



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



Diversité
des expressions
culturelles

8 IGC

CE/14/8.IGC/9

Paris, le 8 octobre 2014

Original : anglais

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

Huitième session ordinaire
Paris, Siège de l'UNESCO
9 - 11 décembre 2014

Point 9 de l'ordre du jour provisoire : Rapport sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC

Conformément à la Décision 7.IGC 7, le présent document présente un rapport sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC.

Décision requise : paragraphe 18

1. Lors de sa sixième session ordinaire, décembre 2012, le Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (ci-après « le Comité ») a adopté dans son intégralité une stratégie de levée de fonds et de communication pour le Fonds international pour la diversité culturelle (ci-après « le FIDC ») (Décision 6.IGC 6, paragraphe 3). À cette fin, le Comité a décidé de procéder à la mise en œuvre progressive de la stratégie avec les fonds et ressources disponibles et d'affecter le budget pour les activités à venir en conséquence lors de chaque session.

2. À titre de rappel, la stratégie sur cinq ans (2013-2018) est divisée en trois phases. La première phase (18 mois, de janvier 2013 à juin 2014) visait à élargir la base de soutien existante du FIDC parmi les gouvernements. Le coût estimé de la phase un s'élève à près de 399 500 \$US et 1 434 875 \$US devraient avoir été collectés au cours de cette phase. La phase deux s'étend sur une période de deux ans (de juillet 2014 à juin 2016) et devrait coûter environ 457 125 \$US. Cette phase a pour but de développer des arguments ciblés en faveur d'un soutien et de toucher des donateurs externes afin de conclure des partenariats avec le secteur privé et des personnes à haut revenu afin de collecter 4 391 367 \$US. La phase trois sera déployée sur une période de 18 mois (de juillet 2016 à décembre 2017) avec un budget de 351 625 \$US. L'objectif général est de s'assurer que, d'ici 2018, le FIDC soit une entité hautement respectée parmi les donateurs gouvernementaux, reçoive un soutien financier d'au moins la moitié des Parties à la Convention et ait développé six partenariats clés avec le secteur privé qui représenteront 30 pour cent de ses ressources.

3. Lors de cette session, il est attendu que le Comité passe en revue les progrès réalisés au cours de la phase un de la mise en œuvre de la stratégie, prenne note des objectifs et défis de la phase deux et affecte un budget pour les activités qui seront menées en 2015.

Phase un - Résultats et impact

4. La phase un visait principalement à établir un message clair et une identité visible pour le FIDC, et à consolider la base de donateurs existante du FIDC (les Parties à la Convention). Afin de poursuivre la consolidation de la base de donateurs du FIDC en 2014, le Sous-Directeur général pour la culture a lancé un appel à contributions aux Parties en mars 2014 via une lettre officielle appelant celles-ci à soutenir le FIDC par le biais de contributions volontaires régulières équivalentes à 1 pour cent au moins de leur contribution totale à l'UNESCO. En outre, des activités promotionnelles visant à accroître la visibilité du FIDC ont été menées en continu au moyen de divers outils de communication (mise à jour, récits multimédias et brochure).

5. L'impact de la mise en œuvre de la phase un de la stratégie de levée de fonds est visible grâce aux 1 060 893,86 \$US collectés depuis le lancement de la stratégie de levée de fonds, de janvier 2013 à juin 2014. Cette somme représente 75 pour cent des objectifs fixés, à savoir 1 434 875 \$US. Ce haut pourcentage est clairement le résultat de la stratégie étant donné que le FIDC repose sur des contributions volontaires et compte tenu de la crise économique mondiale. Il est par ailleurs important de noter qu'environ 15 pour cent des Parties seulement (20 sur 134) ont contribué à cette somme, parmi lesquelles 7 Parties ont effectué une contribution annuelle et régulière.

