



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

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

Patrimoine mondial

36 COM

WHC-12/36.COM/INF.5A.2

Paris, 1 juin 2012

Original: anglais / français

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

CONVENTION CONCERNANT LA PROTECTION DU
PATRIMOINE MONDIAL, CULTUREL ET NATUREL

COMITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL

Trente-sixième session

Saint-Pétersbourg, Fédération de Russie
24 juin – 6 juillet 2012

Point 5 de l'ordre du jour provisoire : Rapports du Centre du patrimoine mondial et des Organisations consultatives

INF.5A.2. Rapport sur les partenariats du patrimoine mondial, envisagés et conclus, et sur l'autorisation d'utilisation de l'emblème par le Centre du patrimoine mondial

RESUME

La décision **34 COM 5A** adoptée lors de la 34^e session (Brasilia, 2010) et la décision **35 COM 5A** (UNESCO, 2011) rappellent au Centre du patrimoine mondial la nécessité d'élaborer, à chaque session du Comité du patrimoine mondial, un rapport sur les partenariats envisagés et conclus et demandent de le compléter en procédant à une évaluation de ces partenariats à partir d'outils adéquats, en particulier sur l'utilisation du logo et des contreparties reçues, afin de s'assurer du strict respect des principes et des objectifs de la *Convention*.

La décision **35 COM 5A** paragraphe 8(a) demande également au Directeur du Centre du patrimoine mondial de continuer à informer le Comité sur une base annuelle des autorisations d'utilisation de l'emblème du patrimoine mondial par le Centre du patrimoine mondial.

Ce document contient trois tableaux : 1) la liste des partenariats en cours et 2) la liste des partenariats du Centre du patrimoine mondial envisagés avec le secteur privé, et 3) le rapport sur l'utilisation de l'emblème du patrimoine mondial autorisée par le Centre du patrimoine mondial.

I. ANTECEDENTS

1. En 2009 et 2010, les informations sur les nouveaux partenariats et ceux en cours ont été présentées dans le tableau du rapport du Secrétariat. La décision **34 COM 5A** (Brasilia, 2010) a invité le Directeur du Centre du patrimoine mondial à informer le Comité des partenariats envisagés et conclus, indiquant les procédures et les modalités des accords. La décision **35 COM 5A** (UNESCO, 2011) a rappelé au Centre du patrimoine mondial la nécessité d'élaborer, à chaque session du Comité du patrimoine mondial, un rapport sur les partenariats envisagés et conclus et a demandé de le compléter en procédant à une évaluation de ces partenariats à partir d'outils adéquats, en particulier sur l'utilisation du logo et des contreparties reçues, afin de s'assurer du strict respect des principes et des objectifs de la *Convention*.
2. Suite à l'évaluation de l'initiative PACTe de 2010-2011, l'auditeur externe de l'UNESCO a recommandé de rendre disponibles de façon permanente au Comité des informations précises sur les partenariats.
3. Le tableau 1 de ce document présente un rapport sur les partenariats actuels du Centre du patrimoine mondial (à fin mai 2012), alors que le tableau 2 présente les partenariats envisagés et/ou en cours de validation interne à l'UNESCO, qu'ils soient de nouveaux accords, des extensions ou des amendements aux accords existants.
4. Tous les partenariats du Centre du patrimoine mondial avec le secteur privé sont établis en stricte conformité avec les cinq objectifs stratégiques de la *Convention du patrimoine mondial* (les 5 C) en suivant de près, dans le même temps, les procédures de consultation avec les services de l'UNESCO et les autorités respectives des Etats parties actuellement valides. La traçabilité des accords financiers est garantie dans les rapports sur les Fonds-en-dépôts ou dans les enregistrements du Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial.
5. Le tableau 1 fournit une liste des partenariats en cours à fin mai 2012 avec les Organisations non-gouvernementales, la société civile et le secteur des entreprises, développés en accord avec le cadre réglementaire de l'Initiative Partenariats pour la Conservation (PACTe) établi en 2005. Pour chaque partenariat, le tableau donne une description, les résultats financiers pour l'année 2011 (le cas échéant), un court résumé des résultats attendus, les livrables et activités les plus importants et une évaluation indicative des bénéfices pour le patrimoine mondial. Le Centre du patrimoine mondial continuera de travailler avec IOS à l'établissement d'outils formels pour l'évaluation des partenariats.
6. Le tableau 2 est une liste des nouveaux partenariats que le Centre du patrimoine mondial envisage de signer au long de l'année 2012.
7. Le tableau 3 fournit une liste d'autorisations accordées par le Centre du patrimoine mondial pour l'utilisation de l'emblème du patrimoine mondial sur la période allant d'avril 2011 à mai 2012.

