Nations Unies A/AC.198/2011/2

Assemblée générale

Distr. générale
26 janvier 2011
Français
Original : anglais

Comité de l'information
Trente-troisième session
25 avril-6 mai 2011

Activités du Département de l'information : services de communication stratégique

Rapport du Secrétaire général

Résumé

Le présent rapport, établi en application de la résolution 65/107 B de l'Assemblée générale, passe en revue les progrès notables enregistrés par le Département de l'information entre juillet 2010 et février 2011 dans le cadre de sa promotion de l'action de l'ONU auprès de la population mondiale par l'entremise de ses services de communication stratégique.

Le sous-programme relatif aux services de communication stratégique est l'un des trois sous-programmes du Département. Son exécution est assurée par la Division de la communication stratégique, qui élabore et applique des stratégies de communication adaptées aux enjeux prioritaires et apporte son appui à la diffusion de messages relatifs aux principales initiatives et activités officielles de l'ONU.

Les deux autres sous-programmes du Département – services d'information et services de diffusion – font l'objet de rapports distincts du Secrétaire général (A/AC.198/2011/3 et A/AC.198/2011/4, respectivement).

11-21729 (F) 180211 220211

Merci de recycler

Introduction

Dans sa résolution 65/107 B, l'Assemblée générale a pris acte des rapports du Secrétaire général sur les activités du Département de l'information présentés au Comité de l'information pour examen à sa trente-deuxième session et prié le Secrétaire général de continuer à rendre compte de ces activités au Comité de l'information.

Dans la même résolution, l'Assemblée générale a prié le Département de fournir des informations précises sur un certain nombre de ses activités. Le Bureau du Comité de l'information a recommandé au Département de présenter les informations demandées en trois volets correspondant aux trois sous-programmes du Département : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion.

Le présent rapport[1], qui examine les activités du Département en matière de communication stratégique, comprend deux parties. La première est consacrée aux campagnes de communication menées sur des thèmes particuliers, tels que le maintien de la paix, la violence à l'égard des femmes, les objectifs du Millénaire pour le développement, les changements climatiques, les droits de l'homme, la question de Palestine, l'Année internationale de la jeunesse, le Sommet mondial sur la société de l'information et le Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD). La deuxième partie porte sur le rôle et les activités du réseau des centres d'information des Nations Unies.

[1] Sauf indication contraire, le présent rapport porte sur les activités menées par le Département pendant la période allant de juillet 2010 à février 2011.

Première partie
Campagnes de communication

I. Approche stratégique du Département de l'information

1. Le Département de l'information a pour mandat de contribuer à la réalisation des objectifs essentiels de l'Organisation en en faisant connaître les activités et les préoccupations, de façon à toucher le public le plus large possible. Sa principale ambition est de diffuser auprès du plus grand nombre des éléments d'information qui soient à jour, exacts, impartiaux, détaillés et cohérents. Dans l'exercice de cette mission, la Division de la communication stratégique assume la responsabilité de l'élaboration des stratégies de communication et de la mise en œuvre de campagnes de communication axées sur les enjeux prioritaires.

2. L'approche stratégique adoptée par le Département s'articule autour de trois démarches : détermination des priorités à l'avance; définition des grandes lignes d'un plan de travail annuel qui implique toutes ses composantes, notamment le réseau de centres d'information des Nations Unies; utilisation optimale des ressources disponibles grâce à l'élaboration de stratégies de communication en étroite collaboration avec tous ses partenaires, à savoir les autres départements du Secrétariat et diverses entités du système des Nations Unies. Avec pour objectif de susciter l'intérêt des médias ciblés, le Département établit des documents d'information et organise des points de presse et des entretiens avec des responsables à l'intention des journalistes, qui sont parfois contactés directement lorsque le Département souhaite mettre certaines déclarations en relief. Le Département utilise également autant que possible les nouveaux médias, notamment les réseaux sociaux, qui lui permettent de toucher des publics plus vastes, partout dans le monde.

3. En outre, dans le cadre de son approche stratégique, le Département coordonne des activités de communication à l'échelle du système par l'entremise du Groupe de la communication des Nations Unies. Ce groupe, qui réunit les coordonnateurs de la communication de l'ensemble du système, est un « échangeur » par lequel transitent les messages adressés conjointement par diverses entités. Au cours de la période à l'examen, le Département a réalisé une enquête de portée mondiale sur les groupes de communication désormais actifs au niveau national et a constitué un annuaire exhaustif des coordonnateurs de la communication. Ce réseau mondial, qui rassemble désormais 102 groupes de la communication des Nations Unies, est en train de prendre l'ascendant en matière de promotion de la communication conjointe au plan national et s'emploie à fortifier les ressources en matière de communication à l'échelle régionale.

II. Campagnes thématiques

A. Les opérations de paix des Nations Unies

4. Le Département de l'information a travaillé en étroite collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix et le Département de l'appui aux missions pour améliorer l'aide apportée à la composante information des opérations de maintien de la paix et mobiliser l'opinion publique en faveur des opérations de maintien de la paix des Nations Unies, notamment grâce aux activités suivantes :

a) Le Département a diffusé 27 communiqués de presse à l'intention de 14 pays qui fournissent des effectifs militaires et de police, mettant en évidence ce que tel ou tel État Membre a apporté aux opérations de maintien de la paix des Nations Unies;

b) Il a réalisé un important travail de refonte du site Web en langue anglaise, dont la nouvelle version doit être mise en ligne au début de 2011. Des sites Web dans les autres langues officielles de l'Organisation sont en cours de construction;

c) Avec le Département de l'appui aux missions, il a continué d'aider les opérations de paix à améliorer les sites Web des missions gérés localement. Le nouveau modèle a été adopté pour 19 sites, certaines missions proposant, outre la version anglaise, des versions en arabe, en français et en portugais;

d) Avec le Département des opérations de maintien de la paix et le Département de l'appui aux missions, le Département a rendu opérationnelle la nouvelle procédure de recrutement du personnel des missions. Il lui a fallu soumettre des centaines de candidats à des examens écrits, noter les copies, puis organiser et mener des entretiens;

e) L'édition de 2010 de la publication annuelle du Département, *United Nations Peace Operations: Year in Review* (Opérations de paix des Nations Unies : rétrospective de l'année) présente un bilan des opérations de maintien de la paix, des missions politiques spéciales et des missions de consolidation de la paix des Nations Unies en cours dans le monde entier;

f) Pendant la période considérée, le portail électronique du Centre d'actualités de l'ONU (http://www.un.org/french/newscentre/) a diffusé 1 206 articles en anglais et 1 022 en français sur des questions liées au maintien de la paix. Des articles en anglais et en français ont aussi été distribués à plus de 50 000 abonnés à travers le monde au moyen du service d'information par courrier électronique qui y est associé;

g) Pendant cette même période, UNifeed a collaboré avec les missions de maintien de la paix pour produire plus de 250 reportages;

h) La Radio des Nations Unies, qui émet des programmes en huit langues, a produit plus de 120 reportages sur le maintien de la paix; elle a accordé une attention particulière à la protection des femmes et des civils contre la violence.

5. En 2010, le Département a procédé à l'évaluation de la communication dans trois missions de maintien de la paix – la Mission des Nations Unies au Soudan, l'Opération hybride Union africaine-Nations Unies au Darfour et la Mission intégrée des Nations Unies au Timor-Leste – qui ont servi de modèles pour l'amélioration de leur communication stratégique par les missions. Pendant plusieurs mois, des fonctionnaires du Département envoyés sur place ont pris en main et consolidé les activités de communication de la Mission d'assistance des Nations Unies en Afghanistan.

6. *Les femmes et le maintien de la paix*. Le Département a collaboré avec des partenaires du système des Nations Unies à la production de matériel de communication à l'occasion du dixième anniversaire de la résolution 1325 (2000) du Conseil de sécurité sur les femmes, la paix et la sécurité, à la fin du mois d'octobre – notamment un document de référence pour les médias et des directives pour les fonctionnaires de l'ONU appelés à s'exprimer devant des journalistes ou d'autres partenaires.

