



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



Diversité
des expressions
culturelles

14 IGC

DCE/21/14.IGC/11
Paris, le 5 janvier 2021
Original : anglais

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

Quatorzième session
En ligne
1- 6 février 2021

Point 11 de l'ordre du jour provisoire : Projet d'une nouvelle stratégie de collecte de fonds pour le Fonds international pour la diversité culturelle (2021-2023)

Conformément aux décisions 12.IGC 5b, 12.IGC 6 et 13.IGC 5b et compte tenu de l'application des recommandations 16, 17, 18, 19 et 20 de la deuxième évaluation externe du Fonds international pour la diversité culturelle, le présent document expose les principales conclusions de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication du Fonds pour 2013-2018, ainsi qu'une nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication (2021-2023).

Le texte intégral du rapport d'évaluation, contenant une proposition de nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication, est disponible dans le document DCE/21/14.IGC/INF.11.

Décision requise : paragraphe 21

I. Contexte

1. Aux termes du paragraphe 22 des Orientations sur l'utilisation des ressources du Fonds international pour la diversité culturelle (ci-après « le FIDC »), une évaluation du FIDC doit être réalisée tous les cinq ans. Suite à la première évaluation, menée en 2012 par le Service d'évaluation et d'audit (IOS) de l'UNESCO, le Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (ci-après « le Comité ») a adopté, à sa sixième session, 30 des 35 recommandations qui étaient proposées. Il a également adopté la première stratégie de collecte de fonds et de communication du FIDC (ci-après « la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 ») et demandé au Secrétariat de mener des activités de collecte de fonds ([décision 6.IGC 6](#)). Toutes les recommandations issues de la première évaluation ont été mises en œuvre.
2. La deuxième évaluation externe du FIDC a été réalisée en 2017 et ses résultats présentés au Comité à sa onzième session, en décembre 2017. Le Comité a demandé au Secrétariat de préparer une analyse sur l'impact potentiel des recommandations de la deuxième évaluation externe du Fonds pour examen à sa session suivante ([décision 11.IGC 7b](#)).
3. À sa douzième session, en décembre 2018, le Comité a pris note du rapport sur l'impact des recommandations de la deuxième évaluation externe du FIDC et recommandé des mesures de mise en œuvre ([DCE/18/12.IGC/6](#) et [DCE/18/12.IGC/INF.5](#)). Il a adopté 17 des 21 recommandations et a désigné huit recommandations comme présentant un degré d'urgence stratégique élevé (annexe à la [décision 12.IGC 6](#)). Cinq des huit recommandations prioritaires portent spécifiquement sur la collecte de fonds et la communication. Ces recommandations sont les suivantes :
 - **Recommandation 16** : « Réviser la stratégie de collecte de fonds actuelle afin qu'elle se consacre davantage aux contributions des Parties et à l'étude plus précise de leur implication, en tenant compte du fait que toutes les Parties ne disposent pas des mêmes capacités et ressources. »
 - **Recommandation 17** : « S'efforcer de respecter la contribution visée de 1 % (art. 18.3 et 18.7) afin de renforcer la viabilité du Fonds et d'endiguer la tendance à la baisse observée ces cinq dernières années. »
 - **Recommandations 18** : « Consolider la stratégie de collecte de fonds du FIDC en y intégrant une dimension analytique en vue d'établir un lien clair entre les matériels de communication et les objectifs concrets de collecte de fonds (en particulier ceux relatifs aux contributions des Parties). »
 - **Recommandation 19** : « Modifier l'objectif de réussite actuel qui vise à obtenir des contributions de 50 % des Parties. En ce sens, au lieu d'œuvrer afin qu'au moins la moitié des Parties à la Convention contribue au Fonds, l'objectif serait d'obtenir des contributions régulières conformes à la suggestion de 1 % (art. 18.3 et 18.7). »
 - **Recommandation 20** : « Renforcer l'utilisation des matériels de communication sur le FIDC. La première étape pourrait ainsi consister à analyser la mise en œuvre des différentes phases de la stratégie de communication afin d'identifier ses points forts et les points à améliorer. »
4. Le Comité a autorisé le Secrétariat à prélever sur les fonds non alloués du FIDC les montants nécessaires à la mise en œuvre des recommandations jugées urgentes ([décisions 12.IGC 5b et 12.IGC 6](#)), concernant notamment l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication et l'élaboration d'une nouvelle stratégie pour 2013-2018 (recommandation 20). Un récapitulatif de l'état de mise en œuvre de toutes les recommandations adoptées est présenté dans le document DCE/22/14.IGC/9.
5. Conformément à la [décision 12.IGC 6](#), le Secrétariat a lancé en août 2019 un appel ouvert à propositions et chargé par contrat le Consortium composé de IZI S.P.A (Italie) et International Fundraising Consultancy (Royaume-Uni) de procéder à une évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 et de concevoir une nouvelle stratégie.

