



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

联合国教育、
科学及文化组织

Distribution limitée

CE/10/4.IGC/205/10B
Paris, le 18 octobre 2010
Original : anglais

**COMITÉ INTERGOUVERNEMENTAL
POUR LA PROTECTION ET LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ
DES EXPRESSIONS CULTURELLES**

**Quatrième session ordinaire
Paris, Siège de l'UNESCO
29 novembre – 3 décembre 2010**

Point 10B de l'ordre du jour provisoire : Stratégie de financement du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC)

Lors de sa deuxième session ordinaire (juin 2009), la Conférence des Parties a chargé le Comité de définir une stratégie de financement du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) et, dans ce cadre, de poursuivre la réflexion sur l'élaboration et l'utilisation de mécanismes financiers novateurs pour alimenter le Fonds (Résolution 2.CP 7). Ce document présente des considérations que le Comité souhaitera peut-être utiliser comme base de discussion.

Décision requise : paragraphe 24.

1. Lors de sa première session extraordinaire (juin 2008), le Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (ci-après dénommé « le Comité ») a prié le Secrétariat, à travers un financement extrabudgétaire, si disponible, d'organiser des consultations informelles avec les Parties, les experts, les entreprises et les bailleurs de fonds afin d'identifier les sources éventuelles de financement du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) (ci-après dénommé « le Fonds ») (1.EXT.IGC 6).
2. À sa deuxième session ordinaire (décembre 2008), le Comité a décidé de convoquer une deuxième session extraordinaire au Siège de l'UNESCO, à Paris, pour examiner, entre autres choses, des options de levée de fonds pour le Fonds, y compris des mécanismes de financement novateurs (Décision 2.IGC 9).
3. Le 5 mars 2009, le Secrétariat a organisé une réunion intitulée « Levée de fonds : défis et opportunités », qui a eu lieu à Paris, au Siège de l'UNESCO. Cette réunion avait pour but d'échanger des points de vue et de présenter des expériences de financement réussies afin de faciliter le travail du Comité lors de la définition d'une stratégie possible de financement du Fonds.
4. Le Comité, au cours de sa deuxième session extraordinaire (mars 2009), a demandé au Secrétariat de préparer un document d'information à ce sujet pour la deuxième session ordinaire de la Conférence des Parties (juin 2009). Il a en outre recommandé à la Conférence des Parties de mandater le Comité pour concevoir une stratégie de levée de fonds destiné à alimenter le Fonds et a invité en toutes les Parties à apporter des contributions volontaires au Fonds en envisageant le recours à des mécanismes financiers novateurs pour la levée de fonds (2 EXT.IGC 6).
5. Lors de sa deuxième session ordinaire (juin 2009), la Conférence des Parties a donné mandat au Comité d'élaborer une stratégie de levée de fonds pour le Fonds et, dans ce cadre, de poursuivre sa réflexion sur l'élaboration et l'utilisation de mécanismes financiers novateurs, et de lui rendre compte à sa prochaine session du résultat de ses travaux (Résolution 2.CP 7).
6. À sa troisième session ordinaire (décembre 2009), le Comité a inscrit la stratégie de financement du Fonds à l'ordre du jour provisoire de sa quatrième session ordinaire (Annexe à la Décision 3.IGC 9).
7. La Conférence des Parties et le Comité ont indiqué de manière répétée que le succès de la future stratégie de levée de fonds était étroitement lié à la visibilité de la Convention et aux activités promotionnelles. Il dépendra aussi du développement et de la mise en œuvre d'une stratégie de communication reposant sur des messages clairement identifiés, accompagnés d'outils de communication adéquats, et d'un consensus clair sur les buts recherchés et les objectifs à atteindre. À cet égard, le Gouvernement espagnol a alloué en 2010 des fonds extrabudgétaires pour le développement d'une stratégie de communication qui proposera des thèmes pouvant être adaptés aux besoins de publics différents. Les messages proposés dans cette stratégie seront testés et les résultats seront pris en compte dans les outils d'information et de communication existants ou serviront de base à l'élaboration de nouveaux outils pour accroître la visibilité de la Convention.
8. La Conférence des Parties et le Comité ont souligné que la future stratégie de financement devrait envisager :
 - des mécanismes de levée de fonds novateurs qui ont été mis en œuvre à l'échelon national et qui sont de nature à générer des contributions financières au Fonds ;
 - les voies et les moyens d'attirer les petits donateurs ;
 - l'application du principe donateur/acteur, afin de garantir la transparence et la traçabilité des dons ;
 - l'assurance de la complémentarité entre les approches et activités nationales et internationales.