II. INVENTAIRE DES PARTENARIATS DU PATRIMOINE MONDIAL EN COURS A FIN MAI 2012 (PAR ORDRE ALPHABETIQUE)

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>1. A&T Networks Inc.- HISTORY (Channel), Etats-Unis</p> <p>Production de documentaires et d'histoires audiovisuelles produites et diffusées par HISTORY.</p> <p>169 000 USD</p>	56 500 USD	Diffusion accrue des messages du PM.	<p>HC sensibilise sur le patrimoine mondial à travers 4 newsletters envoyées par email chaque année à 200 000 enseignants ; assure une visibilité en ligne ; prépare des annonces d'intérêt public pour la télévision et publiés aussi en ligne, ainsi qu'une vidéo.</p> <p>Un concours d'annonces d'intérêt public international sera organisé à l'été 2012.</p>	Dans les annonces d'intérêt public et dans les documents associés au projet.	<p>Fonds-en-dépôt signé le 18 mai 2011</p> <p>Début mai 2011</p> <p>Fin mai 2014</p>	<p>Promotion globale du PM. Les films promotionnels peuvent être visionnés sur YouTube et sur le site internet du 40e anniversaire du Centre du patrimoine mondial. Les chiffres d'audience seront disponibles à la fin 2012.</p> <p>Ce projet a amené le bureau A&T du Royaume-Uni à produire une série de nouveaux documentaires sur le PM.</p>
<p>2. EVERGREEN DIGITAL CONTENTS, Japon & DENTSU, Japon</p> <p>L'accord tripartite avec Evergreen et Dentsu a pour objectif de promouvoir l'éducation au patrimoine mondial au Japon à travers le projet UNESCO KIDS.</p> <p>Contribution annuelle de 110-150 000 USD</p>	229 980 USD (deux contributions reçues en 2011).	Meilleure prise de conscience des jeunes à la nécessité de préserver les sites du patrimoine mondial.	<p>Kit pour les écoles et création du projet i-mode par NTT DoCoMo, entreprise japonaise de télécommunication de premier plan.</p> <p>Création d'un dessin animé Patrimoinito/DocomoDake à diffuser sur internet et téléphones portables.</p>	Dans les documents associés au projet éducation (site internet, publicités sur les projets, dessins animés)	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial.</p> <p>Accord de projet prolongé chaque année.</p> <p>Début 2007</p> <p>Fin décembre 2012</p>	<p>Génère des revenus pour le programme éducation du PM, la communication et les activités de sensibilisation au PM.</p> <p>Couverture media du projet UNESCO-KIDS : une page de publi-éditorial par trimestre dans "Yomiuri Simbun" (10 millions de lecteurs) ; communiqués de presse auprès de 277 partenaires media internationaux de Dentsu (TV et radio, presse écrite et site internet) ; activités éducatives dans les écoles japonaises.</p>

¹ Strictement règlementé selon les termes de l'accord signé (en particulier chaque ressource comportant le nom, le logo et l'emblème de l'UNESCO et du PM fera l'objet de l'approbation par le PM et en cas de manque de clarté, par ERI.

² La liste complète des accords est disponible sur le site internet du Centre du patrimoine mondial : <http://whc.unesco.org/fr/accords>.

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>3. FOTONAUTS, France</p> <p>L'application « Fotopedia Heritage » créée par Fotonauts a été réalisée en aout 2010 pour constituer la plus grande application de photos des sites du patrimoine mondial pour iPhone et Ipad.</p> <p>Non financier.</p>		Sensibilisation accrue aux sites du patrimoine mondial.	Sensibilisation au patrimoine mondial avec une application gratuite pour iPhone et Ipad avec des photos de haute qualité des sites du PM, avec des brèves descriptions.	Dans l'application et site internet.	<p>Accord de partenariat signé en mai 2011.</p> <p>Début 2011</p> <p>Fin 2012</p>	<p>A partir du lancement jusque avril 2012 : 3 000 000 téléchargements ; 24 000 000 visites ; 90 000 pages internet du Centre du PM ouvertes à partir de l'application.</p> <p>Fait la promotion des publications du patrimoine mondial et de la Revue en particulier.</p> <p>Classé dans la liste des 10 premières applications d'Apple au moment du lancement.</p>
<p>4. GEDEON, France</p> <p>Production d'une série de documentaires pour sensibiliser d'avantage au patrimoine mondial.</p> <p>Non financier.</p>		Sensibilisation accrue au patrimoine mondial à travers la production de documentaires et de récits audiovisuels élaborées et diffusés par Gédéon.	En 2010, 4 films de 52', 8 de 26' et 36 de 3' ont été produits. Le réseau international de Gédéon a fait la promotion de ces documentaires.	Dans les documentaires.	<p>Accord de partenariat</p> <p>Début 2008</p> <p>Fin 2012</p>	Promotion internationale du patrimoine mondial.
<p>5. GOOGLE, Etats-Unis</p> <p>Le projet permet aux internautes de visiter une sélection des sites du patrimoine mondial via l'interface Google's Street View.</p> <p>Non financier.</p>		Sensibilisation accrue aux sites du patrimoine mondial.	<p>Les sites du patrimoine mondial peuvent être explorés par des internautes partout dans le monde, via l'interface Google's Street View.</p> <p>Les sites du patrimoine mondial sont visibles sur Google Earth et Google Maps.</p>	Sur Google's Street View .	<p>Accord de licence par ERI.</p> <p>Début 2009</p> <p>Fin décembre 2011</p>	Large diffusion des informations sur les sites du PM.

