



منظمة الأغذية  
والزراعة  
للأمم المتحدة

联合国  
粮食及  
农业组织

Food  
and  
Agriculture  
Organization  
of  
the  
United  
Nations

Organisation  
des  
Nations  
Unies  
pour  
l'alimentation  
et  
l'agriculture

Продовольственная и  
сельскохозяйственная  
организация  
Объединенных  
Наций

Organización  
de las  
Naciones  
Unidas  
para la  
Agricultura  
y la  
Alimentación

## لجنة البرنامج

الدورة الثانية بعد المائة

روما، 27-31 يوليو/تموز 2009

تقرير مرحلي عن تقييم برنامج تليفود

### سياق التقييم ومتابعته

1- نظرت لجنة البرنامج في دورتها السابعة والتسعين (مايو/أيار 2007)<sup>1</sup> في الاستجابة المستفيضة للإدارة بشأن تقييم برنامج تليفود، الذي كانت اللجنة قد استعرضته في دورتها السادسة والتسعين (سبتمبر/أيلول 2006)<sup>2</sup>. وتتضمن هذه الوثيقة معلومات عن متابعة تنفيذ التوصيات منذ اجتماع مايو/أيار 2007.

2- وفي نفس الوقت، ومع المراعاة الواجبة للنقاط المحددة التي أبرزتها لجنة البرنامج في استعراضها للاستجابة المستفيضة للإدارة بشأن تقييم برنامج تليفود، طبقت المنظمة عدداً من النهج التي سعت إلى معالجة بعض ما صدر من توصيات بموازاة الاعتماد على نقاط القوة في أنشطة المنظمة في مجالات استقطاب التأييد وإثارة الوعي والوصول إلى المستفيدين. وبموازاة استمرار استعراض سياسات القطاع الخاص، إلا أنه ما زالت هناك بعض المسائل العالقة إلى أن تنتهي الوحدة من هذا العمل.

3- وكما ورد في استجابة إدارة المنظمة، فقد أطلق برنامج تليفود بهدف أساسي، وهو زيادة الوعي العام بقضية الجوع والأمن الغذائي وحشد الدعم من الجمهور العام والقطاع الخاص في معرض الكفاح ضد الجوع وسوء التغذية في العالم. وتظل هذه هي الأهداف الرئيسية للبرنامج. ولذا فإن تأثير برنامج تليفود من حيث الاتصالات لابد وأن يكون أول شيء يحظى بالاهتمام. فجمع الأموال نشاط فرعي لازم لأنشطة التوعية السابق ذكرها. ويتضح ذلك من نموذجي

<sup>1</sup> الوثيقة PC 97/4 c)

<sup>2</sup> الوثيقتان PC 96/4 a) و PC 96/4 a) Sup.1

إسبانيا ومصر التي اتخذت الحملة فيهما أبعادها الكاملة وحقت نجاحاً بالفعل. وتتكفل المنظمة باستخدام الأموال بصورة فعالة وبكفاءة لمصلحة من يعانون من انعدام الأمن الغذائي عن طريق مشاريع تولد دخلاً بسيطاً.

4- ويسر المنظمة أن تتقدم بما يلي لعلم لجنة البرنامج آخر المعلومات عن تنفيذ التوصيات:

**التوصية 1:** يتعين على المنظمة أن توضح الأولوية التي تعلقها على: (أ) جمع الأموال من الجمهور والشركات الصغيرة؛ (ب) زيادة الوعي عن طريق تنظيم الاحتفالات. وفي حالة تطبيق الإجراءات المقترحة فيما يلي، يتعين إدخال تغيير على قرار المؤتمر 97/3.

**التوصية 3:** ينبغي توسيع نطاق عملية الدعوة وجمع الأموال لتشمل تشكيلة من الأنشطة الإنمائية وأنشطة مواجهة الطوارئ التي تقوم بها المنظمة أوسع مما تشمله مشروعات تليفود. وهذا يساعد في عملية جمع الأموال وزيادة الوعي.

**التوصية 8:** ينبغي تحديد الإستراتيجية العامة المتكاملة التي تطبقها المنظمة في الاتصالات وجمع الأموال بمزيد من الوضوح، حتى يمكن التصدي للقضايا المؤسسية لتليفود.