Phase deux – Nouveaux défis et objectifs

6. En juillet 2014, le FIDC est entré dans la phase deux de la stratégie de levée de fonds. Au cours de cette période de transition entre la phase un et la phase deux, le Secrétariat a jeté les bases pour toucher les donateurs externes tout en continuant à consolider la base de donateurs existants.

7. Alors que la phase un de la stratégie mettait l'accent sur la création d'une nouvelle image pour le FIDC en développant et en travaillant la présentation du contenu, la phase deux vise à ce que le FIDC arrive à une certaine maturité dans ses communications et ses efforts de promotion et améliore sa diffusion internationale. Le défi que pose la stratégie de communication de cette phase

est, d'une part, de fournir des arguments convaincants à travers différents outils de communication de manière à attirer un nombre croissant de partenaires de financement potentiels différents et, d'autre part, de mettre en place une stratégie dynamique permettant de distribuer et de diffuser ces outils de façon proactive. Il faut souligner que ces deux actions dépendent de la mobilisation de ressources humaines qualifiées disposant de l'expertise nécessaire dans le domaine de la communication et de la diffusion des médias. Compte tenu du fait que la phase trois de la stratégie vise à établir des partenariats clés dans le domaine des médias, la mise en œuvre d'une stratégie de distribution peut-être considérée comme la base de la phase suivante.

8. Dans le cadre des activités de la phase deux de la stratégie, le Secrétariat a entrepris une recherche de donateurs potentiels du secteur privé afin d'élargir la base de soutien des donateurs au FIDC au-delà des donateurs gouvernementaux et pour trouver des sources de financement alternatives, notamment du secteur privé et des personnes à haut revenu. Une base de données contenant une liste détaillée des partenaires potentiels du secteur privé est actuellement en cours d'élaboration et servira d'outil de base permettant d'entretenir des relations avec des partenaires potentiels.

9. Une fois cette liste établie, l'étape suivante consistera à instaurer un plan d'action pour élaborer les arguments et les systèmes nécessaires pour la collaboration avec des donateurs potentiels. Conformément aux indications de la stratégie de levée de fonds, la mobilisation d'un spécialiste disposant d'une expérience professionnelle dans le domaine de la levée de fonds et de la communication est essentielle pour tisser des liens avec des donateurs potentiels et rechercher, conclure et maintenir des partenariats durables avec le secteur privé. Le spécialiste en communication serait appelé à mettre en place différents types de partenariats et de programmes incitatifs pour les partenaires, à créer des argumentaires sur mesure présentant les principaux avantages sous forme d'arguments de vente destinés aux partenaires de financement potentiels, et à favoriser des mécanismes de coopération durable. À mesure de l'augmentation de la diffusion et des contacts officiels avec le secteur privé, les Parties pourraient renouveler leur soutien et leur contribution au FIDC en fournissant une assistance spéciale par le biais de plans de détachement de personnel.

Aperçu des activités de levée de fonds pour 2014

10. Cinq numéros de la mise à jour électronique (e-update), quatre récits multimédias et une brochure en fin d'année avaient été prévus dans le cadre des activités promotionnelles de 2014 afin de continuer à accroître la visibilité et à communiquer les résultats en termes d'impact. Un aperçu de ces activités, approuvées par le Comité lors de sa septième session ordinaire et menées à bien par le Secrétariat en 2014, est présenté ci-dessous. L'Annexe du présent document établit une synthèse visuelle de la mise en œuvre de ces activités.

11. **Cinq mises à jour électroniques** (e-updates) ont été publiées en anglais, français et espagnol en mai, juillet, septembre, novembre et décembre 2014 en vue de tenir les parties prenantes de la Convention informées des résultats et des activités en cours des projets du FIDC. Le modèle de la mise à jour électronique a été actualisé avec une identité visuelle dynamique, comprenant l'emblème de la Convention et le message du FIDC « Investir dans la créativité. Transformer les sociétés ». Les mises à jour traitent également des priorités de l'UNESCO et des questions émergentes relatives aux travaux de la Convention et du Secteur de la culture, par exemple les technologies numériques et le genre. Les statistiques disponibles indiquent une augmentation du nombre de destinataires de la mise à jour électronique, qui atteint près de 3 000 lecteurs réguliers abonnés dans les trois langues, dont un nombre croissant d'abonnés de la région arabe.