7. Le Département a fourni un appui en matière de communication au titre des Journées portes ouvertes sur les femmes, la paix et la sécurité. Il a conçu des documents à l'intention des journalistes et organisé une conférence de presse consacrée à la Journée portes ouvertes tenue le 21 octobre, au Siège de l'ONU. Le Département a également collaboré avec le Département des opérations de maintien de la paix à la création d'une section consacrée aux femmes sur le site du maintien de la paix des Nations Unies. Le lancement de la section a coïncidé avec le dixième anniversaire de la résolution 1325 (2000) du Conseil de sécurité.

8. *Journée internationale de la paix*. Le Département a réuni le thème de la Journée internationale de la paix en 2010 et celui de l'Année internationale de la jeunesse dans le slogan « La paix pour les jeunes et le développement ». Des représentants du Département ont recueilli partout dans le monde des récits au sujet de l'action menée par les jeunes en faveur de la paix, qui ont été publiés sur un site spécifiquement conçu à cette fin, avec des exemples en provenance de toutes les régions de la planète. Une page de Facebook consacrée à la Journée internationale de la paix a été consultée par près de 5 000 personnes.

9. À l'échelle mondiale, la couverture médiatique a inclus 856 articles publiés, entre autres, dans les presses algérienne, australienne, ouzbèke, somalienne, tchadienne et trinidadienne. Toutes les principales agences de presse internationale ont couvert les activités menées à l'occasion de la Journée internationale de la paix dans diverses régions, dont l'Agence France Presse, the Associated Press, Reuters, Kyoto News Agency et Xinhua. Outre ceux qui l'ont été en flux sur PeaceDay TV, des programmes ont été diffusés sur des chaînes de télévisions locales arménienne, chypriote et turque.

10. *Suivi des élections*. Le Département a œuvré avec les missions sur le terrain et avec le Département des affaires politiques, le Département des opérations de maintien de la paix, le Département de l'appui aux missions et le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) à la mise au point de plans de communication spécifiques à l'approche des élections à venir en Afghanistan, en Côte d'Ivoire, en Haïti et au Soudan. Il a également publié des directives contenant des éléments d'information sur les processus électoraux de ces pays.

11. En prévision de l'élection du 29 novembre en Côte d'Ivoire, le Département a fourni un appui en matière de communication à l'Opération des Nations Unies en Côte d'Ivoire (ONUCI), qui a fait l'objet d'attaques directes et d'une campagne médiatique hostile. Le Département a adressé à la Mission des directives relatives à la gestion de la communication en temps de crise et, avec le Département des opérations de maintien de la paix, a créé une page Web qui rend compte de l'évolution de la situation et qui est accessible depuis la page d'accueil du site de l'ONU. Ce service, proposé en anglais et en français, s'est révélé particulièrement important lorsque le site Web local de la Mission, géré par l'ONUCI et uniquement en français, a connu des difficultés techniques qui l'ont rendu inaccessible par intermittence.

12. *Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti*. À la suite du déclenchement de l'épidémie de choléra en Haïti, en octobre 2010, le Département a aidé le Bureau du porte-parole du Secrétaire général et le Département des opérations de maintien de la paix à organiser des séances d'information par vidéoconférence avec la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti (MINUSTAH). De plus, le Département a régulièrement adressé des notes d'orientation sur la situation en Haïti aux bureaux extérieurs de l'ONU, ainsi que des fiches de synthèse au Département des opérations de maintien de la paix. Il a

également maintenu le site Web de la MINUSTAH en prise directe sur l'actualité en créant une page couvrant spécifiquement l'épidémie de choléra.

13. *Journée internationale contre les essais nucléaires*. En collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix et la Mission permanente du Kazakhstan auprès de l'ONU, le Département a assuré la promotion de la première Journée internationale contre les essais nucléaires, le 9 septembre. Il a produit du matériel d'information, notamment un site Web consacré à la Journée et consultable dans les six langues officielles de l'ONU, organisé une exposition officielle Kazakhstan/Japon au Siège de l'ONU, réalisé un documentaire sur l'histoire des essais nucléaires et conçu une identité visuelle pour la Journée.

14. *Lutte antiterroriste*. En coopération avec l'Équipe spéciale de lutte contre le terrorisme et dans le cadre de l'action continue qu'il mène pour faire mieux connaître la Stratégie antiterroriste mondiale des Nations Unies, le Département a actualisé les principaux documents figurant sur les pages consacrées à la lutte antiterroriste du site Web de l'ONU et a agi en coordination avec les bureaux compétents afin que ces documents soient traduits dans toutes les langues officielles de l'Organisation.

15. Le Département a également contribué à l'établissement de pochettes d'information à l'occasion de la conférence de presse tenue le 7 septembre par le Département des affaires politiques et l'Équipe spéciale de lutte contre le terrorisme, durant laquelle la seconde révision de la Stratégie antiterroriste mondiale des Nations Unies a été présentée. Le Département de l'information a produit une sélection hebdomadaire d'articles liés à la lutte antiterroriste, qu'il a adressée aux entités compétentes de l'Équipe spéciale et affichée sur la plate-forme d'échange d'informations sur Internet de l'Initiative d'assistance intégrée pour la lutte antiterroriste (I-ACT).

B. En finir avec la violence à l'égard des femmes

16. Le Département a assuré la promotion de la campagne Tous unis pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes, lancée à l'initiative du Secrétaire général, œuvrant de concert avec le secrétariat de la campagne et des partenaires du système des Nations Unies. Au cours de la période considérée, le Département a participé à la planification et à la promotion de la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes – axée cette année sur le rôle moteur que peut jouer le secteur privé aux fins de l'autonomisation des femmes et pour qu'il soit mis un terme à la violence à l'égard des femmes et des filles – ainsi qu'aux activités organisées pendant les 16 Journées de mobilisation contre la violence sexiste. On trouvera ci-après le détail des interventions du Département à ces divers titres :

a) Il a conçu une nouvelle documentation à l'intention de la presse et dans le cadre de la campagne Tous unis pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes, qui a été reprise de façon visible par les médias, notamment par Associated Press, qui y a consacré un gros titre;

b) À l'occasion des 16 Journées de mobilisation contre la violence sexiste, il a conçu 16 microblogs, qui ont été diffusés à partir du compte Twitter de l'ONU, ainsi que 16 actualisations sur Facebook;

c) Il a également collaboré avec les stations de radio des opérations de maintien de la paix à la production de messages de service public sur la question de

la violence sexuelle – pour diffusion pendant les 16 journées –, notamment de messages enregistrés en anglais et en français par le Secrétaire général, par la Directrice exécutive d'ONU-Femmes, par la Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme et par la Représentante spéciale du Secrétaire général chargée de la question des violences sexuelles commises en période de conflit. Plusieurs personnalités locales de premier plan ont également apporté leur concours à la production de messages de cette nature, qui ont été diffusés par les stations des Nations Unies en République démocratique du Congo, en Côte d'Ivoire, en Haïti, au Libéria et au Sud-Soudan, ainsi qu'en Australie et en Afrique du Sud et dans plusieurs pays d'Europe et d'Amérique latine.

C. Objectifs du Millénaire pour le développement

17. Soucieux d'enclencher une dynamique à l'approche du Sommet sur les objectifs du Millénaire (Réunion plénière de haut niveau de l'Assemblée générale sur les objectifs du Millénaire pour le développement, du 20 au 22 septembre), le Département a présidé l'Équipe interinstitutions sur les objectifs du Millénaire du Groupe de la communication des Nations Unies – constituée de quelques 30 partenaires des Nations Unies – afin de coordonner l'élaboration et l'exécution d'une stratégie de communication commune en vue d'une campagne qui serait menée à l'échelle du système.