9. La définition et la mise en œuvre d'une stratégie de financement requièrent aussi des investissements financiers et des ressources humaines motivées et spécialisées dans ce domaine. Pour déterminer l'ampleur et la nature de ces investissements financiers et humains, il est nécessaire de répondre à l'avance à plusieurs questions essentielles portant sur les points suivants :

- *Parties prenantes* : quels sont les principaux acteurs susceptibles de contribuer au Fonds ? Quel est le meilleur moyen de les atteindre ? Quels sont leurs différents besoins et capacités de contribution ?
- *Ressources* : quelles ressources financières pourraient être dégagées, le cas échéant, pour définir et mettre en œuvre une stratégie de financement ?
- *Objectifs* : compte tenu des ressources disponibles, quelle(s) partie(s) prenante(s) faut-il cibler afin d'obtenir un financement ? Quel montant faut-il recueillir pour le Fonds ?

10. À la présente session, le Comité est invité pour la première fois à répondre aux questions soulevées au paragraphe 9 et ses réponses pourraient guider le mandat de la future stratégie de levée de fonds. Certains des éléments à prendre en considération dans les réponses aux questions sur les capacités des *parties prenantes*, les *ressources* requises et les objectifs de la *stratégie* sont présentés ci-dessous.

Parties prenantes

11. Les **Parties à la Convention** jouent un rôle fondamental et essentiel, car elles contribuent au Fonds. Ce rôle est souligné dans les orientations sur l'utilisation des ressources du Fonds relatives à l'article 18, qui encouragent les Parties à verser au Fonds sur une base annuelle des contributions volontaires dont le montant serait égal ou supérieur à 1 % de leur contribution au budget de l'UNESCO. Les contributions annuelles directes des Parties au Fonds assurent l'engagement constant des Parties à l'égard du Fonds et de la mise en œuvre de la Convention. À la différence du Fonds du patrimoine mondial et du Fonds pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel¹, les contributions annuelles au Fonds sont fournies sur une base volontaire.

12. S'adressant aux Parties, la Directrice générale a envoyé le 15 mars 2010 une première lettre aux délégations permanentes, aux commissions nationales et aux points de contact des Parties, en leur rappelant leur engagement et en suggérant que les contributions volontaires soient versées sur une base annuelle. Cet appel à contributions relayé par une action de communication du Secrétariat (en mai 2010) a entraîné le versement de six contributions supplémentaires au 1^{er} juillet 2010 (allant de 1,127 US\$ à 71,208 US\$). Au 7 septembre 2010, le montant total des contributions au Fonds s'élevait à 2,889,557 US\$. Pour accroître le nombre de contributions au Fonds, le Comité peut aussi invoquer l'article 18.3(b) de la Convention² et demander à la Conférence générale, lors de sa prochaine session (2011), si des ressources pourraient être allouées au Fonds.

13. Dans leurs discussions, la Conférence des Parties et le Comité ont continué à mettre l'accent sur la définition et la mise en œuvre à *l'échelon national* de *mécanismes de financement novateurs* destinés à recueillir des ressources pour le Fonds, y compris des cadres législatifs et des systèmes de taxation. Il a finalement été décidé que la mise en place de telles stratégies

¹ Une condition similaire à celle prévue par l'article 83 du Règlement intérieur de la Conférence générale de l'UNESCO s'applique à propos des stratégies de financement du Fonds pour le patrimoine mondial et du Fonds pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. L'article 83 stipule qu'un État membre ne peut participer aux votes de la Conférence générale, de ses comités, commissions ou autres organes subsidiaires si le montant total des sommes dues par lui au titre de ses contributions est supérieur au montant total de la participation financière mise à sa charge pour l'année en cours et pour l'année civile qui l'a immédiatement précédée.

² « Les ressources du Fonds sont constituées par les fonds alloués à cette fin par la Conférence générale de l'UNESCO. »

nationales devrait être laissées à la discrétion de chaque Partie, compte tenu de sa situation politique, législative et économique. Les Parties pourraient être invitées à partager leurs expériences de création et de mise en œuvre de tels mécanismes lors de la prochaine session ordinaire du Comité.