Ce document expose les conclusions de cette évaluation et une proposition de nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication du FIDC.

6. À cette session, le Comité est invité à prendre note des résultats de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 et à examiner, en vue de son éventuelle adoption, une deuxième stratégie de collecte de fonds et de communication du FIDC pour la période 2021-2023.

II. Conclusions de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication du FIDC pour 2013-2018

7. La première partie du document DCE/21/14.IGC/INF.11 présente les résultats de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018. Elle examine la qualité globale et l'impact de cette stratégie. Pour mémoire, la stratégie de collecte de fonds pour 2013-2018 répondait aux objectifs suivants :
- (a) Tripler en cinq ans les recettes annuelles du FIDC par rapport à leur niveau initial moyen de 800 000 dollars des États-Unis, en les portant à 2,8 millions de dollars en 2018.
 - (b) Faire en sorte qu'au moins 50 % des Parties contribuent au FIDC.
 - (c) Établir au moins six partenariats avec le secteur privé qui apporteraient au FIDC 30 % de ses ressources.
8. Le volet « collecte de fonds » de la stratégie pour 2013-2018 ciblait trois grandes catégories (les Parties, le secteur privé et les philanthropes), tandis que son volet « communication » s'adressait à un public plus large, le message principal répondant aux questions « **qu'est-ce que le Fonds et que fait-il ?** » plutôt que « pourquoi » la diversité des expressions culturelles est importante et « comment » le FIDC soutient ces objectifs.
9. La stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 comportait trois phases distinctes :
- (a) **Phase 1** : Élaboration de la stratégie et communication visant à renforcer l'image de marque du FIDC, y compris la conception d'outils de communication spécifiques et la mise au point d'un « argumentaire » en faveur du financement du Fonds.
 - (b) **Phase 2** : Établissement de partenariats avec le secteur privé et les particuliers fortunés, et mise en œuvre d'une campagne de communication.
 - (c) **Phase 3** : Élaboration et mise en œuvre de partenariats mondiaux et avec les médias afin d'encourager les dons d'acteurs privés et de philanthropes.
10. Les principales conclusions de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 peuvent se résumer comme suit :
- (a) **La stratégie n'a pas permis d'atteindre les cibles consistant à tripler les recettes annuelles du FIDC et à établir six partenariats avec le secteur privé (y compris avec des particuliers fortunés) qui apporteraient au FIDC 30 % de ses ressources pour la période 2018.** Comme le montre la figure 1 ci-après, les recettes annuelles sont demeurées à leur niveau initial (800 000 dollars des États-Unis) tout au long des cinq années de mise en œuvre de la stratégie. Les contributions volontaires des Parties ont continué de fournir la quasi-totalité des ressources ; le total des contributions du secteur privé se chiffre à seulement 14 736 dollars des États-Unis. L'évaluation attribue principalement ce résultat limité à l'absence de personnel spécialisé au sein du Secrétariat responsable de la mise en œuvre de la stratégie. L'évaluation note également que ce résultat ne peut être imputé à la conception de la stratégie. Il relève plutôt d'une série de contraintes affectant sa mise en œuvre, dues pour l'essentiel à l'insuffisance des ressources humaines et financières, qui explique l'absence d'un processus de suivi structuré et l'incapacité de faire procéder à un examen externe à mi-parcours de la stratégie, comme il était initialement prévu.