5- لعلنا نتذكر أن يوم الأغذية العالمي، وبرنامج سفراء المنظمة، وحملة برنامج تليفود قد نقلت جميعها إلى شعبة الاتصال اعتباراً من الفترة المالية الجارية بموجب قرار المؤتمر 2005/6، كما أدمجت أنشطة الدعوة والوصول إلى المستفيدين بعد أن تم تبسيطها في فرع يوم الأغذية العالمي والمبادرات الخاصة. وتعتقد المنظمة أن هذا الشكل التنظيمي كان خطوة واضحة نحو استراتيجية متكاملة ومتناسكة للاتصالات، مكّنت المنظمة من الاستفادة الكاملة من فرص الوصول إلى المستفيدين دعماً لمهمتها الرئيسية في مجال الاتصالات والدعوة. كما وضعت استراتيجية وسياسات جديدة للاتصالات في المنظمة مع مراعاة الاهتمامات المختلفة التي ظهرت أثناء متابعة خطة العمل الفورية، بما في ذلك مسألة الدعوة وإثارة الوعي كجزء من الوظائف الأساسية للمنظمة.

6- ترى المنظمة بأنه من الضروري أن يكون لها اسهام في زيادة توعية بعض المجموعات المستهدفة بقضايا الجوع والقضايا المتصلة بالأغذية. ومن بين الأنشطة المحددة هنا: (1) استخدام الاحتفالات الموسيقية لتليفود وغيرها من المناسبات الخاصة في توجيه رسائل هامة إلى جماهير جديدة، (2) وضع استراتيجية خاصة لاستخدام الرياضة من أجل التنمية في إثارة الوعي بقضايا الجوع. وتؤثر أنشطة استقطاب التأييد على المستوى القطري، مع مراعاة إمكانيات جمع الأموال، تأثيراً مباشراً على نوع الحملات التي يمكن للمنظمة القيام بها على المستوى القطري. وسوف تواصل المنظمة سعيها لإيجاد فرص للقيام بأنشطة للتوعية وجمع الأموال بالتشارك مع هيئات قطرية، بحسب الظروف.

7- ففي عامي 2007 و 2008 على سبيل المثال، تبين أن هناك فرصاً محددة للقيام بأنشطة لاستقطاب التأييد في العالم العربي، تأسيساً على تجارب معينة ارتبطت بالاستعدادات ليوم الأغذية العالمي. وفي هذا السياق، وبعيداً عن

الأنشطة التقليدية ليوم الأغذية العالمي، تم تنظيم حفل ساهر كبير في مصر بين يوم الأغذية العالمي وبرنامج تليفود، حضره نحو 700 من المسؤولين في الحكومة، وصناع القرار، ورجال السلك الدبلوماسي ورجال الأعمال والمشاهير برعاية سيدة مصر الأولى التي تدعم رسالة المنظمة دعماً قوياً. وقد تم جمع 160 000 دولار أمريكي في هذا الحفل الساهر لمشروعات تليفود في مصر لعامي 2007 و 2008.

8- تعطي المنظمة الأولوية دائماً في اجتماعات تليفود لأنشطة إثارة الوعي في كل الحملات الرئيسية التي تقوم بها، وأن جمع الأموال ليس إلا نتاجاً ثانوياً لأنشطتها في مجال إثارة الوعي. فحملات إثارة الوعي تكون مصحوبة عادة باستراتيجية لهذه الحملات تحتوي على رسالة (أو رسائل) ومخرجات واضحة يمكن استخدامها في إصدار مواد إعلامية مطبوعة وإلكترونية ومسموعة - مرئية. وكان للتأزر الذي ظهر بين يوم الأغذية العالمي وبرنامج تليفود وبرنامج سفراء المنظمة تأثير متسق وإيجابي على أحداث إثارة الوعي، سواء من حيث الكفاءة أو الفعالية، فيوم الأغذية العالمي يوفر إطاراً لبدء أنشطة برنامج تليفود وغيرها من الأنشطة مع تغطية إعلامية لهذه الأحداث.