18. Dans le cadre de cette campagne, le Département, en collaboration avec des partenaires du système des Nations Unies, a :

a) Organisé le lancement par le Secrétaire général, en septembre, du *Rapport du Groupe de réflexion sur le retard pris dans la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement 2010*[2];

b) Créé et tenu à jour un site Web, en six langues, consacré au Sommet sur les objectifs du Millénaire et proposant des informations et des renseignements de base, des déclarations et des webémissions en direct, qui a été consulté par plus de 150 000 visiteurs pendant la semaine du Sommet;

c) Produit un dossier de presse à l'occasion du Sommet sur les objectifs du Millénaire, imprimé en anglais et en français et consultable en ligne dans six langues;

d) Mis en exergue certains des succès enregistrés sur le site Web du Sommet – sous forme de textes ou de vidéos – ainsi que dans des documents imprimés;

e) Engagé 33 « Champions des objectifs du Millénaire » issus du milieu sportif ou du monde artistique – tous ambassadeurs itinérants ou messagers de la paix – dans le cadre d'une campagne dans les médias sociaux;

f) Apporté son appui au Groupe de mobilisation pour les objectifs du Millénaire pour le développement du Secrétaire général en faisant enregistrer des messages vidéo et en veillant à ce qu'ils soient disponibles en ligne, mais aussi en facilitant l'organisation d'entretiens de membres du Groupe avec la presse, à New York et dans leurs pays d'origine respectifs, par l'entremise des centres d'information des Nations Unies, du PNUD et d'autres partenaires.

---

[2] Objectif du Millénaire 8 : *The Global Partnership for Development at a Critical Juncture, MDG Gap Task Force Report 2010* (publication des Nations Unies, numéro de vente : E.10.I.12).

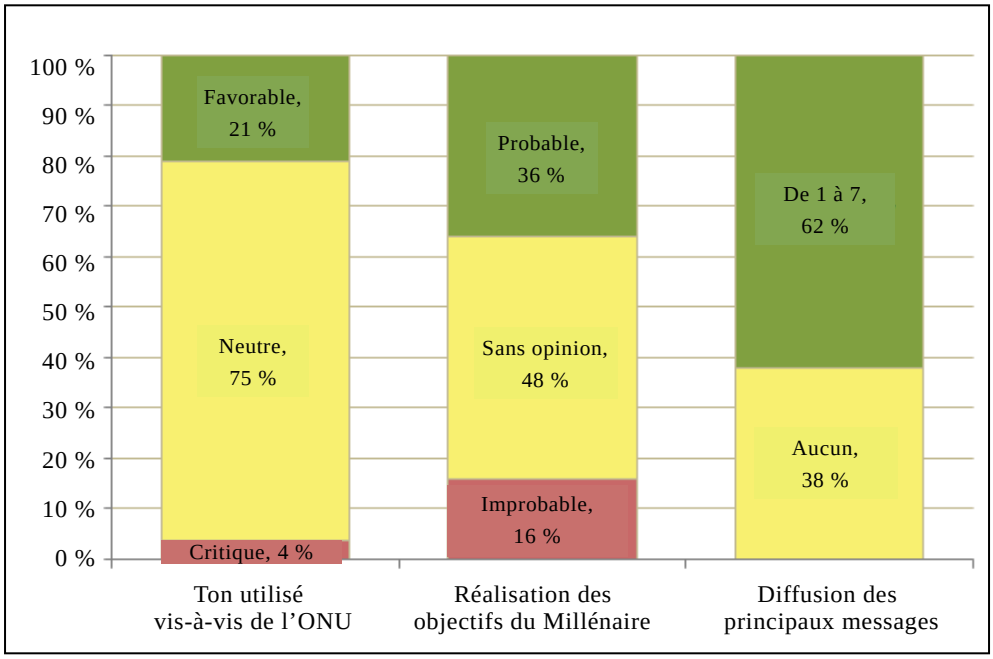
19. Pour que les objectifs du Millénaire reçoivent le soutien d'un public plus vaste, en particulier les jeunes, le Département a mené les initiatives spéciales suivantes, utilisant souvent des outils tels que la radio, Internet et les médias sociaux :

a) Il a facilité la diffusion de programmes à la radio, notamment un débat de BBC World sur les objectifs du Millénaire (placé sous les auspices de la Campagne objectifs du Millénaire); a obtenu qu'un numéro de *This Is America*, émission de discussion du Public Broadcasting Service, soit consacré aux objectifs; organisé des entretiens avec des défenseurs des objectifs sur Al-Jazira; organisé la diffusion de programmes réalisés localement par la National Public Radio, basée aux États-Unis;

b) Il a géré des comptes Facebook et Twitter consacrés aux objectifs, en utilisant le slogan adopté en corrélation avec ceux-ci, « Nous pouvons mettre fin à la pauvreté ». Sur Twitter, 10 000 personnes ont reçu le message, et 8 000 sur Facebook. Plus de 200 000 autres l'ont reçu par le canal de comptes ouverts dans des médias sociaux par le système des Nations Unies.

20. Le Département a également travaillé en collaboration étroite avec le Cabinet du Secrétaire général afin d'informer les médias du lancement de la Stratégie mondiale de l'ONU pour la santé maternelle et infantile, qui a recueilli des promesses de dons d'un montant total de 40 milliards de dollars et fait les gros titres de la presse internationale pendant le Sommet sur les objectifs du Millénaire. En coopération avec des partenaires du système des Nations Unies, le Département a également établi un recueil des principaux engagements pris par les États Membres, les entités du système des Nations Unies, les fondations philanthropiques et le secteur privé pendant les séances plénières, les tables rondes et les manifestations parallèles, et, le dernier jour du Sommet, il a consacré un communiqué de presse détaillé aux lignes de force dégagées.

Couverture médiatique dont a bénéficié le Sommet sur les objectifs du Millénaire



21. Le Sommet a suscité un vif intérêt parmi de très nombreux médias, et certaines des principales publications et chaînes de télévision de la planète, comme *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Guardian*, le *Financial Times*, la BBC, *Le Monde*, ainsi que toutes les grandes agences de presse, y ont consacré des gros titres. L'analyse d'un échantillon de 2 877 articles – sur un total de 28 000 recensés du 17 au 24 septembre par un service électronique de suivi des médias – révèle que le point de vue porté sur l'ONU est très largement positif (favorable dans 21 % des cas, neutre dans 75 % des cas et négatif dans 4 % des cas), que les messages véhiculés par l'ONU sont très largement relayés (62 % de la couverture médiatique incluait au moins un de ces messages) et que les chances de réalisation des objectifs du Millénaire sont élevées selon les médias (leur accomplissement est probable, selon 36 %, improbable pour seulement 16 % d'entre eux).

22. *Campagne « Levez-vous en faveur des objectifs du Millénaire! »*. Le week-end précédant la tenue du Sommet, le Département a joué un rôle capital en invitant des millions de personnes à se dresser contre la pauvreté et en faveur des objectifs du Millénaire. Forts de leur succès retentissant en 2009, les centres d'information des Nations Unies ont apporté une contribution essentielle, en 2010, à l'initiative « Stand Up, Make a Noise for the MDGs » (Levez-vous et battez le rappel en faveur des objectifs du Millénaire!), qui s'inscrivait dans le cadre de la campagne objectifs du Millénaire. Ils ont organisé des manifestations ou facilité leur organisation, et ont assuré leur promotion, souvent en collaboration avec des bureaux gouvernementaux ou des groupes de la société civile. L'initiative a mobilisé des millions de citoyens, qui se sont littéralement « levés » pour prendre part à plus de 2 000 manifestations organisées dans 74 pays sur une période de trois jours (du 17 au 19 septembre 2010). On retiendra surtout les événements suivants :

a) Le Centre d'information des Nations Unies au Caire a collaboré avec le Ministère des biens religieux et des imams ont été invités à prêcher dans plus de 50 000 mosquées, pendant les sermons du vendredi, sur le thème de la pauvreté. Le dimanche, des messes célébrées dans des églises de l'Égypte entière ont également été consacrées à la campagne « Levez-vous en faveur des objectifs du Millénaire! ». On estime que 30 millions de personnes (soit 40 % de la population égyptienne) ont participé aux manifestations organisées dans le cadre de cette campagne;

b) Le Centre d'information des Nations Unies à Bogota a organisé des manifestations au titre de la Campagne lors de plusieurs matchs de football, suscitant la participation de plus de 60 000 personnes;

c) Le Centre d'information des Nations Unies à Islamabad a mobilisé et appuyé des organisations non gouvernementales, des groupes de jeunes et des étudiants au titre de l'organisation d'activités qui ont réuni plus de 25 000 personnes dans 17 villes, districts et villages du Pakistan;

d) À Téhéran, le Centre d'information des Nations Unies a collaboré avec la Fédération de football de la République islamique d'Iran dans le cadre de l'organisation d'une manifestation « Levez-vous! » au stade Azadi, avant un match entre deux équipes de football très populaires qui a rassemblé 15 000 personnes.

