

**ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'EDUCATION, LA SCIENCE ET LA  
CULTURE**

**Conseil international de coordination du Programme sur l'Homme et la biosphère  
(MAB)**

Trente-quatrième session

Paris (Siège de l'UNESCO, salle II)

**13 – 17 juin 2022**

**POINT 15 DE L'ORDRE DU JOUR PROVISOIRE: Version actualisée des  
directives techniques pour les réserves de  
biosphère (TGBR)**

1. Suite à une consultation étendue avec ses Etats membres, l'UNESCO a récemment publié un nouvel ensemble de norms graphiques sur l'utilisation du logo UNESCO à la fois par l'UNESCO elle-même et ses programmes mais également pour les membres de son réseau. Comme c'est le cas pour les logos pour d'autres designations UNESCO, le Secrétariat promeut l'usage d'un logo générique par les réserves de biosphère nommées officiellement. Si une réserve de biosphère a son propre logo, elle peut l'utiliser en sus du logo générique de l'UNESCO. Néanmoins, les deux logos doivent être séparés et aucun élément ne doit être ajouté ou placé autour du logo de l'UNESCO. Les directives techniques pour les réserves de biosphère ont été actualisées pour refléter ces nouvelles normes graphiques. Les modifications proposées sont en annexe de ce document.
2. **Le CIC du MAB est invité à valider la version actualisée des directives techniques.**

## Annexe 1 : version actualisée des directives techniques des réserves de biosphère

### 4.4.3. Comment développer une marque pour les réserves de biosphère

#### Le « logo de la réserve de biosphère de l'UNESCO »

229. En 2007, la Conférence générale de l'UNESCO a adopté les « **Directives concernant l'utilisation du nom, de l'acronyme, de l'emblème, et des noms de domaine Internet de l'UNESCO** » ([https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000144183\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000144183_fre)).
230. Ces directives ont pour but d'assurer une utilisation cohérente du nom et du logo de l'UNESCO par toutes les entités autorisées, et de prévenir les abus tant par toute entité non autorisée que par les entités autorisées. Elles doivent également permettre d'éviter tout malentendu, par exemple lorsqu'un site/une entité est lié(e) à l'UNESCO ou à une Commission nationale pour l'UNESCO d'une manière différente de la « désignation ». Elles doivent par ailleurs éviter de donner l'impression erronée que l'UNESCO certifie la qualité des produits ou des services.
231. L'autorisation d'utiliser le nom et le logo de l'UNESCO est un privilège de la Conférence générale et du Conseil exécutif de l'Organisation, ainsi que du Directeur général. En plus du Secrétariat, et en cohérence avec l'Article IV.3 des Directives concernant l'usage du nom, de l'acronyme, du logo et des noms du domaine internet de l'UNESCO, toute Commission nationale ou tout autre instance compétente désignée en conformité avec l'Article IV.1 des Directives, a le droit d'autoriser l'usage du Logo de désignation UNESCO-MAB par les réserves de biosphères officiellement nommées dans le-dit pays. Aucune autre entité ne possède ce pouvoir d'autorisation.
232. La vente de biens ou de services portant le nom et le logo de l'UNESCO et visant principalement un but lucratif est considérée comme un « usage commercial » et doit être expressément autorisée par le Directeur général de l'UNESCO, dans le cadre d'un arrangement contractuel spécifique.
233. Les programmes de l'UNESCO tels que le programme sur l'Homme et la biosphère (MAB) ont leur emblème spécifique. L'emblème du programme MAB (les lettres « MAB » dessinées de façon spécifique) doit être utilisé avec le logo de l'UNESCO dans tous les contextes ; l'emblème du MAB ne peut être utilisé sans le logo de l'UNESCO ou vice versa, ni le logo faire l'objet d'une modification ou d'une adaptation graphique.



234. L'UNESCO a adopté en juin 2021 une nouvelle politique pour les logos de sites désignés de l'UNESCO. Le Secrétariat recommande vivement l'usage d'un logo générique pour chaque

type de designation UNESCO, comme les Réserves de biosphères, les Géoparc globaux et les Sites du Patrimoine mondial. Dans le cas des Réserves de biosphère, les réserves et les Comités nationaux du MAB sont encouragés à utiliser des logos génériques tels que montrés ci-dessous :



235. Si toutefois un Commission nationale retient nécessaire d'utiliser un logo spécifique incluant le nom de la réserve et son année de nomination, pour quelque raison que ce soit, la Commission nationale concernée peut autoriser l'usage d'un logo spécifique par cette réserve de biosphère, après consultation avec le Secrétariat de l'UNESCO. La Commission nationale elle-même créera ce logo spécifique dans lequel le nom apparaissant devra correspondre au nom complet et officiel de la réserve telle que figurant dans l'acte de nomination, suivi par le texte « Réserve de biosphère depuis XXXX (année) ». Le Secrétariat ne crée pas de logos spécifiques pour quelque réserve de biosphère ou désignation que ce soit.
236. Les réserves de biosphère peuvent utiliser leur propre logo en même temps que le logo UNESCO « réserve de biosphère ». Toutefois, les logos devront être séparés et ne pas apparaître comme un bloc logo unique (respectant ainsi la zone de protection du logo de l'UNESCO). Exemples :