14. La Conférence des Parties et le Comité ont également axé leurs discussions sur la définition et l'utilisation de *mécanismes de financement internationaux*, en se référant aux exemples présentés dans le rapport Landau de 2004 sur les moyens de générer de nouvelles contributions financières internationales en faveur de l'aide au développement. Un exemple innovant cité dans ce rapport est celui d'UNITAID³ qui a recueilli des fonds pour le développement en prélevant une taxe. Le rapport Landau indique aussi que les campagnes internationales de collecte de fonds comportant un message clair et défendant une cause universelle et facile à identifier sont généralement plus efficaces pour recueillir des fonds. Il souligne également la nécessité de parvenir à un consensus universel sur les objectifs, en mettant en œuvre des programmes à forte visibilité reposant sur l'efficacité économique, l'équité dans le partage des obligations et la transparence totale de la gouvernance et de la gestion, principes qui doivent guider la création de mécanismes internationaux de financement innovateurs.

15. Le **secteur privé** a un rôle important dans la stratégie de financement du Fonds. Comme l'a montré l'expérience de l'UNESCO lors de l'élaboration du PaCte pour le patrimoine mondial et celle d'autres organisations internationales qui ont lancé des initiatives public-privé (voir en annexe), les partenaires du secteur privé doivent être abordés dans une optique stratégique pour que leur apport soit fructueux. La plupart des donateurs du secteur privé préfèrent une relation de donateur/acteur qui leur permette de contrôler en toute transparence leurs activités de financement et d'en suivre l'impact au fil du temps. Étant donné que le Fonds est constitué sous forme d'un compte spécial multidonateurs, dans lequel les dons sont regroupés pour financer plusieurs projets en même temps, il serait pour ainsi dire impossible de remettre aux donateurs privés des rapports aussi ciblés. Toutefois, et conformément à l'article 18.5 de la Convention, le Comité peut accepter des contributions et autres formes d'assistance à des fins générales ou spécifiques se rapportant à des projets déterminés, pourvu que ces projets soient approuvés par lui.

16. Les contributions du secteur privé sont particulièrement importantes pour permettre au Fonds de soutenir les micro, petites et moyennes entreprises. Ceci est dû au fait que, conformément aux orientations sur l'utilisation des ressources du Fonds international pour la diversité culturelle, le Fonds peut soutenir les micro, petites et moyennes entreprises du secteur privé intervenant dans le domaine de la culture des pays en développement qui sont Parties à la Convention, dans la limite des montants disponibles des contributions versées par le secteur privé.

17. L'UNESCO s'efforce de mettre au point une approche plus stratégique de coopération avec le secteur privé, en l'impliquant non seulement comme bailleur de fonds mais aussi comme acteur à part entière. Travailler avec seulement une (ou quelques) société(s), entreprise(s) et/ou fondation(s) privée(s) en établissant un mécanisme de financement extrabudgétaire, qui réponde à des critères spécifiques quant aux informations à communiquer, est un moyen efficace de s'assurer des possibilités de financement à moyen ou à long terme. Cependant, bien que potentiellement importants, les fonds obtenus par le biais de partenariats avec le secteur privé ne contribueraient pas directement à l'augmentation des ressources du Fonds. Identifier, établir et gérer des relations avec des sociétés, des entreprises et/ou des fondations privées est un travail coûteux qui nécessite un financement spécial pour le personnel supplémentaire doté des compétences requises ou formé à la négociation, à la coordination et au développement de ce type de relations.

³ La mission de UNITAID est de faciliter l'achat de médicaments contre le VIH/SIDA, le paludisme et la tuberculose qui est financée principalement par une taxe de solidarité sur les billets d'avion s'appliquant à tous les vols au départ des pays qui imposent cette taxe.

18. Étant donné qu'il est particulièrement important de définir les bénéficiaires devant revenir au secteur privé, notamment en termes de visibilité, le Comité est invité à réfléchir au type de reconnaissance qu'il souhaite accorder aux donateurs. Le Secrétariat publie actuellement sur le site Web de la Convention une liste mise à jour de tous les donateurs du Fonds. Dans le cas du Fonds du patrimoine culturel immatériel, pendant les 24 mois qui suivent le versement de leur contribution, les bailleurs de fonds privés ont la possibilité de promouvoir leur coopération avec le Comité du patrimoine immatériel dans tous les types de médias, y compris des brochures ou autres publications.