9- وتتزايد الآن أنشطة برنامج تليفود لجمع الأموال عن طريق الهيئات من الجماهير أثناء الأحداث أو الحملات الخاصة التي ينظمها البرنامج. وقد تلقت المنظمة على سبيل المثال من إسبانيا في الأعوام القليلة الماضية مبلغاً وصل إلى 325 345 يورو عن طريق الرسائل القصيرة SMS في الفترة من عام 2005 إلى 2007، بينما قفز المبلغ قفزة كبيرة في عام 2008 وحده ليصل إلى 630 156 يورو.

10- مع إدماج الحملات الرئيسية للمنظمة للوصول إلى المستفيدين في فرع يوم الأغذية العالمي والمبادرات الخاصة، ساعدت استراتيجية إثارة الوعي في زيادة الأموال التي يتم جمعها لبرنامج تليفود في السنوات الأخيرة، فقد كانت الأموال التي تم جمعها للبرنامج في عام 2007 هي 2.5 مليون دولار أمريكي، بينما زادت في عام 2008 إلى 3.4 مليون دولار أمريكي. ويرجع الفضل في ذلك إلى إدماج يوم الأغذية العالمي وتليفود وبرنامج سفراء المنظمة، وهو ما أتاح الفرصة أمام الجماهير لكي تكون أكثر إحساساً بقضايا الجوع في العالم وأن تشارك في البحث عن حلول تساعد الجوعى والمحتاجين بصورة مباشرة. وأحد هذه الحلول هو برنامج تليفود. وفي هذا الصدد، فإن نسبة الأموال التي تم جمعها إلى المصروفات التي أنفقت تبين تحسناً في هذه النسبة منذ القيام بعملية التقييم.

11- وقد شرع فرع يوم الأغذية العالمي والمبادرات الخاصة في وضع شراكات استراتيجية طويلة الأجل مع عدد من المنظمات المختارة التي تستطيع أن تحقق للمنظمة مكانة رفيعة باستثمارات ضئيلة من جانب المنظمة. وكمثال، ففي عام 2007 لعب فريق كرة القدم الإسباني مباراة يوم 16 أكتوبر/تشرين الأول شارك فيها Raúl Gonzalez سفير النوايا الحسنة لدى المنظمة، وتم فيها جمع موارد لبرنامج تليفود. وحدث شيء مماثل في إيطاليا بمساندة من روبرتو باجيو سفير النوايا الحسنة لدى المنظمة، لإثارة الوعي، وهو الحدث الذي شارك فيه 20 فريقاً لكرة القدم. وقد مهد هذان الحدثان لوضع شراكة استراتيجية مع اتحاد رابطة كرة القدم للمحترفين الأوروبيين، حيث تم التوقيع في عام 2008 على اتفاقية للتعاون، جرى تنفيذها بالشروع في حملة تضامن مع "كرة القدم للمحترفين لمكافحة الجوع" عشية

يوم الأغذية العالمي في عام 2008. كما تم في عام 2008 التوقيع على اتفاقيتين مماثلتين مع الاتحاد الأفريقي لكرة القدم ومع اتحاد أمريكا الجنوبية لكرة القدم. وسعيًا وراء توسيع مشاركة كرة القدم للمحترفين في حملات التضامن لمكافحة الجوع، تجري الآن مفاوضات مع اتحادات كرة القدم في آسيا وأوسيانيا.

12- وفيما يتعلق بالتوصية بإنشاء صندوق عالمي في المنظمة لجمع الأموال وإثارة الوعي، أجرى مكتب الشؤون القانونية دراسة لجدوى هذا الاقتراح. ولكن، نظراً لتعقيد الجوانب القانونية والتنظيمية والإدارية لهذه المسألة، وبما أن هذا النوع من الالية موجود في وكالات أخرى تابعة للأمم المتحدة، فقد اعتُبر من غير المناسب مواصلة النظر في هذا الاقتراح.

