos dos bastidores ou do processo

Certifique-se de que todos os elementos visuais estão autorizados para utilização pública. (É fornecido um formulário de autorização de utilização de imagem para assinatura.)

Envie estes itens na pasta com o seu nome, neste Google Drive.

## 5, Patrocínios e contactos de mídia

Estamos sempre à procura de potenciais parceiros e patrocínios. Se você, a sua equipa ou os representantes do seu país tiverem potenciais patrocínios ou contactos de mídia que considerem alinhados com os objetivos da Bienal Pan-Africana, não hesite em entrar em contacto connosco. Estes incluem, entre outros:

- Instituições locais
- Agências criativas
- Órgãos de arquitetura,
- Fundações ou parceiros culturais
- Conexões com a imprensa (mídia tradicional e redes sociais)

Envie um e-mail para [marketing@panafricanbiennale.org](mailto:marketing@panafricanbiennale.org) e compartilhe:

- Detalhes de contacto
- Áreas de interesse
- Alinhamento atual com programação espacial, criativa ou cultural

Isso permite que a equipa da PAB construa um ecossistema de patrocínio continental coeso.

## 6. O que pode esperar de nós

Estamos aqui para representar uma narrativa africana unificada. Comprometemo-nos a fornecer:

- Uma identidade digital unificada e uma mensagem pública para todas as nações
- Atualizações contínuas relativas ao PAB e atividades ligadas à entidade
- Inclusão em momentos de comunicação continentais e globais
- Oportunidades para narrativas colaborativas e campanhas conjuntas
- Integração em apresentações de patrocínio e propostas de parceria, quando relevante

## 7. Datas importantes (a serem atualizadas com a evolução do evento)

- Dezembro de 2025: Distribuição do kit de ferramentas + primeira onda de publicações coordenadas
- Janeiro de 2026: Encontro no Quênia para explorar o espaço
- Fevereiro-agosto de 2026: Produção, conteúdo para criar impulso e teasers da programação



- Setembro de 2026: Lançamento da Bienal Pan-Africana — campanha multicanal de alta intensidade
- Outubro-dezembro de 2026: Rodadas de mídia e resumo da PAB 2026, à medida que avançamos no planejamento para 2028.

Certifique-se de que você e suas equipes estejam preparados para atividades digitais regulares a partir de dezembro de 2025.

## 8. Tom e mensagens

Pedimos a todas as equipes participantes que se alinhem com o tom de voz da PAB: afro-positivo, ousado, autêntico, inspirador, inclusivo, disruptivo.

Todas as comunicações devem refletir:

- Criatividade africana
- Autoria coletiva
- Liderança cultural
- Conhecimento enraizado
- Imaginação radical
- Unidade entre 54 nações

## 9. Próximos passos

Envie os itens listados neste documento no prazo de 10 dias após receber esta nota.

Envie todos os materiais para:

[marketing@panafricanbiennale.org](mailto:marketing@panafricanbiennale.org)

Estamos ansiosos por trabalhar consigo,  
A equipa de Marketing