19. L'UNESCO a une certaine expérience de la mobilisation du **grand public** pour collecter des fonds et elle apprend aussi de l'expérience d'autres organisations (voir en annexe). Ce type de campagne présente un énorme potentiel en termes de sensibilisation, d'engagement et de fonds recueillis ; la méthode, cependant, est extrêmement coûteuse. Pour réussir, une campagne de levée de fonds en ligne doit intégrer efficacement le principe donateur/acteur, non seulement pour parvenir à atteindre le public pertinent, mais surtout pour faire passer le message qu'une contribution, même d'un montant très peu élevé, a un impact réel. La réalisation d'une telle campagne nécessite un flux continu de ressources humaines et financières ; aussi, les campagnes qui obtiennent les meilleurs résultats sont celles qui sont mises en œuvre par des volontaires sur le terrain.

Ressources

20. Il faut des ressources pour collecter des fonds. À la lumière du potentiel et des contraintes de financement propres à chaque partie prenante, le Comité est invité à réfléchir aux ressources financières qu'il pourrait affecter au recrutement de professionnels capables de concevoir et mettre en œuvre une stratégie de levée de fonds pour solliciter les contributions de diverses parties prenantes. Le degré d'engagement et d'intervention des spécialistes de la collecte de fonds (et donc les ressources financières qu'il faudra leur consacrer) variera de manière significative selon les parties prenantes ciblées par la campagne de financement. Par exemple, dans le cas des Parties, il est facile d'utiliser les canaux de communication déjà établis par l'intermédiaire du Secrétariat de la Convention et de la Directrice générale de l'UNESCO pour transmettre les appels à contributions. Attirer l'attention de donateurs potentiels en ligne nécessiterait une campagne de communication intensive, faisant appel à des moyens technologiques complexes et exigeant des connaissances et des ressources hautement spécialisées.

Objectifs

21. Compte tenu des ressources financières du Secrétariat de la Convention ainsi que du profil, des capacités et des besoins particuliers de chaque partie prenante, le Comité est invité à réfléchir à la (aux) partie(s) prenante(s) à cibler en priorité. Le choix de la cible aidera à définir les objectifs et l'approche de la future stratégie de collecte de fonds. En outre, le Comité pourrait envisager de fixer, parmi l'ensemble des objectifs que la stratégie devra prendre en considération, un objectif financier. Dans ce contexte, il devrait être pris en considération que, pendant la première année de la phase pilote du Fonds, le Secrétariat a reçu en tout 254 demandes de projets/programmes ou d'assistance préparatoire, parmi lesquelles 183 étaient éligibles pour un montant total de plus 26 millions US\$. Un tel nombre de demandes témoigne de l'intérêt et de l'enthousiasme considérables que le Fonds suscite au niveau international et son impact potentiel.

Autres considérations

22. Les résultats de la phase pilote du Fonds et de son évaluation (qui sera achevée en 2012) fourniront des éléments utiles à l'élaboration de la future stratégie de financement. Autrement dit, le nombre, la qualité et l'ampleur des propositions de projets reçues, financées et mises en œuvre avec succès pendant la phase pilote constitueront des données de référence crédibles sur l'impact et le potentiel de croissance du Fonds. Pour que les projets soient menés à bien, il faudra mettre au point des indicateurs transparents et efficaces permettant d'évaluer leur impact à long terme.

23. En outre, la société civile pourrait jouer un rôle très important dans la réalisation des objectifs de la future stratégie et sa mise en œuvre :
- en informant le grand public de façon claire et régulière sur les messages véhiculés par la Convention ;
 - en mobilisant des volontaires sur le terrain pour stimuler l'action et les contributions financières ;
 - en attirant l'attention du public et des médias sur les projets financés à l'aide du Fonds ;
 - en diffusant des informations sur le Fonds et en établissant des liens avec le site Internet de la Convention.
24. Le Comité voudra peut-être adopter la décision suivante :

PROJET DE DÉCISION 4.IGC 10B

Le Comité,

1. *Ayant examiné le document CE/10/4.IGC/205/10B et son annexe ;*
2. *Prend note des points à prendre en compte pour cibler les parties prenantes, définir les ressources et les objectifs, qui seront au cœur de la future stratégie de financement du Fonds ;*
3. *Reconnaît que les progrès accomplis pendant la phase pilote du Fonds ainsi que la mise en œuvre d'activités visant à promouvoir la visibilité de la Convention et à faire connaître cet instrument, constituent des éléments décisifs pour la réussite de la future stratégie de levée de fonds ;*
4. *Prie les Parties d'informer le Secrétariat des mécanismes de financement novateurs mis en place au niveau national afin d'obtenir des ressources pour le Fonds. Cette information sera recueillie à l'aide d'un questionnaire qui sera adressé aux Parties par le Secrétariat ;*
5. *Demande au Secrétariat de préparer en vue de la troisième session de la Conférence des Parties un document d'information qui présente succinctement les termes de référence de la future stratégie de financement du Fonds en prenant en compte les débats du Comité lors de la présente session.*