23. En 2010, le but de la Campagne était d'obtenir que les citoyens adressent un message fort aux dirigeants de la planète juste avant le Sommet sur les objectifs du Millénaire. D'après les commentaires recueillis sur le terrain, grâce à une participation accrue de fonctionnaires gouvernementaux de haut niveau aux diverses

manifestations organisées, le principal message a été transmis à de nombreux dirigeants mondiaux. La Campagne a également fait l'objet d'une large couverture médiatique, en particulier dans les pays où de hauts fonctionnaires et des chefs religieux ont participé aux activités organisées. Celles qui l'étaient dans le cadre d'un événement sportif, en particulier, ont bénéficié d'une couverture en direct sur des chaînes de télévision nationale.

D. Changements climatiques et développement durable

24. En tant que président de l'Équipe interinstitutions sur les changements climatiques du Groupe de la communication des Nations Unies, le Département a réuni régulièrement une vingtaine de partenaires du système des Nations Unies pour débattre d'une stratégie commune, élaborer des produits de communication communs et coordonner la diffusion de messages et l'organisation d'activités, notamment pour la seizième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, tenue à Cancún (Mexique) du 29 novembre 10 décembre 2010.

25. Le Département a collaboré étroitement avec l'Équipe de soutien sur les changements climatiques du Secrétaire général, notamment lorsque le Groupe de haut niveau sur la viabilité de l'environnement mondial a entamé ses travaux, en août, et pour le lancement du rapport du Groupe consultatif de haut niveau du Secrétaire général sur le financement de la lutte contre les changements climatiques, en novembre. Pour ces deux groupes, le Département a créé une page Web (www.un.org/en/gsp et www.un.org/climatechange/agf) et a promu le début des travaux du premier et le lancement du rapport du second en organisant des points de presse, en publiant des communiqués de presse et en utilisant les médias sociaux.

26. Le Département a également travaillé avec l'Équipe de soutien sur les changements climatiques et le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat à l'organisation et au lancement, en août, de l'examen par le Conseil interacadémique des processus et procédures de travail du Groupe d'experts. Tout au long de l'année, le Département a collaboré avec le Groupe d'experts afin de renforcer la communication relative à la climatologie.

27. *Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques à Cancún*. Tout au long de l'année, le Département a travaillé en association avec la Convention-cadre à l'appui des négociations sur le climat. En octobre, le Centre d'information des Nations Unies au Mexique a organisé un atelier dans la capitale du pays, qui a réuni des journalistes d'Amérique latine : l'accent y a été mis sur les enjeux qui allaient prédominer pendant la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques à Cancún.

28. Pendant la Conférence de Cancún, le Département a joué un rôle moteur en assurant la promotion de cette session grâce à des programmes diffusés à la Radio des Nations Unies, à des articles publiés par le Centre d'actualités de l'ONU et à des reportages quotidiens originaux affichés sur le Portail de l'action du système des organismes des Nations Unies sur les changements climatiques (www.un.org/fr/climatechange). Avec l'Équipe interinstitutions sur les changements climatiques du Groupe de la communication des Nations Unies, le Département a organisé une réunion parallèle sur l'éducation et la sensibilisation et il a contribué à

promouvoir une manifestation spéciale du système des Nations Unies, en présence du Secrétaire général.

29. Les réactions des médias à la conclusion de la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques – à commencer par celles de publications internationales de premier plan telles que *The New York Times*, *The Washington Post*, le *Financial Times*, The *Economist*, *The Guardian* et *Time*, mais aussi d'agences de presse telles que Reuters et l'AFP – ont traduit un regain d'espoir dans la diplomatie multilatérale s'agissant des enjeux climatiques, la Conférence de Cancún étant présentée comme une étape importante dans la bonne direction. Nombreux sont ceux qui ont emporté un exemplaire des déclarations de fonctionnaires de l'ONU, et notamment de l'évaluation par le Secrétaire général de l'accord conclu.

30. *Conférence Rio+20*. Vingt ans après le Sommet de la Terre, la Conférence des Nations Unies sur le développement durable, qui se tiendra à Rio de Janeiro (Brésil) en mai 2012, sera l'occasion pour toutes les entités du système des Nations Unies de mener ensemble une action de sensibilisation qui non seulement assure la promotion de la Conférence, mais aussi communique au public des informations au sujet du développement durable. Afin de mener une campagne de communication efficace sur Rio+20, le Département, en consultation avec Sha Zukang, Secrétaire général de la Conférence, a constitué une équipe spéciale, qui élaborera et exécutera une stratégie de communication à l'échelle du système pour la Conférence – messages essentiels communs à toutes les entités; coordination de rencontres avec les médias et d'activités de sensibilisation du public; élaboration de matériel informatif commun ou partagé, sur papier, en ligne et sous format multimédia.

E. Année internationale de la jeunesse

31. En coopération avec le Département des affaires économiques et sociales et un réseau interinstitutions, le Département de l'information a fourni un appui en matière de communication et produit du matériel de communication – sur lequel figure un logo assorti du slogan « Notre année. Notre voix. » – et d'autres outils, notamment un message vidéo d'intérêt public.

32. Les centres d'information des Nations Unies se sont mobilisés pour promouvoir l'Année à l'échelle mondiale, en menant notamment les activités suivantes :

a) Le Centre d'information des Nations Unies à Beyrouth s'est associé avec l'Association du Marathon de Beyrouth pour promouvoir l'Année. Des membres du personnel vêtus de t-shirts et de casquettes portant l'emblème de l'ONU et le logo de l'Année de la jeunesse, avec à leurs côtés de hauts fonctionnaires de l'administration libanaise, se sont joints à des milliers de coureurs pour effectuer une course de 10 kilomètres;

b) Le Centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale, à Bruxelles, s'est associé au Forum européen de la jeunesse et à d'autres entités du système des Nations Unies pour lancer l'Année, avec une conférence de presse, mais aussi un pique-nique organisé dans le parc situé au centre de Bruxelles, qui a attiré quelque 300 jeunes;

c) Le Centre d'information des Nations Unies à Genève a organisé un match de football en partenariat avec d'autres bureaux des Nations Unies sur place, pour

marquer la Journée internationale de la paix, le début de l'Année internationale de la jeunesse, et faire connaître la campagne Debout contre la pauvreté;

d) Le Centre d'information des Nations Unies à Moscou s'est associé à la Foundation for Internet Development pour organiser un concours et une projection vidéo, ainsi qu'une exposition d'affiches, sur le thème « Safe Internet for children » (Un Internet plus sûr pour les enfants);

e) En collaboration avec le Fonds des Nations Unies pour la population et l'Organisation de jeunes Kelajak Ovozi (La Voix de l'avenir), le Centre d'information des Nations Unies à Tachkent a inauguré l'Année internationale de la jeunesse en organisant une cérémonie de remise de prix à des lauréats dans différentes catégories d'activités intéressant les jeunes.

33. En novembre, le Département a organisé une conférence de presse durant laquelle l'actrice américaine Monique Coleman a été nommée Championne des jeunes. Les centres d'information sont mobilisés à l'appui d'une tournée qui doit conduire Mme Coleman dans toutes les régions du monde et durant laquelle elle défendra la cause des jeunes.

F. Suite donnée au Sommet mondial sur la société de l'information

34. Le Département continue d'appuyer la mise en œuvre des conclusions du Sommet mondial sur la société de l'information en contribuant à promouvoir l'Alliance mondiale pour les technologies de l'information et des communications au service du développement. Il a également apporté son concours à la cinquième réunion annuelle du Forum sur la gouvernance d'Internet, tenue à Vilnius du 14 au 17 septembre 2010.