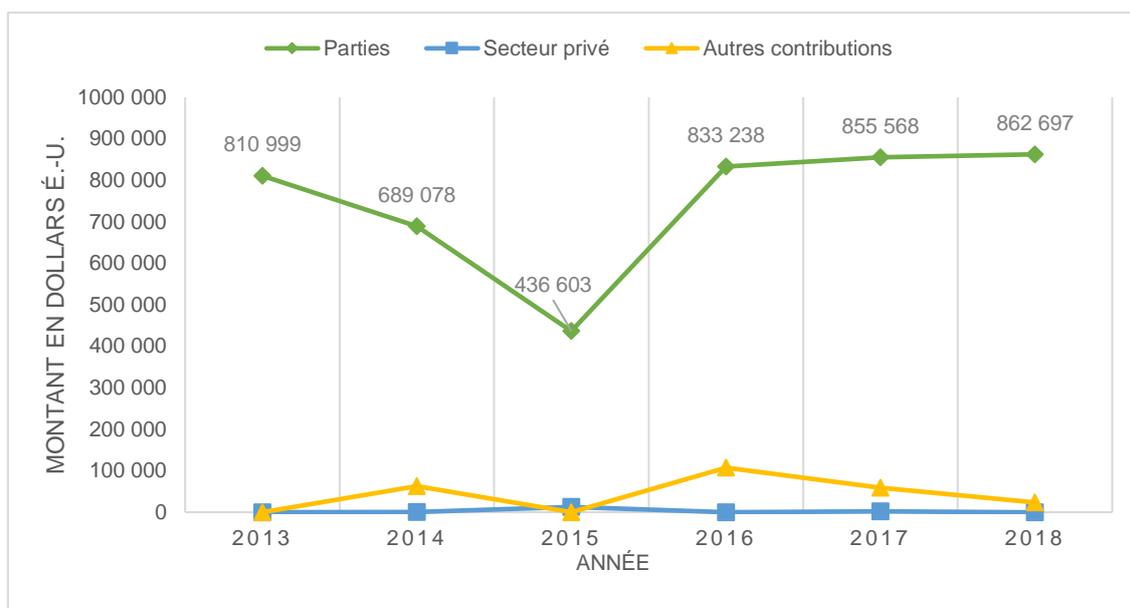


Figure 1 : Contributions au FIDC de 2013 à 2018¹

- (b) **La stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 a permis d'accroître le nombre de Parties contribuant au Fonds.** Le nombre de Parties qui ont contribué au moins une fois au FIDC est passé de 19 en 2012 à 72 en 2018, soit 49 % du nombre total de Parties à la Convention (145) à la date du 31 décembre 2018. L'évaluation note également que 79 % des Parties qui ont contribué au Fonds ont donné un montant supérieur à 1 % de leur contribution totale à l'UNESCO ; globalement, le montant annuel moyen versé par les Parties a représenté environ 1,7 % de leur contribution annuelle totale à l'UNESCO. Dans certains cas, ce pourcentage moyen a été nettement supérieur à 1 %. L'évaluation indique que les 10 plus gros donateurs du FIDC ont apporté 80 % du total des contributions entre 2013 et 2018. Elle fait également observer que, sur le montant global des fonds collectés durant la période 2013-2018 (4 477 897 dollars des États-Unis), 65 % provenait de Parties d'Europe occidentale et d'Amérique du Nord, 19 % de Parties d'Amérique latine et des Caraïbes et 12 % de Parties de la région Asie et Pacifique. L'évaluation note également que les États de l'Europe orientale contribuent plus régulièrement au Fonds. Même si l'on ne saurait considérer ces contributions comme un soutien substantiel au fonctionnement du Fonds, elles sont peut-être une indication de l'attention accrue que ces pays portent au FIDC.
- (c) **Les outils de communication prévus dans la stratégie pour 2013-2018 ont été produits.**² Pour la plupart, les activités de communication planifiées ont également été menées à bien et le FIDC a accru sa visibilité grâce à des publications et des canaux de communication nouveaux. Les activités relevant du volet communication de la stratégie ont été déployées de manière satisfaisante, mais n'ont produit qu'un faible impact au regard des objectifs en matière de collecte de fonds et d'établissement de nouveaux partenariats faute d'un mécanisme de suivi, d'une vision globale et d'une communication ciblée.
- (d) **Dans leur majorité, les Parties questionnées par les évaluateurs se sont déclarées satisfaites du niveau de l'information qui leur était fournie concernant la mise en œuvre des projets du FIDC.** Les principaux donateurs, à savoir les Parties figurant

1. <https://fr.unesco.org/creativity/ifcd/support/parties>.