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>6. GSP OUR PLACE Ltd, Nouvelle Zélande</p> <p>Projet photographique "Our Place - The World Heritage Collection" dans lequel des prises de vue des sites du PM à travers le monde sont collectées et utilisées dans une grande sélection de publications et de productions média.</p> <p>Contribution annuelle de 20,000 USD.</p>		Base de données d'images enrichie et sensibilisation accrue aux sites du PM.	Our Place et son réseau international de photographes professionnels enrichissent une base de données d'images à des fins de promouvoir les efforts de conservation et de promouvoir le message du PM. Plus de 300 sites ont été documentés.	Sur site internet et dans expositions organisées par Our Place avec des images du PM.	Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial MoU signé en 2006. Accord de partenariat signé en 2008. Début 2008 Fin juin 2012	Soutien aux activités de communication et de sensibilisation. Enrichit la base de données d'images. Our Place offre un nombre d'images aux sites du PM documentés.
<p>7. Institut national de recherches archéologiques préventives (INRAP), France</p> <p>Expertise technique et scientifique pour la conservation en soutien aux Etats parties</p> <p>Non financier.</p>		Sensibilisation accrue aux travaux de recherche sur le PM dans le domaine de l'archéologie.	Fouilles entreprises pendant la construction des lignes du métro d'Alger.		MoU signé en 2009. Début 2009 Fin 2012	Soutien aux activités programmatiques.
<p>8. International Astronomical Union (IAU), France</p> <p>"Astronomie et patrimoine mondial"</p> <p>Expertise technique et scientifique en soutien aux Etats parties.</p> <p>Non financier.</p>		Sensibilisation accrue aux travaux de recherche sur le PM dans le domaine de l'astronomie.	Les parties travaillent ensemble pour développer l'initiative commune "Astronomie et patrimoine mondial" focalisée sur 4 domaines de coopération: recherche, éducation, promotion et partenariats. Création d'un site internet dédié en avril 2012.		MOU signé en 2008 et prolongé en 2010 Début 2008 Fin 2012	Soutient les activités programmatiques du PM en fournissant des données de recherche et en entretenant un réseau de spécialistes sur le terrain.

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>9. JAEGER-LECOULTRE (Manufacture), Suisse et The International Herald Tribune, Etats-Unis</p> <p>Partenariat "Tides of Time" et campagnes media web et presse.</p> <p>Premier accord: 400 000 euros</p> <p>Second accord: 400 000 euros</p>	133 133 EUR	<p>Développement du Programme marin du CPM, y compris soutien statutaire aux activités du CPM sur les biens marins.</p> <p>Sensibilisation accrue au PM, en particulier au programme marin.</p>	<p>Nanosite sur iht.com et nyt.com</p> <p>Huit articles par an sur les sites du PM marin dans le Herald Tribune.</p> <p>Vente aux enchères avec donation en soutien aux besoins de conservation des sites du PM marin (entre 40,000 et 50,000 euros par an)</p>	<p>Dans les publicités et annonces promotionnelles dans la presse.</p> <p>Sites internet IHT et JLC .</p>	<p>Fonds-en-dépôt signé en 2009 et renouvelé en 2011.</p> <p>Début 2009</p> <p>Fin mars 2014</p>	<p>Activités programmatiques et communication mondiale.</p> <p>Financement d'un spécialiste de programme pour coordonner le programme marin du PM, assurer et contrôler le suivi adéquat de l'état de conservation des sites marins déjà inscrits sur la Liste du PM + soutien aux Etats parties pour l'inscription des nouveaux biens.</p>
<p>10. KOBI GRAPHIS, Japon</p> <p>Production du calendrier PM de Panasonic et du calendrier PM version jeunes.</p> <p>Contribution annuelle de 50,000 USD + royalties.</p>	56 124.25 USD	<p>Sensibilisation accrue aux sites du patrimoine mondial.</p>	<p>En plus des calendriers officiels et jeunesse, Kobi Graphis a élaboré en 2011 un site internet diffusant le calendrier jeunesse.</p> <p>Une application gratuite pour Ipad a été lancée en 2012.</p> <p>Plusieurs expositions ont été organisées au Japon en 2012.</p>	<p>Sur le calendrier.</p> <p>Site internet.</p> <p>Application iPad.</p>	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial</p> <p>Accords signés en 1996, 2001, 2007 par le Centre du patrimoine mondial.</p> <p>Début 1996</p> <p>Fin 2013</p>	<p>Le calendrier internet récemment lancé a généré une large audience.</p> <p>L'application calendrier a été recommandée par Apple et a été listée dans les meilleures 10 applications les plus populaires.</p> <p>Au 11 mars 2012 on enregistre 14.951 téléchargements (400-600 par jour).</p>
<p>11. MISSA JOHNOUCHI (Torch Run Concert), Japon</p> <p>Transmettre les messages de l'UNESCO à travers la musique et les actions de l'artiste UNESCO pour la paix, Missa Johnouchi</p> <p>Donations occasionnelles</p>	1 376.41 USD	<p>Sensibilisation accrue aux PM.</p>	<p>Concerts, master classes pour les enfants, événements.</p>	<p>Sur les invitations aux concerts, posters/bannières, brochures.</p>	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial .</p> <p>Accord de partenariat signé en 2009.</p> <p>Début 2009</p> <p>Fin 2011 (prolongations en discussion)</p>	<p>Sensibilisation mondiale.</p>