G. Question de Palestine

35. Dans le cadre de son programme d'information spécial sur la question de Palestine, le Département, en coopération avec le Gouvernement portugais, a organisé le dix-huitième Séminaire international des médias sur la paix au Moyen-Orient, tenu à Lisbonne les 22 et 23 juillet 2010. Le Séminaire s'est concentré sur la contribution des médias, en particulier ceux qui sont apparus récemment, à la progression du processus de paix au Moyen-Orient. Plus de 100 participants étaient présents – dont 29 étaient israéliens ou palestiniens –, parmi lesquels d'anciens et actuels responsables politiques, des fonctionnaires, des représentants de la société civile, des universitaires et des journalistes.

36. Afin de renforcer les compétences et les capacités de jeunes journalistes palestiniens et de les familiariser avec les travaux menés dans le cadre du système des Nations Unies, en particulier les activités et programmes divers qui ont des répercussions sur la vie de la population dans la région, un programme de formation de cinq semaines a été organisé du 8 novembre au 10 décembre 2010 à l'intention de huit journalistes palestiniens, dont six femmes. Des voyages d'une semaine à Washington et à Genève ont été organisés, pendant lesquels ces journalistes ont visité les locaux d'organisations de presse et rencontré des fonctionnaires de premier plan. Le Département a produit un court métrage consacré au programme, qui sera utilisé pour en assurer la promotion. Dans une enquête menée à la fin du

programme, la plupart des participants ont indiqué qu'ils étaient globalement satisfaits de l'expérience.

37. À l'occasion de la Journée internationale de solidarité avec le peuple palestinien, le 29 novembre 2010, le Département a entrepris plusieurs activités, notamment la mise en place d'une exposition permanente sur la question de Palestine pendant les réunions qui se tiennent au Siège de l'ONU.

H. Décolonisation

38. Pour commémorer le cinquantième anniversaire de la Déclaration sur l'octroi de l'indépendance aux pays et aux peuples coloniaux, le Département a apporté un appui en matière de communication au Groupe de la décolonisation du Département des affaires politiques au titre de la manifestation spéciale qui s'est déroulée dans la salle de l'Assemblée générale le 14 décembre 2010. Pour cette occasion, le Département a produit 300 dossiers de presse et une collection d'images historiques des séances de l'Assemblée générale consacrées à la décolonisation, qui remonte jusqu'aux années 60.

I. Droits de l'homme

39. Afin de prendre acte de l'action menée par les défenseurs des droits de l'homme pour qu'il soit mis fin à la discrimination, les centres d'information du Département ont organisé près de 30 manifestations à l'occasion de la Journée des droits de l'homme 2010 – programme radiodiffusé à l'intention d'étudiants de Slovaquie, débats publics en Égypte, exposition à Madagascar... À l'appui de la campagne « Exprimez-vous, mettez fin à la discrimination! » du Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme, le Département a facilité l'obtention des droits d'utilisation de la chanson de Bob Marley intitulée Get Up, Stand Up pendant cette campagne qui durera un an et il a engagé des pourparlers visant à obtenir que la chanson soit interprétée par le fils de Bob Marley, Ky-Mani Marley, lors de la principale manifestation organisée dans le cadre de cette campagne, au Siège de l'ONU.

40. En diffusant deux ou trois messages par jour pendant deux semaines, le Département a fait tout l'usage possible de son compte Twitter pour promouvoir les conférences de presse sur les questions relatives aux droits de l'homme et les rapports des rapporteurs spéciaux dont était saisie la Troisième Commission de l'Assemblée générale en octobre. Twitter a également été utilisé en guise d'outil promotionnel : à l'approche de la Journée des droits de l'homme 2010, neuf « tweets » sur les droits de l'homme ont été diffusés depuis le compte de l'ONU (www.twitter.com/un). En moyenne, chaque « tweet » a été lu par 460 abonnés, soit sept fois plus que le nombre moyen de « clics » par « tweet ». En outre, il a été transféré en moyenne 60 fois, soit le double du taux moyen de « retweets ».

J. Programme de communication : le génocide rwandais et les Nations Unies

41. Une nouvelle publication intitulée « Tugire Ubumwe » (Unissons-nous!), produite par le Département, s'adresse aux jeunes : elle leur apprend à tolérer les

ethnies autres que la leur et prône la réconciliation en cas de conflit, en prenant pour exemple la situation au Rwanda. Cette publication, qui paraîtra officiellement en avril 2011, sera utilisée à des fins éducatives conformément à la prescription de « mobiliser la société civile afin de garder vivant le souvenir des victimes du génocide rwandais et de le transmettre par l'éducation, afin d'aider à empêcher que de tels actes ne se reproduisent ».

42. L'exposition « Leçons du Rwanda » a continué de remporter un vif succès en 2010, où elle a été présentée au Burundi, en Colombie, à Madagascar, au Maroc, au Mexique et en Zambie, ainsi que dans trois régions de l'Inde, notamment en Assam, région située dans le nord-est du pays, grâce au concours du centre d'information des Nations Unies à New Delhi. Au Rwanda, l'exposition a été présentée dans six endroits différents (quatre universités, un centre de démobilisation et de réintégration et le Centre Paix et réconciliation de Nkumba) dans le cadre du partenariat entre le programme et le Bureau de l'information du Tribunal pénal international pour le Rwanda, à Kigali. On estime que près de 9 000 étudiants, ex-combattants et dirigeants locaux ont visité l'exposition dans le pays.

K. Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique

43. Le Département a continué à renforcer et à développer ses activités de sensibilisation axées sur l'Afrique, en se concentrant sur les enjeux essentiels pour le développement du continent, notamment sur la promotion des objectifs de l'Agence de planification et de coordination du Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) et en faisant connaître ses accomplissements. Ce faisant, le Département a travaillé en collaboration étroite avec le Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique et la Commission économique pour l'Afrique. On trouvera ci-après des exemples de l'action menée :

a) En septembre 2010, à New York, le Département a organisé un point de presse pour le chef du secrétariat du NEPAD et à l'occasion de la publication de deux rapports du Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique, intitulés « Africa's cooperation with new and emerging development partners » (Coopération de l'Afrique avec les partenaires de développement nouveaux ou émergents) et « 2010 mutual review of development effectiveness in Africa » (Évaluation mutuelle de l'efficacité de l'aide au développement en Afrique), produits conjointement avec la Commission économique pour l'Afrique et l'Organisation de coopération et de développement économiques;

b) En juin 2010, le Département a participé à un atelier de réflexion tenu à Dakar et organisé par le Mécanisme de coordination régionale pour l'Afrique, dont l'objet était de déterminer des moyens propres à mieux sensibiliser le public aux activités du NEPAD. En novembre, le Département a participé à la réunion annuelle du Mécanisme à Addis-Abeba.

44. Le magazine trimestriel du Département, *Afrique Renouveau* (www.un.org/Africarenewal), a continué de servir de base à la plupart de ses activités de promotion du NEPAD. La maquette du magazine a été repensée, dans le souci de lui donner une allure plus contemporaine, et c'est le numéro d'août 2010 qui a inauguré la nouvelle formule. Parmi les principaux articles publiés, on citera un entretien avec le Conseiller spécial du Secrétaire général pour l'Afrique, plusieurs articles sur

les objectifs du Millénaire et une série sur les enjeux liés à la paix et à la sécurité en Afrique. Certains articles ont également été diffusés par les canaux suivants :

a) Entre juillet et décembre 2010, de courts articles d'intérêt général parus dans *Afrique Renouveau* ont été publiés à 157 reprises dans 90 médias de 37 pays d'Afrique et d'autres continents. C'est l'article intitulé « Afrique : le dur parcours vers les objectifs du développement » qui a rencontré le plus de succès, puisqu'il a été publié 48 fois. Entre juillet et décembre 2010, les articles les plus consultés sur *Afrique Renouveau en ligne* – qui présente une version électronique du magazine ainsi que des documents complémentaires sur l'Afrique, en provenance du système des Nations Unies – ont été « La faim gagne du terrain en Afrique » (page consultée 9 323 fois), « La violence sexuelle, un 'crime de guerre invisible'» (page consultée 7 775 fois) et « À la recherche de la paix et de la justice en Ouganda » (page consultée 6 538 fois);

b) Le nombre de visiteurs d'*Afrique Renouveau en ligne* est passé d'une moyenne de 30 000 par mois en juillet 2010 à une moyenne d'environ 40 000 par mois en décembre. Le Département continue de développer celles de ses activités liées à *Afrique Renouveau* qui font appel aux médias sociaux : il a ainsi créé des comptes Flickr et YouTube, où des photos et des vidéos sont réaffichées et partagées. En novembre 2010, le Département a également lancé un bulletin électronique, qui fournit un bref aperçu des nouveaux articles parus sur *Afrique Renouveau en ligne*.