12. La seconde brochure du FIDC publiée en décembre 2013, avant la septième session ordinaire du Comité, a été largement diffusée via les différentes communautés et partenaires gouvernementaux de l'UNESCO. Elle a également été distribuée lors de certains événements marquants, notamment lors du débat thématique spécial « Culture et développement durable dans l'agenda pour le développement de l'après-2015 » (mai 2014) et du troisième Forum mondial de

l'UNESCO sur la culture et les industries culturelles (octobre 2014). À la suite des réactions positives suscitées par cette brochure, une **troisième brochure** présentant les principaux résultats obtenus par les projets financés par le FIDC entre 2012 et 2014 a été élaborée et distribuée aux parties prenantes de la Convention. La brochure est soumise au Comité à titre de document d'information (CE/14/8.IGC/INF.3).

13. Les nouveaux **réצים multimédias** présentent une sélection de projets financés par le FIDC au Guatemala, au Tadjikistan et au Togo qui abordent différents aspects des interventions du FIDC en matière de renforcement des capacités, d'accès au marché et de mesures politiques. Le film sur l'impact du FIDC, qui est un outil de communication animé présentant les principaux effets que le FIDC a sur les communautés à travers le monde, est actuellement en cours de réalisation afin de mobiliser les partenaires potentiels du secteur privé. En outre, une bande-annonce de la vidéo institutionnelle du FIDC a été diffusée afin d'accroître la distribution de la vidéo institutionnelle et de faciliter sa projection lors de festivals de cinéma et divers événements publics. Grâce à la coopération de partenaires externes, une version sous-titrée en chinois (http://v.youku.com/v_show/id_XNzI0NjQ0NzU2.html) ainsi qu'une version doublée en allemand (<http://www.youtube.com/watch?v=yFuE6lnMP8g>) du film institutionnel sont en ligne. En outre, le récit multimédia argentin a été sélectionné pour être projeté lors de la 10^e édition du festival de cinéma Action On Film (<http://www.aoffest.com/>) en Californie (États-Unis) en août 2014.

14. Un **nouveau site web** consacré au FIDC a été développé et mis en ligne (<http://www.unesco.org/ifcd>) dans le cadre des efforts déployés par le Secrétariat pour communiquer de façon proactive sur l'impact des projets du FIDC et améliorer la visibilité de la Convention. Une rubrique spécifique est exclusivement dédiée à la levée de fonds pour le FIDC. Elle comprend un accès au système PayPal afin de faciliter le paiement de contributions destinées au FIDC et présente une liste détaillée des contributions de donateurs gouvernementaux. Le site encourage en particulier l'utilisation active de supports audiovisuels et d'outils web dynamiques, notamment la rubrique où il est possible de rechercher 71 projets du FIDC par pays, domaines, principales actions et année de financement.

Financements requis pour mettre en œuvre la stratégie de levée de fonds en 2015

15. Conformément à la stratégie de levée de fonds, les activités de la phase deux devraient être mises en œuvre sur une période de vingt-quatre mois entre le 1^{er} juillet 2014 et le 30 juin 2016 avec un budget total estimé de 95 125 \$ US (hors coûts de personnel).

16. Les activités de la phase deux à réaliser entre janvier et décembre 2015 (période de douze mois) visent à :

- poursuivre les activités promotionnelles d'élaboration d'arguments convaincants en faveur d'un soutien (par le biais de la production de cinq mises à jour en trois langues et d'une brochure de fin d'année) ;
- élaborer et mettre en œuvre une stratégie de distribution et de commercialisation dynamique afin de promouvoir largement les outils de communication du FIDC, notamment la mise à jour électronique et les films (via l'embauche à mi-temps sur quatre mois d'un spécialiste en communication) ; et
- élaborer et mettre en œuvre un plan d'action visant à atteindre les partenaires ciblés du secteur privé et les personnes à haut revenu, afin de jeter les bases nécessaires pour conclure de nouveaux partenariats (via l'embauche à mi-temps sur huit mois d'un spécialiste de la communication).