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>12. MONNAIE DE PARIS, France</p> <p>Création, production et distribution des pièces avec les sites du PM.</p> <p>Royalties (5% des revenus).</p>	42 282.81 euros	<p>Sensibilisation accrue aux sites du PM à travers des collections de pièces emblématiques.</p> <p>Augmentation du réseau de collectionneurs de pièces du patrimoine mondial à l'échelle internationale.</p>	<p>Premières séries lances en 2007, 2008, 2009, 2010 et 2011: Grande Muraille de Chine ; Grand Canyon, USA ; le Kremlin, Fédération de Russie ; Taj Mahal, Inde ; Château de Versailles, France.</p>	Sur les pièces.	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial.</p> <p>Accords de licence signés en 2007, 2008, 2009, 2011</p> <p>Début 2011</p> <p>Fin mars 2012</p>	<p>Le nombre de pièces vendues a augmenté chaque année, spécialement depuis la création de la pièce de 5oz d'or.</p> <p>La série est devenue de collection, augmentant ainsi les possibilités de revenus.</p>
<p>13. NIPPON HOSO KYOKAI (NHK), Japon</p> <p>Création de séries de documentaires pour la TV japonaise sur le PM et le patrimoine immatériel avec l'objectif de créer une base de données de vidéos « Initiative pour l'archivage d'images du patrimoine ».</p> <p>Non financier.</p>		<p>Sensibilisation accrue aux PM.</p>	<p>Base de données d'images vidéo numériques haute définition du patrimoine mondial et immatériel.</p> <p>Développement de l' « Initiative pour l'archivage d'images du patrimoine ».</p> <p>Séries de 100 documentaires TV haute définition numériques sur le patrimoine mondial et immatériel.</p> <p>Les films sont disponibles en ligne sur les sites internet de l'UNESCO et du CPM.</p> <p>816 vidéos téléchargées en ligne en 5 langues.</p>	<p>Dans les documentaires et sur les brochures sur le projet.</p>	<p>MoU signé en 2003 avec ERI.</p> <p>Accord de partenariat signé en 2004 et projet d'accords en 2004 et 2005.</p> <p>Accord de partenariat et projet d'accord signé en juin 2009.</p> <p>Début 2003</p> <p>Fin 2012</p>	<p>Fournit une base de données d'images vidéo à l'UNESCO. Ces images sont payantes pour les utilisateurs et les partenaires extérieurs.</p> <p>Les vidéos et la base de données en ligne ont été financées par le gouvernement japonais. A partir de 2013, aucune source de financement n'a été identifiée pour la continuation du projet.</p> <p>Moyenne estimée du nombre de foyers au Japon : 2,658,750 (pour la première diffusion de chaque programme, source : Video Research Inc).</p>

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>14. NOKIA, Finlande</p> <p>Le projet propose des mesures de communication pour améliorer la prise de conscience sur le PM et le tourisme durable.</p> <p>Premier accord: 60 000 USD Second accord: 150 000 USD</p>	205 950 USD (2 contributions reçues en 2011)	Les principaux résultats attendus sont la sensibilisation accrue et le soutien au tourisme durable et le patrimoine mondial.	<p>Etude de faisabilité sur le mécanisme de financement innovant pour le tourisme et les technologies mobiles.</p> <p>Campagne sur le PM et le tourisme durable.</p> <p>50 applications mobiles sur le PM.</p> <p>Plateforme en ligne pour l'information, la gestion et le Transfer de connaissances.</p>	Sur application mobile.	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial.</p> <p>Lettre de contribution signée en juillet 2009 par le CPM.</p> <p>Accord de coopération en Fonds-en-dépôt signé en juin 2012 par BSP/CFS.</p> <p>Début 2009</p> <p>Fin 2015 (cette phase de partenariat se termine et des discussions sont en cours avec NOKIA pour développer une nouvelle phase du partenariat).</p>	<p>Augmentation de la communication avec les responsables des sites et procéduresde travail plus efficaces dans le réseau du PM garce à la provision des données.</p> <p>Sensibilisation accrue auprès des touristes sur le PM et le tourisme durable.</p>
<p>15. PAMP, Suisse</p> <p>Produits Artistiques Métaux Précieux (PAMP), Suisse</p> <p>Production de médailles en métal précieux et non précieux.</p> <p>Royalties (Or 0,8%. Argent 6%)</p>	7 126.40 USD	Visibilité et sensibilisation accrue au PM et à la mission de l'UNESCO pour la conservation et nouvelles ressources financières pour les activités liées PM.	Les quatre premières médailles où figurant les sites indiens du Taj Mahal ; Monuments bouddhiques de Sâncî ; les grands temples vivants Chola et la Tombe de Humayun, Delhi ont été émises 2009.	Sur les pièces.	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial.</p> <p>Accord de partenariat (signé par ERI).</p> <p>Début 2009</p> <p>Fin 2014</p>	Promotion du PM à travers le monde.