2. Ces outils comprennent des bulletins d'information électroniques (e-updates) sur les activités conduites dans le cadre des projets financés de septembre 2012 à novembre 2016 ; une nouvelle version de la brochure annuelle du FIDC, exposant les principaux résultats des projets menés à partir de 2012 ; une vidéo institutionnelle et trois présentations multimédias en anglais, français et espagnol de projets financés dans les trois domaines d'intervention (renforcement des capacités, accès au marché, activités relatives aux politiques et perfectionnement des compétences) ; et une version remaniée du site Web du FIDC, avec l'ajout d'une section consacrée à la collecte de fonds intitulée « Soutenir le Fonds ».

parmi les pays développés qui soutiennent de longue date la créativité et la culture et ont une bonne compréhension des liens entre culture et développement, ont estimé que la mission du FIDC était en accord avec leur vision et leurs priorités propres. En revanche, les pays en développement n'avaient pas une idée très claire de la mission du FIDC et ont souligné l'absence de transparence du processus de sélection des projets.³

- (e) **Certains entretiens ont révélé aussi que les liens entre le mandat de la Convention de 2005 et les projets financés par le FIDC n'étaient pas clairement perçus.** Selon l'évaluation, cela résulte des stratégies de communication de la Convention de 2005 et du Fonds qui ont été conçues séparément avec des objectifs différents. Les efforts pour les coordonner et les accorder sont restés limités, le Secrétariat ayant axé principalement sa communication sur la plus récente des conventions culturelles de l'UNESCO, sa spécificité et sa complémentarité avec les conventions précédentes.

11. Le tableau 1 ci-après récapitule les recommandations de l'évaluation figurant dans le document DCE/21/14.IGC/INF.11, sur lesquelles s'appuie la nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication proposée pour 2021-2023.

Tableau 1 : Principales recommandations de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018	
Efficacité	<p>1. Ressources</p> <p>La mise en œuvre de la stratégie de collecte de fonds exige le recrutement de professionnels spécialisés. Seule une équipe dédiée peut garantir un engagement constant et une utilisation correcte des outils appropriés. Cette mesure doit être considérée comme un investissement et ne peut être reportée au moment de la planification. L'évaluation recommande le recrutement d'un responsable de la mobilisation de ressources,⁴ conformément au plan de mise en œuvre de la nouvelle stratégie.</p>
	<p>2. Communication ciblée</p> <p>Une communication ciblée est essentielle pour parvenir à des résultats avec différentes parties prenantes. La compréhension et l'analyse des motivations des partenaires permettront de disposer d'outils de communication plus diversifiés et mieux adaptés. Il faut veiller à maintenir et entretenir les relations et les contacts établis lors d'événements afin de mieux faire connaître les activités du Fonds et de susciter l'intérêt pour ces dernières et pour la collecte des fonds. Aussi est-il recommandé que du personnel de haut niveau du FIDC soit impliqué dans ce processus, de façon à renforcer les liens avec les entreprises partenaires.</p>
Efficience	<p>3. Plan de développement</p> <p>L'évaluation recommande l'adoption d'un plan de développement spécifique pour le FIDC. Un format compatible avec les règles administratives de l'UNESCO doit être trouvé et mis au point, au besoin par un cabinet de conseil spécialisé. Dans tous les cas, il est recommandé d'adopter un plan pluriannuel et de procéder aux ajustements nécessaires dans le domaine financier.</p>
	<p>4. Suivi</p> <p>La précédente stratégie envisageait déjà la mise en place d'un système de suivi efficace. Il importe d'établir des procédures de mise en œuvre claires et un flux décisionnel efficace, qui permette des vérifications et ajustements rapides. La nouvelle stratégie doit fournir un ensemble d'indicateurs SMART, et le Secrétariat veiller à ce que le flux et la mise à jour des informations soient réguliers et efficaces. Tout écart par rapport au plan sera alors rapidement analysé et des mesures correctives adoptées en temps voulu.</p>

3. Il convient de noter que les évaluateurs n'ont pu recueillir des informations qu'auprès de six Parties à la Convention, se répartissant équitablement entre pays développés et pays en développement.
4. Cette recommandation est en accord avec l'évaluation des ressources humaines du Fonds, demandée par le Comité en 2018 ([Décision 12.IGC 6](#)) et réalisée par un expert extérieur en 2019-2020.