17. Outre les 23 781 \$ US déjà affectés à la mise en œuvre de la phase deux de la stratégie en 2014, 47 563 \$ US (50 % du budget total des activités de la phase deux) est sollicité par le Secrétariat pour poursuivre en 2015 les activités de la phase deux, inscrites dans la stratégie de levée de fonds adoptée par la Décision 6.IGC 6.

18. Le Comité souhaitera peut-être adopter la décision suivante :

PROJET DE DÉCISION 8.IGC 9

Le Comité

1. Ayant examiné le document CE/14/8.IGC/9 et son Annexe ;
2. Décide de mettre en œuvre les activités spécifiques présentées dans le document CE/14/8.IGC/9 correspondant à la phase deux de la stratégie de levée de fonds du FIDC ;
3. Demande au Secrétariat de poursuivre les activités de levée de fonds pour 2015 ;
4. Décide d'allouer 47 563 \$ US au Secrétariat afin de mener les activités de levée de fonds prévues pour l'année 2015, ce montant étant prélevé sur les fonds non alloués du compte spécial du FIDC ;
5. Demande au Secrétariat de rédiger et de présenter à la cinquième session ordinaire de la Conférence des Parties (juin 2015) un document d'information sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC ainsi qu'un rapport sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC à sa neuvième session ordinaire.

ANNEXE

Mise à jour électronique du FIDC

A CULTURAL SHIFT: FROM PAPER TO SCREEN
The IFCD is preparing indigenous practitioners to work in the digital publishing sector, generating sustainability for themselves and their communities.

UN AVENIR MEILLEUR EST ENTRE VOS MAINS
Le FIDC stimule la participation active de jeunes dans la culture au Paraguay, en créant une alternative pour l'inclusion sociale et la création de revenus.

IGUALDAD SUENA MUY BIEN. EN CUALQUIER IDIOMA.
El FIDC está reforzando las políticas culturales relacionadas con el sector editorial en Haití, garantizando la libertad de expresión de las minorías y contribuyendo a promover una sociedad más inclusiva e igualitaria.

ACROSS THE WORLD
Digital Senegal: Bringing the gap between an analog and digital technology is a time to get the world in touch. (08/10/2014)
Rethinking to move forward: The business sector in Cambodia reveals its urgent and pressing needs for the future digital.
Treasure island: Babel discovers a real treasure: the potential to create a culture through digital technology.
Theater4Youth: A digital tool is allowing schools and theater companies to see the same stage together in South Africa.

FAITS MARQUANTS
LISEZ: MONTENEGRO: Le FIDC est fier de participer à un projet qui permet au pays d'attendre son potentiel créatif.
ZIMBABWE: Le FIDC propose une aide aux capacités de évoluer.

HECHOS RELEVANTES
CÔTE D'IVOIRE: Gracias al FIDC, las mujeres están desempeñando un papel importante en el desarrollo del país.
CAMERÚN: El FIDC empodera a mujeres con discapacidad, brindándoles la esperanza de un futuro mejor.

L'ACTUALITÉ DU FIDC
Une école unique: Bien plus que de renforcer leurs capacités, de jeunes étudiants en Argentine apprennent à accomplir leur vocation.
De meilleures pratiques: Pour les jeunes du Mozambique, renforcer leurs capacités signifie bâtir un avenir meilleur.
Trouver le bon rythme: Investir dans le renforcement des capacités pour faire renaitre la scène musicale folk semblait être un projet grandiose. Et ce fut le cas!
Une combinaison parfaite: La Serbie combine entrepreneuriat et renforcement des capacités. Tout le monde y gagne.