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>16. PANASONIC, Japon</p> <p>Campagne de responsabilité sociale et environnementale célébrant le patrimoine mondial.</p> <p>Panasonic soutient le développement durable à travers la conservation du patrimoine mondial et l'éducation. Ce partenariat répond à l'un des grands défis auquel nous faisons face aujourd'hui – placer la protection des ressources naturelles de la planète au cœur de l'agenda du développement durable.</p> <p>1,000,000 USD</p>	500 000 USD	<p>Meilleure connaissance de la préservation des sites du patrimoine mondial.</p> <p>Mobilisation renforcée des jeunes sur les problématiques du patrimoine mondial et de l'environnement.</p>	<p>Publicités dans les journaux et TV mettant l'emphase sur la protection de l'environnement.</p> <p>Le programme de télévision sur le PM de National Geographic, 60 min x 24 fois, de juin 2011 à mars 2013. Création de 9 nouveaux films.</p> <p>Programme mondial "eco éducatif" pour la jeunesse sur les sites du PM.</p> <p>Soutien au programme de volontariat du PM à l'aide de formations sur les techniques media.</p> <p>Contribution aux célébrations du 40e anniversaire, notamment à l'initiative ponctuelle pour les meilleures pratiques.</p>	<p>Presse et spots TV, Special National Geographic Heritage</p> <p>Matériel utilisé sur les sites du PM dans le cadre du programme « éco éducatif ».</p> <p>Les centres d'exposition PM de Panasonic.</p>	<p>Accord de Fonds-en-dépôt signé par le CPM</p> <p>Début mai 2011</p> <p>Fin mai 2013</p>	<p>Couverture media importante suite au programme « éco éducatif ». Sensibilisation accrue sur la préservation auprès des enfants et une large audience mondiale. Interface avec le « Patrimoine mondial aux mains des jeunes » et le programme de volontariat et une nouvelle source de revenus pour le programme d'éducation du PM.</p> <p>Revenus importants pour les activités de communication, en particulier le 40e anniversaire, ainsi que pour le site internet du patrimoine mondial.</p> <p>Le site internet de PANASONIC fait la promotion du site web du PM et des publications du PM, en particulier la Revue.</p>
<p>17. Research Centre for Islamic History, Art and Culture (IRCICA).</p> <p>Collaboration pour l'établissement d'un programme d'action préliminaire appelé "Conservation du patrimoine mondial dans le monde islamique".</p> <p>Non financier.</p>		<p>Meilleure connaissance des travaux de recherche sur le PM.</p>	<p>Coopération à travers les institutions appropriées et les départements de l'UNESCO et l'IRCICA dans les domaines et les questions relatives à la sauvegarde du patrimoine culturel sous toutes ses formes, politiques culturelles, coopération internationale, recherche académique, matériel imprimé et audiovisuel et formations qui sont dans le champ d'action du mandat et des activités des deux organisations.</p>		<p>Accord de coopération signé en 2009 par le CPM.</p> <p>Début 2009</p> <p>Fin: à définir.</p>	<p>Partage de connaissances à l'échelle régionale.</p>