Tableau 1 : Principales recommandations de l'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018

Impact	<p>5. Valeur ajoutée et communication adaptée</p> <p>Le Fonds est opérationnel depuis 2010. La communication ne peut donc plus porter sur sa seule existence. Elle doit désormais mettre l'accent sur sa valeur ajoutée dans le domaine de la culture, en s'appuyant sur la réputation de l'UNESCO et sur la crédibilité que confèrent certains des projets mis en œuvre. Il est souhaitable de l'adapter aux besoins et priorités de groupes cibles particuliers. L'exploration plus poussée des nouveaux canaux de communication permettra également d'élargir l'éventail des cibles et d'accroître l'impact de la stratégie.</p> <p>6. Synergies accrues avec la Convention de 2005</p> <p>Depuis l'adoption de la Convention de 2005, le concept de diversité des expressions culturelles et les modes de communication ont évolué. Une révision du mandat du FIDC à la lumière de cette évolution du secteur des industries culturelles et créatives s'impose. Cela facilitera l'établissement de synergies accrues entre le FIDC et la Convention de 2005. La promotion de plus amples synergies au niveau institutionnel et une meilleure compréhension des rôles respectifs du Fonds et de la Convention de 2005, dans les activités à mettre en œuvre contribueront également à forger la vision commune du Fonds qui fait défaut aujourd'hui.</p>
Durabilité	<p>7. Meilleure communication avec les Parties</p> <p>Sachant que les Parties à la Convention de 2005 demeureront les acteurs principaux du Fonds, il convient de leur prêter une attention particulière pour améliorer la performance de la stratégie. L'approche doit être davantage modulée en fonction de chaque partenaire, et déterminer les points forts et les faiblesses de chacun. Il faut examiner les priorités des pays développés et insister sur les liens entre le Fonds et les Objectifs de développement durable. Les pays émergents sont une cible importante des activités de communication du Fonds et des messages adaptés, répondant à leurs attentes, doivent être élaborés en conséquence. Les pays en développement doivent être au cœur de la mission du Fonds et des investigations doivent être menées quant à leurs intérêts dans le secteur culturel en vue d'établir des partenariats fondés sur leurs motivations.</p>

III. Nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication (2021-2023)

12. La nouvelle stratégie a pour **objectif de doubler en trois ans les contributions annuelles au FIDC par rapport à leur niveau actuel d'environ 900 000 dollars des États-Unis⁵, pour en porter le montant annuel moyen à 1,8 millions de dollars.** Elle vise en outre à trouver des moyens de rendre ces recettes plus prévisibles, ce qui permettrait une planification plus poussée. L'évaluation de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 a noté que le FIDC était le seul parmi les fonds établis au sein de l'UNESCO, à être doté d'une stratégie de collecte de fonds expressément approuvée. Cette particularité offre la possibilité de mobiliser davantage la communauté des donateurs et de diversifier les sources de financement.
13. La stratégie de collecte de fonds pour 2021-2023 a comme point de départ ce que les évaluateurs appellent le « **triangle de la collecte de fonds** ». Elle repose en effet sur trois composantes distinctes ayant pour objets respectifs de consolider la base de donateurs actuelle du FIDC, d'accroître la visibilité de ce dernier et de toucher un éventail plus large de donateurs :
- (a) **Composante 1 : les publics.** Des groupes cibles sont définis et font l'objet d'activités adaptées à chacun d'eux.
 - (b) **Composante 2 : les produits.** Des ressources et outils de communication sont produits à l'intention des groupes cibles en vue de forger des liens durables.

5. 900 000 dollars des États-Unis est un montant indicatif utilisé par les évaluateurs lors de la conception de la nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication. La moyenne des contributions reçues de 2016 à 2019 est de 874 527 dollars des États-Unis.