ACTUALIDAD SOBRE EL FIDC
Liga profesional: Mujeres creativas acceden a mercados profesionales. Un hecho que va a lograr más diversidad.
Un festival de oportunidades: Al desarrollar sus habilidades emprendedoras, mujeres sudfricanas abren un futuro prometedor.
Un nuevo paradigma: En Zimbabue, la contribución de la mujer a la cultura y la economía ya no es una realidad.
En vivo desde Barbados: Prácticas y mujeres están aprendiendo que, al compartir el país, se eleva voz a la superestrella.

La cultura y el desarrollo del sector cultural pueden contribuir enormemente a mejorar la situación y los derechos de las mujeres.
Los proyectos financiados por el FIDC le brindan a las mujeres la oportunidad de participar activamente en la vida cultural y de asumir el control de sus propias vidas, además de generar ingresos para sus familias y comunidades.

Kristin Karlsen
División Permanente de Noruega ante la UNESCO

fonds international pour la diversité culturelle

Brochure n° 1 du FIDC – 2012



**Commissariat aux Investissements
et à la Promotion de la Diversité
des Expressions Culturelles**

Fonds international pour la diversité culturelle
Investir dans la créativité. Transformer les sociétés.

Les décideurs, les entrepreneurs et praticiens culturels des pays du Sud utilisent les investissements du Fonds International pour la Diversité Culturelle (FIDC) pour élaborer des politiques, développer des marchés et des possibilités de formation qui renforcent leurs industries culturelles.

Brochure n° 2 du FIDC – 2013



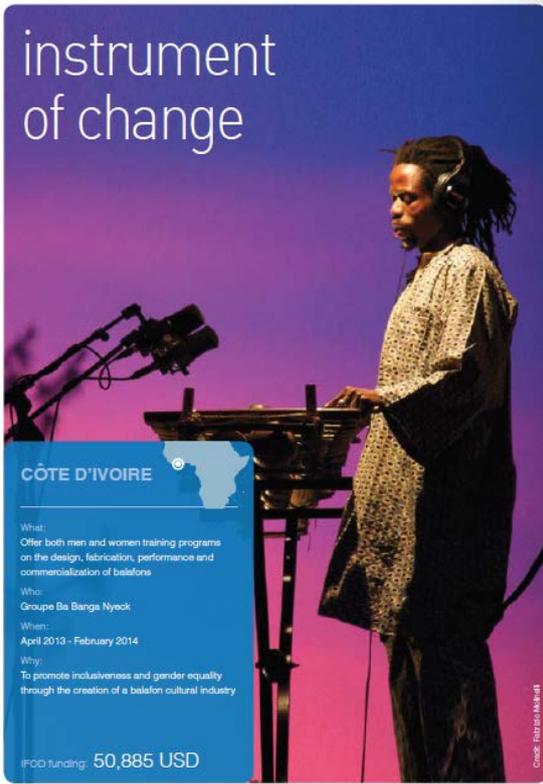
Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

Diversité des expressions culturelles

fonds international pour la diversité culturelle
Investir dans la créativité. Transformer les sociétés.

n° 2 Investir dans la culture : faire de la diversité son meilleur atout
Succès, faits, chiffres et résultats

Brochure n° 3 du FIDC - 2014



instrument of change

CÔTE D'IVOIRE

What:
Offer both men and women training programs on the design, fabrication, performance and commercialization of balafons

Who:
Groupe Ba Banga Nyeck

When:
April 2013 - February 2014

Why:
To promote inclusiveness and gender equality through the creation of a balafon cultural industry

FIDC funding: 50,885 USD

gender & creativity 15

Building a more equal and inclusive society through the culture of balafons

more www.goo.gl/nb100K
visit www.babanganyeck.com
watch www.goo.gl/hePcIp
watch www.goo.gl/LOE9rG
follow www.facebook.com/babanganyeck
listen www.goo.gl/7PXXqV

All over the world, gender inequality is still present. In many countries of West Africa, for example, girls and women are even discouraged from learning musical instruments, which is deemed a "male" cultural activity.