*التوصية 2: جمع الأموال وزيادة الوعي: (أ) ينبغي توحيد الجهود التي تُبذل في البلدان المتقدمة وذات الدخل المتوسط بقدر الإمكان، في إيطاليا، واليابان وإسبانيا وبلدين أو ثلاثة بلدان أخرى يتم تحديدها لتركيز الجهود فيها؛ (ب) ينبغي دمج أنشطة تليفود في البلدان النامية مع يوم الأغذية العالمي، مع إسناد المسؤولية الرئيسية عن تشجيعها ودعمها إلى ممثلي المنظمة القطريين الذين ينبغي تزويدهم بموارد محدودة من قبيل أدوات التعامل مع الإنترنت وكتيبات توضح الممارسات الجيدة. وينبغي تنشيط عملية جمع الأموال التي تقوم بها ممثلات المنظمة والبلدان النامية بإلغاء قاعدة الحد الأقصى التي تسمح فقط بأن يكون الإنفاق من الأموال التي جُمعت في البلد بما لا يتجاوز 50 000 دولار أمريكي والسماح بالاحتفاظ بجميع الأموال التي تقل عن حد أقصى معين (ليكن 200 000 دولار أمريكي) في البلد المعني.*

*التوصية 7: يمكن للمنظمة توحيد عملية جمع الأموال وزيادة الوعي في البلدان الحالية وتوسيعها لتشمل عددا قليلا من البلدان الأخرى مع مراعاة العوامل السابقة بدقة. وكما حدث في أسبانيا، ينبغي النظر في تحديد نقطة اتصال مقيمة وملتزمة في كل بلد من البلدان الجديدة، للشروع في العمل إلى أن يتم التوصل إلى ترتيبات مؤسسية تتسم بمزيد من القوة، مثل إقامة جمعية وطنية ملتزمة.*

13- تركزت الجهود المبذولة على أسبانيا، وأسفرت عن نتائج ممتازة سواء في جمع الأموال أو في إثارة الوعي. ففي عام 2008، شهد الحدث الرئيسي في الاحتفال بيوم الأغذية العالمي حضور جلالة ملكة أسبانيا بالإضافة إلى مشاركة فريق كرة القدم الإسباني وانهقاد مهرجان تليفود، وهو الاحتفال الذي حقق أكبر مبلغ منذ بدء أحداث جمع الأموال منذ عشر سنوات. وقد قامت بعض البلدان الأخرى مثل إيطاليا واليابان بأنشطة في مجال إثارة الوعي، ولكنها لم تحقق نجاحاً مماثلاً كذلك الذي حققته إسبانيا ومصر في مجال جمع الأموال.

14- وتمثل مصر وباراغواي نموذجين لبلدين ناميين من البلدان المتوسطة الدخل أسفرا اندماج أنشطتهما في أنشطة يوم الأغذية العالمي وبرنامج تليفود على المستوى القطري عن مناسبات جيدة لجمع الأموال وعن حصيلة مرتفعة من الموارد التي وضعت تحت تصرف برنامج تليفود. وتم تشجيع هذين البلدين وغيرهما من البلدان النامية على تنظيم

مناسبات ليوم الأغذية العالمي/برنامج تليفود لإثارة الوعي وجمع الأموال، حيث إن الأموال التي تجمع على المستوى القطري، يمكن أن تستخدم في تمويل مشروعات قطرية لبرنامج تليفود.

15- وتبذل جهود الآن لإنشاء مكتب إعلامي للمنظمة في العاصمة البرتغالية لشبونة، يكون هدفه الرئيسي هو نشر المعلومات والمعرفة وتقاسمها بين البلدان الناطقة بالبرتغالية، من أجل دعم وتعزيز جهودها الجماعية والتعاون الفني فيما بينها لمكافحة الجوع والفقر، وتعريف الرأي العام فيها وتوعيته بقضية الجوع وما تفعله المنظمة بشأنها. ونظراً لأن فريق كرة القدم البرتغالي بذل نشاطاً كبيراً في حملة تضامن كرة القدم لمكافحة الجوع، فإن بإمكان أي جهود جديدة أن تتيح فرصاً لإثارة الوعي وجمع الأموال.