- (c) **Composante 3 : les canaux.** Des canaux de communication sont établis pour diffuser ces produits.
14. La stratégie de collecte de fonds pour 2021-2023 désigne quatre catégories de contributeurs potentiels pour le FIDC : (1) les États membres de l'UNESCO, (2) les entreprises partenaires, (3) les particuliers fortunés, et (4) les fondations. Elle préconise une approche ciblée comprenant des activités ainsi que des outils et ressources de communication adaptés aux différentes catégories de donateurs potentiels, en vue de nouer des liens durables avec les contributeurs existants et de solliciter les donateurs potentiels (Annexe I).
 15. Entre 2021 et 2023, la stratégie de collecte de fonds a pour objectif de porter le niveau des contributions à 1,8 millions de dollars des États-Unis par an. Comme il est prévisible que **les contributions volontaires des Parties demeureront aux cours des trois prochaines années la première source de recettes du FIDC**, elle s'attache principalement à les mobiliser. Elle vise aussi à **diversifier la base de sources de financement du FIDC** pour l'étendre aux particuliers fortunés et aux entreprises partenaires. Selon les estimations, ces recettes resteront relativement modestes pendant la période de mise en œuvre de la stratégie (environ 11 % du montant total des contributions en 2023), mais pourraient prendre toute leur place à plus long terme (8-10 ans).
 16. La stratégie de communication complémentaire est conçue pour renforcer et appuyer la nouvelle stratégie de collecte de fonds au moyen de ressources et produits de communication adaptés. Il est proposé d'abandonner les messages génériques au profit d'une communication axée sur la collecte de fonds, insistant davantage sur les projets, les exemples d'impact, les bénéficiaires et le caractère décisif de l'engagement des donateurs. Si la teneur des messages doit varier selon les groupes ciblés, il importe que le thème dominant demeure constant et consiste à expliquer « **pourquoi la Convention de 2005 est importante et comment le FIDC contribue à ses objectifs** ». Cette constance est nécessaire pour projeter une vision cohérente de la mission du FIDC, tout en ménageant la possibilité de concevoir des messages de collecte de fonds plus personnalisés appelant clairement à l'action.
 17. La stratégie de communication préconise de s'appuyer sur les ressources et produits existants (e-updates, vidéos et témoignages de bénéficiaires, lettre de la Directrice générale de l'UNESCO appelant à consacrer au Fonds 1 % des contributions) et d'élaborer des outils stratégiques additionnels pour rendre le Fonds plus attractif aux yeux des donateurs existants et potentiels.⁶
 - (a) **Lettre d'appel à contributions** : il est proposé d'élaborer deux nouvelles versions de la lettre relative à la contribution de 1 % ciblant des groupes différents. L'une serait adressée aux donateurs réguliers et personnalisée, et l'autre – personnalisée elle aussi dans la mesure du possible – serait destinée aux contributeurs potentiels ou nouveaux et mettrait l'accent sur les liens entre culture et développement.
 - (b) **Argumentaire en faveur du soutien** : il aurait la forme d'une brochure expliquant *pourquoi* il importe de *soutenir* le FIDC. Il devrait passer en revue les activités du Fonds. On pourrait également le personnaliser ou le mettre à jour pour y inclure des informations détaillées sur des projets particuliers. Au-delà de la description de telles ou telles activités, l'argumentaire doit être centré sur l'impact du FIDC sur le terrain. Il s'agit de convaincre le lecteur et de répondre aux attentes des Parties ciblées. L'argumentaire doit dire pourquoi la Convention de 2005 est importante, ce qu'elle tente d'accomplir et comment le FIDC contribue à ses objectifs.

IV. Conclusions

18. Grâce aux activités et matériels de communication produits dans le cadre de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018, le FIDC est aujourd'hui une source de financement bien connu des acteurs du secteur culturel, en particulier les organisations de la société civile des pays en développement. Malheureusement, le manque de ressources

6. On trouvera à l'Annexe II le récapitulatif des montants correspondant à 1 % de la contribution au Programme ordinaire de l'UNESCO des Parties à la Convention au 28 février 2020.

humaines et financières dédiées n'a pas permis à cette stratégie de produire les résultats escomptés, les contributions restant à leur niveau initial (800 000 dollars des États-Unis par an) et l'apport du secteur privé et des philanthropes étant presque nul. Il est vraiment indispensable d'élargir et de consolider la base de recettes du FIDC.

19. S'appuyant sur les succès de la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2013-2018 et tirant les leçons de ses insuffisances, la stratégie de collecte de fonds et de communication pour 2021-2023 cible principalement les Parties à la Convention de 2005. Son efficacité dépendra du plein engagement des Parties, du Secrétariat et des parties prenantes à la Convention de 2005, y compris les bénéficiaires passés du FIDC. Sa mise en œuvre s'appuiera sur des outils et matériels de communication conçus pour répondre aux attentes des divers groupes intéressés par le Fonds.
20. Pour que le FIDC parvienne à favoriser l'émergence de secteurs culturels dynamiques dans les pays en développement et à induire des changements structurels, comme l'y appelle son mandat, il faut que les activités de collecte de fonds reçoivent l'adhésion de tous les acteurs concernés – le Secrétariat, les gestionnaires et les bénéficiaires des projets financés par le Fonds, les organisations non gouvernementales œuvrant dans le secteur des industries culturelles et créatives, les acteurs privés et, par-dessus tout, les Parties. La nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication pour les trois ans à venir offre au Secrétariat une occasion de mettre à profit la célébration en 2021 de l'Année internationale de l'économie créative au service du développement durable pour redoubler ses efforts visant à accroître la visibilité du FIDC de façon à relever le niveau des contributions volontaires, dans les limites des ressources humaines du Secrétariat.
21. Le Comité souhaitera peut-être adopter la décision ci-après :