Description des partenariats et contribution financière convenue (le cas échéant)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>18. (THE) SMITHSONIAN INSTITUTION, Etats-Unis</p> <p>Création d'une exposition virtuelle pour célébrer le 40e anniversaire de la Convention.</p> <p>Non financier.</p>		Visibilité accrue du 40e anniversaire de la Convention et de son thème principal (Patrimoine mondial et développement durable : le rôle des communautés locales).	Site internet et application mobile illustrant 10 sites du PM et le rôle des communautés locales pour le développement durable.	Sur site internet et application.	MoU signé avec CLT en 2010. Accord de coopération signé avec le CPM en avril 2012.	A travers le partenariat entre le CPM et The Smithsonian Institution, promotion mondiale du 40e anniversaire et des études de cas sur les sites du PM en relation avec l'engagement des communautés locales et le développement durable.
<p>19. SUDWESTRUNDFUNK (SWR), Allemagne</p> <p>Série de films sur le PM intitulées « Trésors du Monde – Patrimoine de l'humanité » et diffusion hebdomadaire sur « 3 sat », « Phoenix » et « SWR Fernsehen »</p> <p>Première contribution de 39,000 Deutschmarks et 3,000 DM par site du PM filmés jusqu'en 2007.</p> <p>Ensuite contribution annuelle de 50 000 USD.</p>	99 950 USD (2 contributions reçues en 2011)	Meilleure visibilité du patrimoine mondial parmi les germanophones et à travers les ventes de DVD avec "De Agostini".	500 films ont été produits à cette date. La série des films est distribuée dans toutes les régions du monde au nom de SWR par Telepool (Allemagne) et est diffusée à la TV et vendue sur DVD. En 2012 SWR diffusera un programme de 24h dédié au 40e anniversaire.	Sur les vidéos et les couvertures des DVD.	Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial. Accord signé en 1995. Accords signés en 2007 et 2011. Début 1995 Fin décembre 2011	Communication globale. 2,400,000 téléspectateurs estimés par mois (moyenne pour 2012) sur "3 Sat" (Chaîne culturelle pour l'Allemagne, la Suisse et l'Autriche), "Phoenix" (Chaîne de documentaires pour l'Allemagne), "SWR Fernsehen" (Chaîne régionale pour ARD) et site internet de SWR.
<p>20. TOKYO BROADCASTING SYSTEM (TBS), Japon</p> <p>Production d'une série de 30 films sur le PM intitulée "Le patrimoine mondial" diffusé chaque semaine par TBS.</p> <p>Une contribution annuelle de 60 000 USD a été prévue lors du premier accord. Nouvel accord depuis 2006 : 40 000 USD par an.</p>	40,000 USD	Visibilité accrue sur les sites du PM.	Au début de l'année 2012, près de 600 films ont été produits. En 2012, à l'occasion du 40e anniversaire, 50 épisodes de 3 minutes ont été produits à partir des archives de TBS et offerts au CPM. Ces films courts sont aussi diffusés sur une TV internet.	Sur les documentaires et les brochures concernant le projet.	Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial. Accord avec FNUAJ en 1996. Accord avec le CPM depuis 2006 prolongé chaque année. Début : 1996 Fin : 2012	Communication globale. Chiffre total d'audience par mois : 20 millions (moyenne estimée pour 2012).

Description des partenariats et contribution financière convenue (si existante)	Montants reçus en 2011	Résultats attendus	Principaux résultats/livrables	Utilisation du logo ¹	Accords signés ²	Evaluation des bénéfices
<p>21. TRIP ADVISOR, Etats-Unis</p> <p>UNESCO et TripAdvisor coopèrent pour sensibiliser le public et collecter des informations auprès des utilisateurs sur les sites du PM.</p> <p>Royalties (10%) liées aux contrats les sponsors et au nombre de nouveaux membres enregistrés sur le site internet.</p>	139 579.50 USD	Visibilité renforcé, données et information sur le PM, le tourisme durable, l'état des sites et l'expérience des visiteurs sur les biens du PM.	TripAdvisor apporte une contribution financière au PM à travers une campagne de sensibilisation.	Sur le site internet Tripadvisor.	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial.</p> <p>Lettre de contribution signée en 2009.</p> <p>Accord de Fonds-en dépôt signé en 2010 par BSP/CFS, prolongé en 2012.</p> <p>Début 2010</p> <p>Fin février 2013</p>	<p>Communication et sensibilisation à travers le monde.</p> <p>Apporte une expérience de qualité et permet de partager les impressions des visiteurs sur leur visite des sites du PM avec les autorités des site.</p>
<p>22. WORLD SKY RACE, Etats-Unis</p> <p>Evènement sportif international utilisant des dirigeables plus-léger-que-l'air, accompagnant une campagne mondiale de sensibilisation au PM.</p> <p>100,000 USD</p>		Visibilité renforcée des sites du patrimoine mondial.	Organisation d'une course de dirigeables.	Sur les lettres utilisées par WSR pour communiquer avec les organisations internationales, les financeurs potentiels, les supporters, les participants.	<p>Compte spécial du Fonds du patrimoine mondial</p> <p>Accord de partenariat signé en 2010 prolongé en janvier 2012.</p> <p>Début 2010</p> <p>Fin septembre 2012</p>	Actuellement le projet de la course n'a pas attiré suffisamment de sponsors.