**التوصية 4:** ينبغي أن تكون الرسائل المطلوب توصيلها إلى الجمهور من خلال الاحتفالات مباشرة وشديدة البساطة مع تجنب إظهار المنظمة في صورة منظمة تقنية يقتصر دورها إلى حد ما على تشخيص المشاكل. وينبغي أن تعتمد الرسائل على أكبر عدد ممكن من الأمثلة التي توضح نشاط المنظمة، بما في ذلك نشاطها في عمليات الطوارئ وألا تقتصر على مشروعات تليفود وموضوع يوم الأغذية العالمي. وفي حالة الاستمرار في اختيار موضوعات مختلفة ليوم الأغذية العالمي كل سنة، ينبغي تقييم تأثير ذلك على اتخاذ القرار النهائي، وينبغي أن تركز عملية الدعوة دوماً على الرسالة الرئيسية وهي التخفيف من حدة الفقر وتشجيع التنمية لمحاربة الجوع.

16- استخدمت شعارات ورسائل بسيطة في حملات يوم الأغذية العالمي/تليفود. وفي حملة التضامن المشتركة بين المنظمة واتحاد رابطات كرة القدم للمحترفين الأوروبيين "كرة القدم للمحترفين لمكافحة الجوع"، دارت الرسالة حول "رقم 963"، في إشارة إلى عدد من يعانون من الجوع كل يوم، وهم 963 مليون نسمة. أما الشعار الذي رفع في مهرجان تليفود في إسبانيا عام 2008 فكان "أعطِ اليوم أكثر مما أعطيت بالأمس"، وذلك في ضوء أزمة الغذاء.

17- وكان موضوع الاحتفال بيوم الأغذية العالمي/برنامج تليفود في عام 2007، هو "الحق في الغذاء"، وهو مثال جيد لرسالة واضحة ومختصرة تركز على قضية الجوع.

**التوصية 5:** لكي تستطيع المنظمة تعزيز الوعي العام والمصادقية فيما يتعلق بجمع الأموال والاتصالات في المستقبل، ينبغي لها أن تركز على إبراز هويتها، مع التخلي تدريجياً عن إبراز شعار تليفود. والاستثناء الوحيد من ذلك هو عندما تكون صورة وهوية تليفود معترفاً بهما بقوة ويكون للاستغناء عنها آثار سلبية على جمع الأموال والاتصالات. وهذا يعني أيضاً أن السياسات شديدة التحفظ والسياسات التي تحاول تلافي المخاطر على اسم المنظمة وشعارها ينبغي التخفيف منها مع الإبقاء على الصور والشعارات لفترات طويلة لكي تظل راسخة في أذهان الجمهور.

18- نجحت المنظمة بصورة قانونية في طرح شعار المنظمة وشعار يوم الأغذية العالمي بأكبر قدر ممكن في مختلف الأنشطة والمناسبات، وكذلك في المواد الترويجية/الإعلامية. ولكنها قللت من طرح شعار تليفود تدريجياً ولم يعد يستخدم إلا مصحوباً بالأحرف الأولى من اسم المنظمة "FAO".

**التوصية 6:** ينبغي أن تتاح للمتبرعين إمكانية التبرع بالأموال عن طريق الخصم المباشر المنتظم (كأن يكون ذلك شهرياً). ذلك لأن ربط المتبرعين بمشروعات فردية من مشروعات تليفود سيكون مكلفاً إلى درجة قسداً لا تشجع المتبرعين على التبرع كما أنه يحد من المرونة دون مبرر. ومع ذلك، فإن المتبرعين ومجموعات المتبرعين المنتظمين (مثل اليابان) ينبغي أن تتاح لهم الفرصة لأن يختاروا بقدر ما على الأقل الغرض الذي يريدون استخدام تبرعاتهم من أجله وأن يتلقوا معلومات عن الأعمال التي يتم تنفيذها. وسوف يكون ذلك سهلاً لو أن أغراض التبرع تم توسيعها لتتجاوز مشروعات تليفود إلى أغراض أوسع يكون من الأسهل تزويد المتبرعين بمعلومات بشأنها. ويمكن تشجيع المتبرعين على زيارة الأنشطة التي يقدمون الدعم لها، على شكل مجموعات، مما يساعد على تقوية ارتباطهم بهذه الأنشطة وزيادة وعيهم بقضايا التنمية. بيد أن ذلك يتطلب من المنظمة أن تتأكد من أن الأنشطة النمطية تحقق منافع مستدامة بدرجة أكبر مما هو الحال بالنسبة لمشروعات تليفود العادية.