ANNEXE

Initiatives de levée de fonds : apprendre de l'expérience

1. Partenariats entre le système des Nations Unies et le secteur privé pour lever des fonds

PaCte du patrimoine mondial (Partenariats pour la conservation)

En 2002, le Comité du patrimoine mondial a approuvé l'Initiative de partenariats pour la conservation, rebaptisée ensuite PaCte du patrimoine mondial, dont l'objet était de mettre en œuvre, à titre expérimental, une nouvelle approche systématique des partenariats qui ne se limite pas aux questions financières, en développant le dialogue et les échanges entre tous les acteurs intéressés par la conservation du patrimoine mondial. Les objectifs du PaCte sont d'augmenter à la fois la sensibilisation et les ressources financières. Il fera l'objet d'un audit à la fin 2010, qui établira notamment le montant exact de ses contributions financières, non financières et en nature au patrimoine mondial.

L'une des initiatives les plus réussies parmi celles qui ont été gérées grâce au PaCte a abouti à la création des cartes du patrimoine mondial dans le cadre d'un accord tripartite avec le National Geographic et Hewlett Packard. Le Centre du patrimoine mondial a assumé la responsabilité de l'appui éditorial, donné des informations sur les sites du patrimoine mondial et assuré le contrôle de qualité des cartes ; le National Geographic a fourni l'expertise et le savoir-faire, tandis que Hewlett Packard a financé la production et l'impression des cartes. Chacun des partenaires de ce projet a apporté son expertise spécifique et ses capacités de ressources afin de créer, produire et distribuer un produit mettant en évidence le profil de chacun et contribuant à la diffusion de valeurs communes.

Dans le cadre d'un autre accord d'une durée de trois ans, le fabricant de montres de luxe Jaeger LeCoultre, l'International Herald Tribune (IHT) et le Centre du patrimoine mondial assurent le financement d'un poste ALD consacré à la conservation des sites du patrimoine mondial marin et d'une campagne de communication sous la forme d'un article d'une page sur les sites marins publié toutes les 4 ou 5 semaines dans l'IHT.

Le PaCte montre comment un effort stratégique concerté pour obtenir la participation du secteur privé peut aboutir à une meilleure sensibilisation et à un meilleur accès aux ressources financières. Cette approche holistique des partenariats a permis au secteur privé, avec les capacités uniques qui sont les siennes en matière de communication, d'image de marque, de marketing, de gestion de l'information, de mobilisation sociale et d'utilisation des médias, d'apporter sa contribution sous des formes non monétaires, renforçant ainsi son double rôle de bailleur de fonds et d'acteur. Cependant, la création et la mise en œuvre du PaCte se sont révélées coûteuses en ressources puisqu'en moyenne, trois membres du personnel du Secrétariat (sur des engagements de durée définie et/ou des contrats temporaires) travaillent à plein temps sur cette initiative depuis 2002.

Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF)

L'UNICEF dispose d'une riche expérience de collaboration avec le secteur des entreprises. En 2008, plus de 600 sociétés privées et fondations lui ont accordé du temps et fourni des produits, des connaissances, une expertise, des réseaux stratégiques ou des fonds. IKEA est devenue la principale entreprise partenaire de l'UNICEF avec des investissements qui totalisent 75 millions de dollars depuis 2001 et 38 millions pendant la seule année 2008.

La campagne « One by One » (Pas à pas) d'Amway Europe¹ a permis de recueillir 1,2 million d'euros en 2008 pour 12 projets de l'UNICEF consacrés à la survie et au développement des jeunes enfants, à l'éducation de base et à l'égalité entre les genres. La contribution d'Amway Europe et de son réseau de chefs d'entreprises indépendants, sous forme de promotion de produits, de vente de cartes de vœux personnalisées, d'opérations de vente au détail et d'initiatives de dons de salariés, s'élève depuis 2001 à près de 5 millions d'euros.