***Afrique Renouveau en ligne* : nombre de visiteurs et de visualisations de page**

Période (2010)	*Nombre de visiteurs*	*Nombre de visualisations de page*
Juillet	23 766	32 573
Août	28 934	40 450
Septembre	37 276	51 021
Octobre	47 797	64 039
Novembre	52 061	68 198
Décembre	40 014	53 637

III. Une culture de l'évaluation

45. Fidèle à son engagement envers une culture de l'évaluation, le Département poursuit ses efforts d'évaluation des résultats de son programme d'activités en sollicitant la contribution des publics visés et en évaluant systématiquement la couverture médiatique dont bénéficient les activités de l'ONU. Ces évaluations aident les responsables des campagnes, activités et programmes de communication à les améliorer continuellement. Afin de mesurer le plus précisément possible l'impact des programmes de communication, le Département suit l'évolution des tendances à long terme qui se dégagent des commentaires des utilisateurs et de la couverture médiatique et il analyse ces tendances.

46. L'analyse de la couverture médiatique dont font l'objet les objectifs du Millénaire montre que, une décennie après sa création, l'expression « objectifs du Millénaire pour le développement » est pleinement comprise et intégrée par les

médias du monde entier. C'est une évolution nette par rapport à la situation observée il y a cinq ans, où l'appellation « objectifs du Millénaire pour le développement » était considérée par la plupart comme trop complexe pour constituer un outil de communication utile.

47. Les enseignements comme celui-ci, tirés de l'évaluation des programmes, sont mis à profit lors de l'élaboration de stratégies de communication et pour améliorer les activités menées. Le département utilise les conclusions d'enquêtes, l'analyse des contenus et d'autres méthodes de collecte de données qui ont fait leurs preuves, mais il vise à améliorer constamment ses outils d'analyse et à s'adapter à l'évolution des communications. À titre d'exemple, dans les mois à venir, il sollicitera le concours d'experts du secteur afin de s'assurer qu'il s'est doté des meilleurs outils de suivi possibles pour mesurer l'efficacité de ses nouvelles campagnes médiatiques.

Deuxième partie : Le réseau des centres d'information des Nations Unies

I. Antécédents

1. Le réseau mondial de centres d'information des Nations Unies – qui comprend 57 centres, 2 services d'information, 1 centre d'information régional et 8 composantes information de bureaux extérieurs des Nations Unies – a continué à diffuser des informations sur l'action menée par l'ONU dans le monde entier et à tenir son double rôle de « visage et porte-parole » de l'Organisation partout où il est présent. Les priorités d'ensemble de l'ONU en matière de communication sont adaptées sous forme de stratégies locales, l'idée étant d'utiliser des langues locales pour informer le public local.

II. Établir le contact avec des publics du monde entier

A. Communiquer en langues locales

2. À l'heure actuelle, les centres d'information des Nations Unies ont la capacité de travailler dans 48 langues, dont les 6 langues officielles de l'ONU, 37 langues nationales non officielles et 5 langues autochtones – à l'image du multilinguisme des Nations Unies. À ce jour, ils ont produit des documents d'information sur les Nations Unies dans plus de 150 langues. Ils tiennent également à jour des sites Web en 29 langues. Les activités ci-après ont été menées par les centres d'information :

a) À lui seul, le centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale, à Bruxelles, tient un site Web en 13 langues. Il publie en outre des revues et des bulletins mensuels en allemand, en anglais, en français et en portugais. Grâce à une contribution généreuse du Gouvernement portugais, le bureau portugais du centre régional traduit systématiquement les messages du Secrétaire général et d'autres documents d'information importants en portugais et en fait bénéficier d'autres bureaux des Nations Unies basés dans des pays lusophones d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine;

b) Le Service de l'information de l'ONU à Vienne gère son site en cinq langues : allemand, anglais, hongrois, slovaque et slovène. Parmi les documents d'information produit par le Service en langues locales, on peut citer les versions hongroise, slovaque et slovène de la brochure intitulée « 30 Ways the United Nations in Vienna Makes a Difference »;

c) Le centre d'information des Nations Unies à Rio de Janeiro consent également des efforts spécifiques pour mettre davantage d'informations portugaises à la disposition de la communauté lusophone du Brésil – celle qui croît le plus rapidement dans le monde. En novembre 2010, le centre a inauguré un nouveau site Web en portugais consacré à Haïti, où l'on peut consulter des documents d'information sur les activités qui y sont menées par la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti et par le système des Nations Unies, sur la situation humanitaire dans le pays et sur le travail accompli par les Brésiliens qui servent sur place, ainsi que des articles sur les faits survenus tout récemment.

3. *Journée internationale du Novruz*. Cette journée a été célébrée par cinq centres d'information des Nations Unies d'Asie et d'Europe – Ankara, Bakou, Bruxelles, Téhéran et Varsovie. La diffusion du message du Secrétaire général en azéri, en grec, en farsi, en polonais et en turc a contribué à faire mieux connaître le festival de printemps d'origine persane.

B. Le centre d'information des Nations Unies à Luanda : un centre d'information pour les pays d'Afrique lusophones

4. La création du centre d'information des Nations Unies à Luanda renforcera encore la capacité de l'ONU d'établir des contacts avec les populations lusophones de l'ensemble de l'Afrique. Dans cette optique, des représentants du Département et du Bureau de pays du Programme des Nations Unies pour le développement en Angola ont poursuivi leurs pourparlers avec des fonctionnaires du Gouvernement angolais aux fins de la création du centre en question, et notamment de l'établissement d'un accord avec le pays d'accueil. Certaines des premières étapes de la création du centre ont été franchies, notamment le classement des emplois et l'allocation, par le Gouvernement angolais, de fonds pour la construction de locaux. On espère que celle-ci pourra être achevée et que le centre pourra devenir opérationnel d'ici à la fin de l'année.

C. Développer la portée des activités de communication des centres d'information

5. Le Département est conscient du fait que les activités de communication des centres d'information des Nations Unies ne touchent pas tous les États Membres. On réfléchit actuellement aux possibilités d'extension de leur couverture à certains États dont on pourrait considérer qu'ils sont du ressort des bureaux basés à proximité. Cependant, sans l'appui financier qui serait nécessaire pour la création de nouveaux postes, la traduction et l'impression de documents dans de nouvelles langues, ou encore l'organisation de voyages dans les pays concernés, les ressources limitées dont dispose le Département actuellement et celles qu'il est prévu de lui allouer au titre du prochain exercice biennal font que toute amélioration notable à cet égard est impossible.

III. Diffusion de tribunes libres par les centres d'information des Nations Unies

6. Les centres d'information des Nations Unies ont continué de s'adresser à des publics locaux par l'entremise des médias, qui ont diffusé des tribunes libres du Secrétaire général et d'autres hauts fonctionnaires. Par exemple, la tribune libre du Secrétaire général intitulée « Standing at Ground Zero » (Debout face au Point zéro) a été publiée par 23 organes de presse dans 19 pays et son point de vue intitulé « Don't wait for disaster » (N'attendez pas la catastrophe pour agir!) par 27 organes de presse dans 25 pays.