PROJET DE DÉCISION 14.IGC 11

Le Comité,

1. *Ayant examiné le document DCE/21/14.IGC/11 et son Annexe, ainsi que le document DCE/21/14.IGC/INF.11,*
2. *Rappelant ses décisions 6.IGC 6, 12.IGC 5b et 12.IGC 6,*
3. *Prend note des résultats de l'évaluation externe de la stratégie de collecte de fonds et de communication du Fonds international pour la diversité culturelle (2013-2018) ;*
4. *Adopte la nouvelle stratégie de collecte de fonds et de communication (2021-2023) figurant dans le document DCE/21/14.IGC/INF.11 et prend également note des recommandations de l'évaluation externe relatives à sa mise en œuvre, concernant en particulier la nécessité de doter le Secrétariat d'au moins un responsable de la mobilisation de ressources aux fins du Fonds international pour la diversité culturelle pendant la période de mise en œuvre de la stratégie ;*
5. *Demande à la Directrice générale de lancer, en 2021, à l'adresse de toutes les Parties à la Convention de 2005, un nouvel appel à contributions adapté, dans les limites des ressources humaines du Secrétariat, à différents publics et tenant compte de la nouvelle stratégie adoptée ;*
6. *Demande en outre au Secrétariat d'inclure un état d'avancement de la mise en œuvre de la stratégie de collecte de fonds et de communication (2021-2023) dans le rapport narratif du Fonds international pour la diversité culturelle (2020-2021) qui lui sera soumis à sa quinzième ;*
7. *Demande également au Secrétariat de tenir compte des ressources nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie lors de l'établissement du budget prévisionnel du Fonds international pour la diversité culturelle pour la période 2022-2023, qui lui sera soumis à sa quinzième session.*

Annexe I : Moyens de communication proposés

Groupe cible	Outil	Canaux	But	Action pertinente	Messages clés
Les Parties n'ayant jamais fait de don	Votre 1 % compte pour la créativité	Lettre annuelle Réunions en présentiel si financièrement viable (au regard du niveau des contributions) Site Web	Convaincre les nouveaux donateurs de verser au FIDC l'équivalent de 1 % de leur contribution totale au budget de l'UNESCO	<p>Année 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'un mécanisme interne de mobilisation de ressources • Lancement d'un flux de communication du FIDC • Mise à jour de la communication en ligne • Actualisation de l'initiative « Votre 1 % » <p>Année 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poursuite du flux de communication • Mise en place d'un poste d'appui administratif /communication • Recrutement d'un groupe de promoteurs influents • Poursuite de l'initiative « Votre 1 % » • Mise à jour de la communication en ligne 	<p>« De nombreux donateurs ont choisi de verser 1 % de leur contribution totale au budget de l'UNESCO »</p> <p>« Votre 1 % nous permettra de ... »</p> <p>« Agissez avec nous pour un vrai changement ... »</p>

Groupe cible	Outil	Canaux	But	Action pertinente	Messages clés
				<p>Année 3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poursuite du flux de communication • Poursuite de l'initiative « Votre 1 % » 	
<p>Parties contribuant régulièrement au Fonds</p>	<p>1 % et plus</p>	<p>Lettre annuelle Réunions en présentiel</p>	<p>Demander aux Parties qui donnent déjà 1% d'accroître leur contribution, et aux plus gros donateurs de l'UNESCO qui ne contribuent pas au Fonds d'envisager de le faire</p>	<p>Année 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'un mécanisme interne de mobilisation de ressources • Lancement d'un flux de communication du FIDC • Mise à jour de la communication en ligne • Actualisation de l'initiative « Votre 1 % » <p>Année 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poursuite du flux de communication • Mise en place d'un poste d'appui 	<p>« Bon nombre de nos soutiens les plus précieux ont choisi de donner au-delà de la contribution minimale de 1 % qui est recommandée... »</p> <p>« Une contribution plus importante de votre part nous permettra de... »</p> <p>« Ensemble, nous sommes des acteurs clés d'un vrai changement, investissant dans la créativité ... »</p>