19- أتاح برنامج تليفود فرصة لتلقي هبات من الجماهير بصورة مباشرة باستخدام الانترنت عن طريق منفذ مضمون أتاحته خدمة بطاقات الائتمان في بنك Deutschebank وشركائه. وقد بدأ العمل بهذا النظام في نهاية شهر مارس/آذار 2009. وأصبح بالإمكان التبرع بأموال بالدولار الأمريكي أو باليورو باستخدام بطاقات الائتمان. كما أصبح من الممكن الاتصال بالمانحين عن طريق البريد الإلكتروني وإرسال معلومات إليهم عن أنشطة تليفود ومشروعاته. أما مسألة إتاحة الفرصة للمتبرعين للتبرع بالأموال عن طريق الخصم المباشر المنتظم (شهرياً مثلاً) فسوف تكون موضع المزيد من الدراسة في ضوء الخبرة المستفادة من النظام الجديد، وفي ضوء توافر الموارد.

20- وينبغي - بقدر الإمكان - أن يتم تحديد المستفيدين من مشروعات تليفود عند تنظيم حملات تليفود لجمع الأموال. فعلى سبيل المثال، أبلغت الجهات المانحة في مناسبة "العدو من أجل الغذاء" التي جرت في روما والتي نظمها الاتحاد الإيطالي للرياضة بالتعاون مع الوكالات التي توجد مقرها في روما ومع بلدية روما، بأن الأموال التي سيتم جمعها في هذه المناسبة، تستفيد منها بلدان القرن الأفريقي.

21- بذلت جهود لتشجيع المانحين والمشاهير المعنيين على زيارة مشروعات تليفود في البلدان المستفيدة. ففي عام 2008 قامت أربع مجموعات من مشاهير إسبانيا بزيارة مصر وغواتيمالا وإثيوبيا وموريتانيا، وأصبح هؤلاء المشاهير مناصرين لبرنامج تليفود في البرنامج التلفزيوني الذي بث على امتداد سبع ساعات وحصد 2.5 مليون دولار أمريكي. ومنذ فترة قصيرة مضت، وفي يناير/كانون الثاني 2009 على وجه التحديد، قامت مجموعة من مشاهير لاعبي كرة القدم من ألمانيا وإيطاليا والبرتغال مع مجموعة من المسؤولين في اتحاد رابطة كرة القدم للمحترفين الأوروبيين ونجوم كرة القدم المحليين بزيارة مشروعات تليفود في مصر. وقد أثمرت هذه الزيارة عن تقوية ارتباطهم "بيوم المباراة لمكافحة

الجوع" التي جرت في الفترة من 20 إلى 22 مارس/آذار 2009 في سياق حملة تضامن "كرة القدم للمحترفين لمكافحة الجوع" (220 نادياً أوروبياً لكرة القدم للمحترفين لعبت في 110 ملاعب لكرة القدم في مختلف أنحاء أوروبا). وقد أعد لهذه الحملة شريط فيديو قصير مدته 60 ثانية عن هذه الزيارة. فمثل هذه الزيارات الميدانية تعتبر أدوات مهمة لاقتناع المانحين بفهم قضية الجوع. وتعتبر حملة التضامن هذه لمحترفي كرة القدم لمكافحة الجوع نشاطا سيستمر لعدة سنوات، تشجيعاً لإثارة الوعي، وما ينجم عن ذلك من جمع الأموال لبرنامج تليفود.

**التوصية 9:** ينبغي عدم الاستمرار في مشروعات تليفود المنفصلة واستخدام الأموال التي جُمعت من تبرعات الجمهور في دعم عناصر محددة بعناية من مشروعات أو برامج أوسع، بحيث تلبّي تماما المعايير الخاصة بتلبية احتياجات الفقراء بالمعنى المطلق والنسبي (يمكن أن تشمل هذه المشروعات البرنامج الخاص للأمن الغذائي ومواجهة حالات الطوارئ). وحيثما يتم جمع الأموال في بلدان نامية، ينبغي إنفاق جزء منها على الأقل في هذه البلدان، ولكن الأموال التي تجمع في البلدان المتقدمة ينبغي إنفاقها في البلدان الأقل نمواً وينبغي أن يتلقى الممثلون القطريون بيانا سنويا يوضح أموال تليفود المتاحة لتقديم تمويل إضافي للمشروعات في البلدان التي يمثلون المنظمة فيها. ومن اللازم وضع مبادئ توجيهية تفصيلية بشأن استخدام الأموال التي يتبرع بها الجمهور في مشروعات وبرامج المنظمة، وأن تشمل هذه المبادئ الالتزامات الخاصة بتقديم التقارير والاتصال بالجهات المتبرعة.