III. INVENTAIRE DES PARTENARIATS ENVISAGES A FIN MAI 2012

Description du partenariat et budget	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo
<p>Chez Bonne Idée, France (Agence de communication)</p> <p>Organisation d'un jeu (internet et presse) pour le grand public sur les villes du PM avec un quiz d'histoire sur les sites.</p> <p>30% des recettes (à destination principalement de l'International Assistance Internationale)</p>	Sensibilisation accrue sur le PM et le 40e anniversaire.	<p>Pages spéciales dans le journal français "Le Monde" et dans d'autres publications du "Groupe Le Monde".</p> <p>Site internet dédié.</p> <p>20 000 joueurs et 50 000 visites attendues.</p>	<p>Dans les publications du "Groupe Le Monde" liées au partenariat.</p> <p>Site internet du jeu.</p>
<p>Centre de formation de la société chinoise de l'éducation (CSETC), Chine</p> <p>ONG</p> <p>Non financier.</p>	Renforcement du programme d'éducation.	<p>Adaptation chinoise du DVD Patrimoine Mondial dans la main des Jeunes. Films animés avec Patrimonito.</p> <p>Renforcement du programme de volontariat du PM.</p>	Programme, brochure.
<p>GOOGLE INC., Etats-Unis</p> <p>Projet « World of wonders » pour développer l'information digitale sur les sites du PM.</p> <p>Non financier.</p>	Visibilité accrue du PM.	Données numériques disponibles sur le site internet de Google, y compris Street View.	Sur le site internet.
<p>National Geographic/Intercontinental</p> <p>Le projet créera une plateforme de communication pour sensibiliser sur l'importance du tourisme durable ainsi que la conservation et la préservation des sites du PM à travers le monde.</p> <p>Des revenus financiers sont attendus.</p>	Sensibilisation sur le PM et le développement durable.	<p>Le matériel de communication sur le programme atteindra 5 000 000 de personnes (estimation).</p> <p>Message sur le PM sur le bandeau du « Traveler » magazine (août/septembre)</p> <p>Une page de publi-éditorial dans « Traveler » magazine.</p> <p>Exposition sur le PM à l'aéroport de Chicago « O'Hare ».</p> <p>Affiches et cartes dans le réseau des hôtels « Intercontinental ».</p>	Sur le bandeau du magazine, dans les expositions et autres supports à déterminer.

Description du partenariat et budget	Résultats attendus	Principales activités/livrables	Utilisation du logo
<p>MONNAIE DE PARIS, France</p> <p>Design, production et distribution des pièces avec les sites du PM.</p> <p>Royalties (5% des revenus)</p>	<p>Sensibilisation au Patrimoine Mondial à travers une collection de pièces emblématiques.</p> <p>Renforcement du réseau mondial des collectionneurs de pièces avec l'emblème du PM.</p>	<p>Une nouvelle pièce avec le site d'Abu Simbel (Egypte).</p>	<p>Sur la pièce.</p>
<p>Sudwestrundfunk (SWR), Allemagne</p> <p>Série de films sur le PM en 35mm appelé "Treasures of the World – Heritage of Mankind" et transmise chaque semaine sur "3 Sat", "Phoenix" et "SWR Fernsehen".</p> <p>Contribution annuelle de 10 000 USD + 1 500 USD par film produit.</p>	<p>Sensibilisation sur le PM et diffusion de documentaires.</p>	<p>5 nouveaux films en 2012 et un programme de 24 heures.</p>	<p>Dans les films et le site internet.</p>

IV. RAPPORT SUR L'AUTORISATION D'UTILISATION DE L'EMBLEME DU PATRIMOINE MONDIAL PAR LE CENTRE DU PATRIMOINE MONDIAL (AVRIL 2011 - MAI 2012, PAR ORDRE ALPHABETIQUE)

En 2012, le Centre du patrimoine mondial a reçu en moyenne 3 à 4 demandes d'emblème par semaine, soit plus de 200.

Selon la nature des demandes, celles-ci sont gérées directement par le Centre du patrimoine mondial, ou dirigées vers l'organe compétent (Secteur des relations extérieures et de l'information du public (ERI), commissions nationales, autres secteurs de l'UNESCO ou autres).

Les demandes traitées directement par le Centre du patrimoine mondial sont les suivantes :

- Demandes émanant des commissions nationales, d'institutions, de programmes ou autres concernant l'appui du Centre du patrimoine mondial pour une activité ou des éléments de documentation ou d'information (voir tableau ci-dessous) ;
- Demandes émanant de sites du patrimoine mondial afin de pouvoir disposer de leur emblème spécifique du patrimoine mondial et de l'apposer sur leur documentation et/ou lors de manifestations particulières. Entre avril 2011 et mai 2012, le Centre du patrimoine mondial a répondu à 59 demandes de création d'emblèmes spécifiques et 21 demandes de validation de matériel où un logo du patrimoine mondial figurait.

Ne figurent pas dans ce tableau :

- Les demandes concernant l'emblème spécifique de sites précis (mentionnées ci-dessus) ;
- Les demandes relatives à l'emblème spécifique du 40e anniversaire de la Convention du patrimoine mondial ;
- Les demandes d'utilisation des emblèmes de l'UNESCO et/ou du patrimoine mondial dans le cadre d'accords contractuels ou de partenariats, ce type d'utilisation figurant dans ce même document ;
- Les demandes d'emblèmes du patrimoine émanant de bureaux hors-Siège ou d'autres secteurs de programme pour des activités liées au patrimoine mondial ;
- Les demandes refusées pour non-conformité (38 demandes dont 6 émanant de particuliers) ;
- Les demandes d'utilisation de l'emblème accordées directement par les commissions nationales ou les points focaux nationaux pour l'emblème du patrimoine mondial.