IV. Émissions à la radio et à la télévision locales

7. Le centre d'information des Nations Unies à Buenos Aires a obtenu que des programmes d'information des Nations Unies en espagnol, produits quotidiennement par la Radio des Nations Unies, soient diffusés sur la Radio Nacional de Argentina (station de radio d'État). Ce programme, qui fait partie du « Panorama Nacional de Noticias » (synthèse des informations à caractère national), est diffusé par la radio nationale argentine sur la bande AM et sur ses 37 antennes locales dans tout le pays. Les programmes intitulés « Points cardinaux » et « Les femmes dans le monde » sont également diffusés par la radio nationale argentine chaque dimanche matin, sous le titre « Nouvelles des Nations Unies ».

8. À l'occasion de la célébration de la Journée des Nations Unies, le centre d'information des Nations Unies à Ouagadougou a supervisé la production d'un programme télévisé de 30 minutes, dans lequel la vidéo de la chanson *8 Goals for Africa* (Huit objectifs pour l'Afrique) et trois programmes sur le thème l'ONU en action, consacrés aux activités menées par l'ONU dans les domaines de la paix, du développement et des droits de l'homme, ont été inclus dans le programme diffusé par la chaîne nationale, qui a réuni quelque 14 millions de téléspectateurs.

V. Modes de communication novateurs, au plan local et au-delà

9. Afin de mieux informer ceux que sert l'Organisation des préoccupations prioritaires qui sont les siennes, nombre de centres d'information ont obtenu le concours de divers partenaires et conçu des programmes novateurs, dont voici quelques exemples :

a) En coopération avec la présidence de l'Union européenne, le centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale, à Bruxelles, a organisé un concours d'affiches ouvert à des candidats de l'Europe entière, intitulé « Contre la pauvreté, laissez libre cours à votre créativité! ». Il s'inscrivait dans le cadre d'une campagne elle-même menée à l'échelle européenne pour promouvoir les objectifs du Millénaire. Plus de 2 000 affiches, réalisées par des concurrents de 34 pays, ont été présentées et le gagnant s'est vu remettre le prix de la présidence espagnole par la Reine Sofia d'Espagne lors d'une cérémonie organisée à Madrid en septembre 2010;

b) Du 19 au 21 octobre, en collaboration avec le Secrétariat de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, le centre d'information des Nations Unies à Mexico a organisé un atelier à l'intention de journalistes d'Amérique latine et des Caraïbes, en préparation de la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques qui devait se tenir plus tard dans l'année à Cancún. Cinquante représentants des principaux médias de la région ont assisté à cet atelier;

c) Le centre d'information des Nations Unies à Pretoria a mis sur pied un projet régional impliquant les 16 centres d'information des Nations Unies situés en Afrique subsaharienne, dont l'objet est la production d'une vidéo à l'occasion de la Journée des droits de l'homme 2010. Il a été demandé au personnel des centres d'interroger et de filmer des défenseurs des droits de l'homme, en se concentrant sur le thème des « Défenseurs des droits de l'homme qui luttent contre les

discriminations ». Le centre d'information de Pretoria a ensuite fait la synthèse des vidéos reçues sous la forme de clips de cinq minutes, qui ont été affichés sur les sites Web des centres d'information d'Afrique et distribués à d'autres centres d'information et aux bureaux des Nations Unies spécialisés dans la défense des droits de l'homme partout dans le monde;

d) Le centre d'information des Nations Unies à Tokyo organise des ateliers hebdomadaires sur des thèmes liés à l'information et à la documentation en provenance de l'ONU. Il propose cinq types d'ateliers : le premier couvre l'information et la documentation à caractère général produites par l'ONU; les autres se concentrent sur le Conseil de sécurité, sur les droits de l'homme, sur les statistiques de l'ONU et sur des jeux de rôle qui mettent en scène le fonctionnement de l'ONU;

e) En décembre 2010, le Service de l'information de l'ONU à Vienne a accueilli une E-conférence expérimentale organisée par l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime, en coopération avec l'Université de Vienne, sur le thème « Sport, violence et prévention du crime », qui a été diffusée en direct sur Internet à l'intention d'universités du monde entier. Les participants, qui se trouvaient en Australie et en Espagne, au Japon et en Lituanie, étaient connectés par l'intermédiaire du portail central.

VI. De la Journée à la Semaine des Nations : l'initiative UN4U (l'ONU pour vous)

10. Nombre de centres d'information des Nations Unies ont commencé à organiser une Semaine des Nations Unies, plutôt qu'une simple Journée, ce qui leur permet d'œuvrer de façon plus approfondie avec les équipes de pays des Nations Unies, les ministères compétents, les organisations non gouvernementales, les institutions universitaires et d'autres acteurs de la société civile. En 2010, 26 centres d'information ont organisé une telle Semaine des Nations Unies, pendant laquelle ils sont entrés en contact avec 85 000 étudiants. Les activités ci-après ont été menées à ce titre :

a) En collaboration avec l'équipe de pays des Nations Unies, le centre d'information des Nations Unies à Tripoli a organisé une semaine complète d'activités pour célébrer les 60 ans de la coopération entre l'ONU et la Jamahiriya arabe libyenne, comprenant notamment une conférence de presse, une journée « portes ouvertes », une exposition et un concours de dessin à l'intention des étudiants;

b) Le centre d'information des Nations Unies à Panama a inauguré la Semaine des Nations Unies par une cérémonie de lever des couleurs, suivie par des activités telles qu'une journée « portes ouvertes » avec exposés et projections de films, une exposition de documents d'information sur l'ONU, les droits de l'homme, les objectifs du Millénaire et la jeunesse, ou encore des jeux et la simulation de l'exécution d'un programme de l'ONU;

c) En collaboration avec le Groupe de la communication des Nations Unies et d'autres partenaires, le Bureau des Nations Unies à Erevan a organisé des activités étalées sur toute une semaine : conférences, réalisation de peintures sur le thème de la paix par des enfants, concert, simulation de l'exécution d'un programme de l'ONU, visite du Président de la République à la Maison des Nations Unies. Des

artistes et chanteurs arméniens de premier plan ont également participé à un concert donné au Théâtre national à l'occasion de la Journée des Nations Unies;

d) Avec des membres de l'équipe de pays des Nations Unies, des membres du personnel du centre d'information des Nations Unies à Harare se sont rendus dans 38 établissements primaires et secondaires de 7 des 10 provinces que compte le pays, ce qui leur a permis de rencontrer environ 19 000 élèves. Ils ont fait des exposés en anglais et en langues locales (shona et ndebele). Par ailleurs, le centre d'information a organisé une session de formation à l'intention de fonctionnaires de l'équipe de pays des Nations Unies, durant laquelle différents sujets ont été abordés, notamment les questions fréquemment posées et les réponses à y apporter.

11. En octobre 2010, le centre d'information des Nations Unies à Jakarta a assuré la coordination de la première campagne de communication « L'ONU pour vous » organisée sur place. Le Coordonnateur résident et d'autres responsables de l'équipe de pays des Nations Unies ont donné des conférences et présenté des exposés devant des étudiants et des enseignants de dizaines d'institutions universitaires, dans neuf endroits différents. Ils se sont exprimés en tout devant 3 800 participants. Le centre d'information a mené une enquête parmi un millier d'entre eux, qui a clairement montré que leur compréhension de l'action menée par l'ONU s'était nettement améliorée grâce à cette campagne.

VII. Développer l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et des communications

A. Site Web des centres d'information des Nations Unies

12. Tous les centres d'information des Nations Unies possèdent leur propre site Web, dont certains bénéficient du concours des webmestres présents dans les centres qui fournissent un appui au niveau régional. En 2010, on a enregistré quelque 7 millions de visiteurs et plus de 33 millions de visualisations de page sur les sites Web des centres. C'est le Service de l'information de l'ONU à Vienne qui en a enregistré le plus (9,7 millions), suivi par les centres de Mexico (7,7 millions), Bruxelles (5,3 millions), Varsovie (2,2 millions) et Bogotá (2,1 millions). Certes, plusieurs sites Web ont connu des problèmes techniques en 2010, mais ils demeurent une source importante d'information au sujet de l'ONU.