Réserve de biosphère  
EXEMPLE



Réserve de biosphère  
EXEMPLE



237. Dans le cas de désignations multiples de l'UNESCO, par exemple s'il s'agit d'un site du patrimoine mondial, d'une réserve de biosphère et d'un géoparc mondial, le logo suivant peut être utilisé.



238. Pour les entités de gestion des réserves de biosphère de l'UNESCO, cela signifie qu'elles sont autorisées et encouragées à utiliser le « logo de la réserve de biosphère de l'UNESCO » de manière cohérente dans tous les contextes **non commerciaux** (sur les dépliants, panneaux, expositions, sites web, etc.). Elles sont également autorisées à utiliser le nom et le logo dans le cadre du marketing et de la publicité touristique en général, pour autant que ce marketing et cette publicité ne soient pas liés à des offres commerciales spécifiques (voyagistes, hôtels, transports, etc.). Elles ne peuvent autoriser leurs partenaires (musées, guides, municipalités, écoles, entreprises, « associations d'amis », etc.) à utiliser ce « logo de la réserve de biosphère de l'UNESCO ». Par exemple, les municipalités ou les districts qui se retrouvent au sein d'une réserve de biosphère ne sont pas autorisés à utiliser le logo de l'UNESCO sur leur papier à en-tête ou leur site web général. La désignation d'une réserve de biosphère par l'UNESCO implique de recevoir un titre, et non un nouveau nom.

### Marque et logo propres

239. En raison de cette situation juridique très restrictive relative à l'utilisation du « logo de l'UNESCO », de nombreuses réserves de biosphère ont leur propre logo de marque. Ces logos ne contiennent que le terme « Réserve de biosphère », terme qui n'est pas légalement protégé par l'UNESCO. De nombreuses réserves de biosphère ont enregistré leur « propre logo » auprès de l'office national des marques. Cette action est pleinement soutenue par l'UNESCO, tant qu'un tel logo ne contient pas l'acronyme « UNESCO ». Les réserves de biosphère sont entièrement libres d'utiliser et d'autoriser de tels logos, y compris dans des contextes commerciaux. Lorsque les réserves de biosphère ont leur propre logo, elles l'utilisent dans des contextes commerciaux, tandis qu'elles utilisent le « logo de la réserve de biosphère de l'UNESCO » dans des contextes non commerciaux (en l'apposant souvent à côté de leur « propre logo »).



Cape Winelands  
BIOSPHERE RESERVE

### Image de marque des partenaires de la réserve de biosphère et de leurs produits/services

240. Si une réserve de biosphère possède son propre logo et sa propre marque, ceux-ci peuvent être utilisés pour créer un « réseau de partenaires ». Il peut s'agir de partenaires non commerciaux (écoles, musées, etc.) et de partenaires commerciaux (voyagistes, agriculteurs, hôtels, gastronomie, guides, etc.).

— **Partner** —

Biosphärenreservat  
Spreewald



241. Habituellement, ces partenaires sont sélectionnés dans le cadre d'un processus comportant des critères de développement durable ambitieux (par exemple, agriculture biologique, conditions de travail décentes, offre d'informations spécifiques sur la réserve de biosphère, etc.) ou des critères d'amélioration. En général, les partenaires sont sélectionnés pour une période limitée dans le temps, la sélection étant comprise comme une « certification ». Les partenaires reçoivent ensuite le « logo propre » de la réserve de biosphère pour une période déterminée. Dans certains cas, ils sont autorisés par la réserve de biosphère concernée à utiliser également ce « logo propre » sur les étiquettes des produits (l'acronyme « UNESCO » peut ne jamais apparaître sur les étiquettes des produits).



242. Différentes préoccupations et différents scénarios doivent être pris en compte dans l'élaboration d'un plan d'étiquetage efficace. Ce plan doit prendre en considération l'image de marque et l'emballage, la valeur des produits promus et leur image, par exemple en utilisant la cartographie pour le marketing et l'image de marque (exemple du paquet Google Earth qui a été développé pour la réserve de biosphère du Chouf libanais et téléchargé sur son site web <http://www.shoufcedar.org/maps/index.html>). En outre, les valeurs uniques du lieu doivent transparaître lorsque l'image de marque est basée sur les termes « environnemental, social, économique ». Par ailleurs, la marque est censée être développée à partir des caractéristiques uniques d'une RB, mais d'une manière qui la préserve.