Groupe cible	Outil	Canaux	But	Action pertinente	Messages clés
				administratif / communication <ul style="list-style-type: none"> • Recrutement d'un groupe de promoteurs influents • Poursuite de l'initiative « Votre 1 % » • Mise à jour de la communication en ligne Année 3 : <ul style="list-style-type: none"> • Poursuite du flux de communication • Poursuite de l'initiative « Votre 1 % » 	

Annexe II
Montants équivalents à 1 % de la contribution au Programme ordinaire de l'UNESCO
des Parties à la Convention au 28 février 2020

États Parties	Montant estimé de la contribution en dollars des États-Unis
Afghanistan	236
Afrique du Sud	9 190
Albanie	262
Algérie	4 660
Allemagne	205 793
Andorre	157
Angola	262
Antigua-et-Barbuda	79
Argentine	30 921
Arménie	236
Australie	74 672
Autriche	22 883
Azerbaïdjan	1 649
Bahamas	602
Bangladesh	262
Barbade	236
Bélarus	1 649
Belgique	27 753
Belize	26
Bénin	105
Bolivie, État plurinational de	550
Bosnie-Herzégovine	419
Brésil	99 624
Bulgarie	1 545
Burkina Faso	105
Burundi	26
Cambodge	209
Cameroun	445
Canada	92 371
Chili	13 746
Chine	405 643
Chypre	1 204

États Parties	Montant estimé de la contribution en dollars des États-Unis
Colombie	9 740
Comores	26
Congo	209
Costa Rica	2 095
Côte d'Ivoire	445
Croatie	2 592
Cuba	2 697
Danemark	18 720
Djibouti	26
Dominique	26
Égypte	6 284
El Salvador	419
Émirats Arabes Unis	20 815
Équateur	2 697
Espagne	72 525
Estonie	1 309
Eswatini	79
Éthiopie	262
Finlande	14 217
France	149 580
Gabon	497
Gambie	26
Géorgie	262
Ghana	497
Grèce	12 358
Grenade	26
Guatemala	1 204
Guinée	105
Guinée équatoriale	550
Guyane	79
Haïti	105
Honduras	314
Hongrie	6 965

États Parties	Montant estimé de la contribution en dollars des États-Unis
Inde	28 172
Indonésie	18 354
Iraq	4 372
Irlande	12 541
Islande	943
Italie	111 746
Jamaïque	262
Jordanie	707
Kenya	812
Koweït	8 509
Lesotho	26
Lettonie	1 597
Lituanie	2 409
Luxembourg	2 252
Macédoine du Nord	236
Madagascar	131
Malawi	79
Mali	131
Malte	576
Maroc	1 859
Maurice	367
Mauritanie	79
Mexique	43 646
Monaco	367
Mongolie	157
Monténégro	131
Mozambique	131
Namibie	314
Nicaragua	157
Niger	79
Nigéria	8 457
Nioué	26
Norvège	25 475
Nouvelle-Zélande	9 845
Oman	3 875
Ouganda	262

États Parties	Montant estimé de la contribution en dollars des États-Unis
Ouzbékistan	1 073
Palestine	262
Panama	1 519
Paraguay	550
Pays-Bas	45 819
Pérou	5 132
Pologne	27 099
Portugal	11 834
Qatar	9 530
République arabe syrienne	367
République centrafricaine	26
République de Corée	76 610
République de Moldova	105
République démocratique du Congo	262
République démocratique populaire lao	157
République dominicaine	1 780
République-Unie de Tanzanie	262
Roumanie	6 703
Royaume-Uni de Grande Bretagne et d'Irlande du Nord	154 319
Rwanda	105
Sainte Lucie	26
Saint-Kitts-et-Nevis	26
Saint Vincent et les Grenadines	26
Samoa	26
Sénégal	236
Serbie	943
Seychelles	79

États Parties	Montant estimé de la contribution en dollars des États-Unis
Slovaquie	5 158
Slovénie	2 566
Soudan	262
Soudan du Sud	209
Suède	30 607
Suisse	38 881
Tadjikistan	131
Tchad	131
Tchéquie	10 499
Timor-Leste	79
Togo	79
Trinité-et-Tobago	1 361
Tunisie	838
Turquie	46 317
Ukraine	1 937
Uruguay	2 932
Venezuela, République bolivarienne de	24 611
Viet Nam	2 592
Zimbabwe	157
TOTAL	2 128 576