13. La page Web des centres d'information des Nations Unies, accessible depuis la page d'accueil du site Web de l'ONU, peut être consultée dans les six langues officielles. Elle demeure un point d'accès pratique aux sites Web de l'ensemble des centres d'information. Elle fournit des coordonnées détaillées et met en relief les activités menées par les centres d'information, au moyen de blogs et de photos. En 2010, elle a été consultée par quelque 650 000 internautes, toutes langues confondues.

B. Réseaux sociaux et campagnes au moyen de l'envoi de messages courts

14. L'utilisation d'outils associés à des réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, YouTube et Flickr par les centres d'information des Nations Unies continue de se développer, à l'image de l'usage de plus en plus fréquent qu'en font le grand public,

et plus particulièrement les jeunes. On n'a plus seulement recours aux langues officielles de l'Organisation, mais aussi à l'allemand, au japonais, au polonais, au portugais, au roumain, au slovaque, au slovène et au tchèque.

Centres d'information des Nations Unies utilisant Facebook, Flickr, les messages courts, Twitter et YouTube

(En décembre 2010)

Facebook (22)	Bakou, Bogotá, Bruxelles, Bucarest, Buenos Aires, Le Caire, Dar es-Salaam, Erevan, Jakarta, La Paz, Lima, Manille, Mexico, New Delhi, Prague, Pretoria, Rio de Janeiro, Tokyo, Tunis, Varsovie, Vienne et Washington
Flickr (2)	Bogotá, Colombo
Messages courts (1)	Manama
Twitter (16)	Bogotá, Bruxelles, Canberra, Colombo, Erevan, Jakarta, La Paz, Mexico, New Delhi, Rio de Janeiro, Téhéran, Tokyo, Tunis, Varsovie, Vienne et Washington
YouTube (12)	Bogotá, Erevan, Jakarta, Katmandou, La Paz, Lima, Mexico, Prague, Pretoria, Rio de Janeiro, Tokyo et Washington

15. Le centre d'information des Nations Unies à Manama a conclu un arrangement important avec BATELCO, principale compagnie téléphonique de Bahreïn, en vertu duquel le centre dispose d'un compte lui permettant désormais d'envoyer des messages courts gratuitement. Il peut en profiter pour envoyer des messages courts contenant des extraits des messages du Secrétaire général à l'occasion des Journées internationales en direction des téléphones mobiles de plusieurs centaines de milliers de clients, dans la région et partout ailleurs dans le monde. Le centre d'information a utilisé ce nouvel outil pour la première fois lors de la Journée des Nations Unies 2010 : il a adressé un message en arabe et en anglais, ainsi que le lien hypertexte vers le site de l'ONU, aux clients de BATELCO et à d'autres personnes dans la région du Golfe et au-delà.

VIII. Renforcement de la formation et de l'appui en matière de communication

16. *Atelier sur les communications au Caire*. Dans le cadre des efforts que le Département continue de mener pour améliorer les compétences du personnel des centres d'information des Nations Unies en matière de communication, un atelier a été organisé sur ce sujet dans la région arabe, au Caire, au début de décembre 2010. On s'y est concentré sur les compétences pratiques et sur les outils permettant d'utiliser les médias de façon stratégique, de rendre l'Organisation visible et crédible dans un certain nombre de domaines, de concevoir des messages adaptés à des situations spécifiques et de les diffuser efficacement, de tirer parti des possibilités offertes par les médias sociaux et de concevoir et mettre en œuvre des stratégies en matière de communication.

17. *Formation en ligne*. Afin d'aider les fonctionnaires de l'ONU chargés de l'information qui se trouvent loin du Siège à améliorer leurs compétences en matière de rédaction sur le Web, le Département a une fois encore collaboré avec le Programme d'enseignement des langues et des techniques de communication du Bureau de la gestion des ressources humaines dans le cadre de l'organisation d'une formation en ligne, divisée en huit modules et intitulée « Rédaction pour les sites Web », qui a été dispensée au moyen de l'outil de collaboration en ligne WebEx. Dix membres du personnel de centres d'information des Nations Unies ont expérimenté le premier de ces cours en mai et juin 2010; le second, qui s'est déroulé de septembre à novembre 2010, était également ouvert au personnel des missions. Le Département continuera de réfléchir à l'utilisation qui peut être faite de WebEx pour assurer une formation et organiser des réunions à distance, mais aussi pour apporter un appui technique à distance aux centres d'information.

IX. Problèmes rencontrés actuellement

18. Beaucoup de centres d'information des Nations Unies ont un besoin urgent de ressources financières pour maintenir en état ou rénover leurs locaux. Du fait que le montant des dépenses connexes telles que le loyer, les charges, la protection et les autres frais augmentent chaque année, les ressources disponibles pour l'entretien régulier diminuent.

19. Avec à l'esprit de telles considérations, ainsi que l'objectif de parvenir à une plus grande cohérence et à l'unité d'action au niveau national, le Département a évolué vers la solution consistant à partager avec d'autres membres de l'équipe de pays des Nations Unies les locaux des centres d'information, chaque fois que c'est possible. Dans certains cas, ce genre d'arrangements a été conclu par choix, mais il est arrivé qu'il le soit par nécessité.

20. Depuis le début de 2010, quatre centres d'information des Nations Unies ont été réinstallés dans des locaux communs (dont trois pour des raisons de sécurité) et un cinquième sous-loue une partie de ses locaux à une entité des Nations Unies. Il est prévu que cette tendance se poursuive; si le partage de locaux n'est pas une option, pour des raisons de coût ou de manque d'espace, le Département réfléchit alors à la possibilité de diminuer la superficie des locaux des centres d'information, aux fins d'une réduction des coûts qui y sont associés. Il convient de mentionner, cependant, que toute réinstallation et toute réduction de la superficie occupée sont onéreuses à court terme, en raison des coûts d'aménagement et de construction. Les exigences liées à la sécurité, en particulier, entraînent des conséquences financières de plus en plus lourdes, tant sous forme de frais d'installation non récurrents que sous forme de frais afférents au gardiennage, au suivi et à la communication, qui présentent un caractère récurrent.

Conclusions

Au cours de l'année écoulée, le Département de l'information a enregistré des progrès importants. En établissant des priorités parmi ses campagnes thématiques et en renforçant sa coopération avec des partenaires du système des Nations Unies, le Département a été en mesure de diffuser ses messages aux publics visés de la manière la plus rationnelle possible. L'un des facteurs qui ont contribué à son succès n'est autre que l'utilisation efficace de technologies de l'information et des

communications complémentaires, en particulier les outils que sont les médias sociaux tels que Facebook, YouTube, Twitter et Flickr. À l'avenir, l'utilisation de ces médias se développera. Toutefois, elle exige une attention constante et un personnel dévoué. À mesure que l'utilisation des médias sociaux se généralisera dans le cadre des campagnes menées par le Département, celui-ci devra consacrer des ressources à la collecte des statistiques et à l'établissement des mesures nécessaires pour qu'il puisse analyser l'impact de ces outils. Un autre défi consistera à faire en sorte qu'ils soient accessibles dans le plus grand nombre de langues possible.

La capacité du Département d'intégrer le réseau de centres d'information des Nations Unies dans ses campagnes promotionnelles a également contribué au succès croissant de ses activités. De leur côté, les centres d'information ont démontré qu'ils pouvaient jouer un rôle précieux et efficace, en œuvrant de manière stratégique avec des partenaires du système des Nations Unies et de l'extérieur, afin d'informer divers groupes de population, dans leur propre langue, de l'action menée par l'ONU partout dans le monde. Le Département continuera d'améliorer la capacité des centres de jouer ce rôle – en les faisant participer à l'élaboration de stratégies de communication et en leur fournissant des orientations et du matériel d'information relatifs aux enjeux prioritaires, en leur faisant parvenir depuis d'autres bureaux le financement de départ nécessaire, afin de les aider à communiquer sur les thèmes désignés, en facilitant leur réinstallation dans les locaux qu'ils devront partager avec d'autres membres des équipes de pays des Nations Unies, et en organisant des formations – en présence de formateurs ou, de plus en plus souvent, en ligne – afin d'améliorer leurs compétences en matière de communication, tout en cherchant des modalités novatrices de modernisation de leur matériel.