22- جرت مراجعة دقيقة للخطوط التوجيهية لتنفيذ مشروعات تليفود في أعقاب الدورة السابعة والتسعين للجنة البرنامج في مايو/أيار 2007، مع مراعاة جميع التوصيات التي صدرت في ذلك الحين. وسوف تنشر الخطوط التوجيهية المراجعة في شكل منشور دوري للبرنامج الميداني، وسيبدأ تطبيقها في القسم الأخير من سنة 2009.

23- وطبقاً للخطوط التوجيهية المراجعة، أوكلت المسؤولية العامة عن مشروعات تليفود، من بداية تحديدها وإنهاء بالموافقة عليها، إلى الممثلين القطريين للمنظمة. وتظل الموافقة على صرف الأموال بيد المقر. وسيتولى الممثلون القطريون للمنظمة إختيار المشروعات طبقاً لمعايير محددة (مثل مؤشرات انعدام الأمن الغذائي على مستوى الأسرة). وضماناً للإشراف الفني على هذه المشروعات، فسوف تربط جميعها بمشروعات/برامج أكبر حجماً تنفذها المنظمة أو المنظمات الأخرى. وستلقى الشراكات مع المنظمات غير الحكومية تشجيعاً، كما يجوز إدراج المعدات التي تعمل بمحركات صغيرة - والتي تصل تكاليفها إلى 20 في المائة من الميزانية الكلية - في المشروعات، بما في ذلك ما يتعلق بالتجهيز والتخزين وما إلى ذلك.

24- ويظل السقف المعمول به دون تغيير فيما يتعلق بالميزانية الكلية ومدة المشروع، وهما 10 000 دولار أمريكي و 12 شهراً على التوالي، وإلا فإن المشاريع لن تدخل في إطار تليفود. وحتى الآن، لم يحدث أن طلبت إحدى الجهات المستفيدة أو إحدى الجهات المنفذة للمشاريع أموالاً إضافية لأنشطة تليفود، كما أن مدة المشروع لا يوافق عليها إلا بعد تقديم المبررات الكافية.

25- تعذر تدبير أموال من خارج الميزانية لإنشاء "صندوق للإشراف على مشروعات تليفود" كما جاء في التوصية 9(هـ). ومع ذلك، فنظراً لأن جميع مشروعات تليفود ستربط ببرامج أكبر يجري تنفيذها بالفعل، فإن مثل هذه المشروعات أو البرامج سوف توفر الخدمات الفنية والإشراف، ولذا فإن إنشاء "صندوق للإشراف" يصبح غير ضروري.

26- أضيفت فئة جديدة من المشروعات في مجال الرقابة على المياه، استجابة إلى العدد المتزايد من الطلبات الذي تلقتة المنظمة في هذا المجال (مثل مشروعات الري الدقيقة في المزارع الصغيرة، وتجميع المياه، وما إلى ذلك).

27- تجري الآن مناقشة إنشاء حساب أمانة متعدد الجهات المانحة لتلقي التبرعات من القطاع الخاص ومن المؤسسات و/أو الرابطات التي ترغب في المساهمة في مشروعات تليفود. وسيكون كل تبرع محكوماً باتفاقية حساب أمانة مخصصة على حدة. وسيعمل بهذه الطريقة خلال الأشهر القادمة، حيث أن أحد الجهات المانحة (وهو بنك BBVA الإسباني) على استعداد للتوقيع على مثل هذه الاتفاقية والتبرع على الفور لهذا الحساب. وسوف تسهل هذه الطريقة كثيراً من المفاوضات مع المانحين من القطاع الخاص الذين يطلبون التوقيع على اتفاقية رسمية لكي ينفذوا تبرعاتهم.