Toutes les demandes acceptées et mentionnées dans le présent rapport ont requis l'accord préalable des autorités des pays concernés.

Pays	Partie requérante	Date de réception	Description	Logo utilisé	Commentaires
1. Algérie	Ministère de la Culture	26/09/2011	Exposition sur l'architecture de terre	Logo UNESCO / Emblème du PM	
2. Australie	Department of Sustainability, Environment, Water, Population and Communities	15/01/2012	Projet de carte de biens du patrimoine mondial australien	Logo UNESCO / Emblème du PM demandé	Logo UNESCO / Emblème du PM + « en Australie » accordé
3. Australie	Department of Sustainability, Environment, Water, Population and Communities,	05/12/2011	Publications sur la Tasmanie	Logo UNESCO / Emblème du PM	
4. Bulgarie	Ministère de la culture	21/03/2012	Exposition en plein air et un programme culturel	Logo UNESCO / Emblème du PM + « en Bulgarie »	Activité dans le cadre du 40e anniversaire + Logo 40e anniversaire
5. Canada	Éditions Chenelière Éducation	06/12/2011	Livre scolaire intitulé "Panache" + un manuel destiné aux enseignants	Logo UNESCO / Emblème du PM	
6. Colombie	Sociedad de Mejoras Públicas de Marsella	20/04/2012	Réunion d'étude sur le Paysage culturel du café de Colombie pour les maires, professeurs, et autres personnes concernées organisée par les universités voisines	Logo UNESCO / Emblème du PM	En attente de + d'info du Ministère de la Culture colombien pour accorder logo du site
7. Emirats Arabes Unis	Abu Dhabi Tourism and Culture Authority	27/02/2012	Réunion d'experts du patrimoine mondial sur l'intégrité du patrimoine culturel (posters, signalétique, bannières imprimées et sur site internet, flyers, etc)	Logo UNESCO + Emblème PM «en coopération avec »	

Pays	Partie requérante	Date de réception	Description	Logo utilisé	Commentaires
8. Espagne	Bienal AR&PA, Castilla y Leon,	20/05/2011	Edition 2012 de la Biennale AR&PA (restauration et gestion du patrimoine) sur l'innovation dans le patrimoine	Patronage UNESCO/PM	
9. Espagne	Ministère de la Culture	23/09/2011	Réunion avec les Maires et responsables directs du Patrimoine Mondial », organisée par le Ministère de la Culture	Logo UNESCO / Emblème du PM (avec le soutien de)	
10. Etats-Unis d'Amérique	National Park Service	29/03/2012	Livret sur le 40e anniversaire de la Convention du patrimoine mondial, destiné à la vente dans les magasins de National Parks présents sur les sites du patrimoine mondial américain	Emblème du PM	Activité initiée dans le cadre du 40 ^e anniversaire
11. Etats-Unis d'Amérique	National Park Service	01/02/2012	Vidéo sur le patrimoine mondial	Emblème du PM	
12. France	Festival Philosophia	08/03/2012	Festival international de philosophie	Patronage UNESCO	+ Logo 40e anniversaire
13. France	Forum International du tourisme culturel - IFTM	16/08/2011	Supports de communication pour le Forum International du Tourisme Culturel du Salon du Tourisme IFTM Top Résa	Logo UNESCO / Emblème du PM	
14. Kiribati	Autorité de Conservation	02/05/2012	Série de timbres pour commémorer le 40e anniversaire de la Convention	Emblème du PM seul	

Pays	Partie requérante	Date de réception	Description	Logo utilisé	Commentaires
15. Pays-Bas	Gouvernement	25/10/2011	Illustration du patrimoine mondial en général dans un rapport	Logo UNESCO / Emblème du PM + « au Pays-Bas »	
16. Roumanie	Ministère de la Culture et du patrimoine national	19/03/2012	Atelier de renforcement des capacités des gestionnaires	Logo UNESCO / Emblème du PM « en coopération avec »	
17. Royaume Uni	Highways Agency	09/08/2011	Symbole du patrimoine mondial sur les panneaux indicateurs routiers	Emblème du PM seul	
18. San Marin	Ministère de la Culture	09/03/2012	Série de timbres pour commémorer le 40e anniversaire de la Convention	Emblème du PM seul	+ Logo 40e anniversaire
19. Suisse	Gouvernement	28/07/2011	Logo pour une réunion d'experts sur le tourisme co-organisée par la Suisse et le CPM	Logo UNESCO / Emblème du PM	
20. NA	G77 et Chine	21/10/2011	Exposition itinérante de photos du PM	Logo UNESCO / Emblème du PM	40e anniversaire
21. NA	Go4BioDiv,	26/04/2012	Publication « Our treasures at Risk » soutenue par le Ministère allemand BMZ	Logo UNESCO / Emblème du PM (en coopération avec)	
22. ONG	Earthwatch	19/12/2011	Guide à l'usage des experts	Logo UNESCO+ Emblème du PM + « en partenariat avec »	