In one of these West African countries, Côte d'Ivoire, UNESCO's International Fund for Cultural Diversity (IFCD) is supporting a project that is giving women the opportunity to learn a very particular musical instrument: the Oromato Balafon. Ba Banga Nyeck, an NGO committed to the promotion and professionalization of Balafon practices, is the organization behind this project.

For Nyeck Paul Junior, president of the NGO, giving Ivorian women the chance to strive and explore their creative talents in an environment historically dominated by men, such as the Balafon music scene, will also give them the confidence and the skills to have a more independent and proactive approach to their entrepreneurial endeavors.

Kouassi Afrouet Nina Valérie, one of the proud participants of Ba Banga Nyeck's project, agrees with Mr. Nyeck: "The participation of women in the Balafons' workshops and concerts really improved the self-esteem of many women, which indicates that we're making great strides in promoting gender-equality in Côte d'Ivoire in particular and in Africa in general."

Paul Junior Nyeck
(President of Groupe Ba Banga Nyeck)

investing in creativity 50,885 USD

7 month training program

the First Balafon International Festival

20 men and women professionalized

creation of a professional Balafon school

transforming societies

Récits multimédias des projets financés par le FIDC

Guatemala - INCREA LAB, ouvrir des perspectives aux entrepreneurs culturels autochtones



Film du FIDC en Argentine, projeté lors de la 10^e édition du festival de cinéma Action On Film (août 2014)

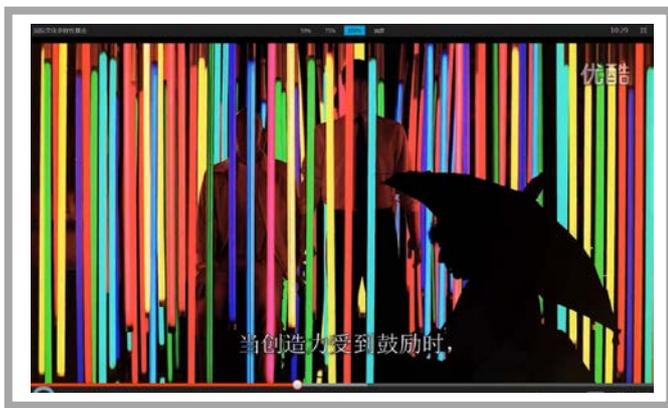


Film institutionnel du FIDC

Sortie récente de la bande-annonce du film institutionnel du FIDC



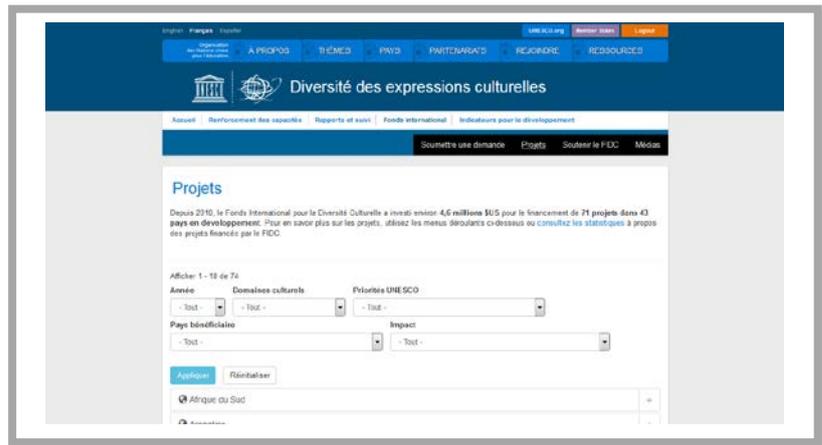
Version chinoise de la vidéo institutionnelle du FIDC



Le nouveau site web du FIDC



Rubrique pour les projets



Rubrique consacrée à la levée de fonds pour le FIDC