Change for Good®, partenariat entre l'UNICEF et le secteur de l'aviation civile internationale mis en place en 1987, a permis de collecter près de 88 millions de dollars pour les programmes de l'UNICEF. Pendant la seule année 2008, environ 8 millions de dollars ont été recueillis grâce à ce partenariat dans le cadre duquel le personnel des compagnies aériennes collecte la menue monnaie des passagers et fait don des fonds ainsi recueillis pour financer du matériel et des services vitaux pour les enfants les plus démunis partout dans le monde.

2. Mobilisation du grand public

Campagne de l'UNESCO en faveur d'Haïti²

À la suite du tremblement de terre en Haïti, l'UNESCO a lancé une campagne en ligne afin de recueillir auprès du grand public des fonds pour les victimes. La campagne n'est pas parvenue à recueillir de petites sommes d'argent auprès d'un large public ; toutefois, elle a accru la visibilité de l'action de l'UNESCO en Haïti et a permis d'obtenir des contributions importantes de certains États membres. Il ressort d'entretiens avec des membres du personnel de l'UNESCO qui ont participé à la mise en place de cette campagne en ligne que des ressources supplémentaires auraient été nécessaires pour assurer la réussite de la campagne auprès du grand public. Celle-ci avait besoin d'un personnel motivé, capable de promouvoir activement et de façon continue cette initiative sur une longue période, en l'associant à celles d'autres organisations et sites Internet de façon à susciter un niveau de fréquentation des sites suffisant pour recueillir des fonds. Il est aussi très important qu'une campagne en ligne soit spécifiquement adaptée au profil des personnes qui visitent le site. Si la majorité des visiteurs sont des universitaires, des acteurs gouvernementaux ou institutionnels, leur profil de donateurs ne correspond pas à celui du citoyen moyen qui s'intéresse aux questions humanitaires.

Cependant, l'UNESCO a démontré que cette plateforme peut être un moyen efficace pour souligner le dévouement de l'Organisation à une cause urgente, en adaptant rapidement cette plateforme à la collecte de dons en réponse aux inondations au Pakistan.

Utiliser des manifestations comme la Journée mondiale de la diversité culturelle (21 mai) pour collecter des fonds auprès des internautes peut être efficace, à condition d'attirer des personnes dont le profil de donateur correspond aux objectifs de la campagne. De plus, une fois que l'on parvient à attirer les bonnes personnes sur le site, il faut leur donner les moyens de s'impliquer personnellement comme acteurs de l'initiative pour qu'elles apportent leur contribution. Pour ce faire, la mise en œuvre d'une stratégie de communication ciblée et de grande ampleur, à la fois en ligne et hors-ligne, est nécessaire, ce qui requiert des ressources humaines et financières importantes et durables.

¹ Grâce à la campagne « One by One », les employés et dirigeants d'Amway (une société de marketing à niveaux multiples qui produit aussi des objets de consommation) soutiennent des centaines d'organisations à but non lucratif œuvrant dans plus de 50 pays à répondre à toute la gamme des besoins des enfants.

² Une campagne similaire a été lancée par la Directrice générale de l'UNESCO en août 2010 pour recueillir les dons du public à la suite des inondations au Pakistan.

touscoprod.com

touscoprod.com est un site Internet qui recueille de petites sommes (minimum 10 euros) auprès de particuliers pour financer la production de films. Cette initiative s'appuie sur le principe du donateur/acteur pour financer des films et créer une communauté d'investisseurs qui deviennent les acteurs de la promotion d'un film, ce qui permet de mieux faire connaître les productions à petit budget (maximum 150 000 euros). Le site offre toute une gamme de services visant à mettre les individus en relation étroite avec le film qu'ils financent, en faisant de chacun d'eux un promoteur idéal de ce film. Les outils de communication et de marketing sont le moteur de cette initiative qui fait très largement appel aux médias traditionnels, aux blogs, au marketing viral et aux dépliants promotionnels. Six personnes travaillent à temps plein sur le site (elles s'occupent uniquement des contenus, la partie technique étant sous-traitée) et 11 ont été recrutées lors du lancement du site.

3. Implication des artistes, des professionnels et praticiens de la culture

Le Secrétariat a été approché par un artiste qui a proposé de contribuer au Fonds en offrant un pourcentage de toutes ses ventes. Jusqu'à maintenant, aucune contribution n'a été reçue de la part de cet artiste. Néanmoins, cette initiative montre la possibilité d'un mécanisme potentiellement lucratif et fortement visible pour financer le Fonds, tout en impliquant les parties prenantes qui sont les plus concernées par la mise en œuvre de la Convention.