



Assemblée générale

Distr. générale
12 février 2014
Français
Original : anglais

Comité de l'information

Trente-sixième session

28 avril-9 mai 2014

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

Rapport du Secrétaire général

Résumé

Le présent rapport, établi en application de la résolution [68/86 A](#) de l'Assemblée générale, passe en revue les principales activités menées par le Département de l'information entre septembre 2013 et février 2014 pour promouvoir l'action de l'ONU auprès du public dans le monde entier par l'entremise de ses services de communication stratégique.

Dans le cadre des services de communication stratégique, dont l'exécution est assurée par la Division de la communication stratégique et qui constituent l'un de ses trois sous-programmes, le Département élabore et met en place des stratégies en vue de diffuser les messages de l'ONU concernant les enjeux prioritaires. La Division se charge aussi de la gestion d'un réseau de plus de 60 bureaux extérieurs. En tant que secrétariat du Groupe de la communication des Nations Unies et de ses équipes spéciales, elle cherche à renforcer la coordination des activités de communication dans tout le système des Nations Unies.

Les activités menées au titre des deux autres sous-programmes du Département (services d'information et services de diffusion) font l'objet de deux autres rapports du Secrétaire général ([A/AC.198/2014/3](#) et [A/AC.198/2014/4](#), respectivement).



I. Introduction

1. Dans sa résolution [68/86 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-sixième session ([A/AC.198/2013/2](#) à 4) et prié le Secrétaire général de continuer à rendre compte de ces activités au Comité de l'information.
2. 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 dans trois rapports distincts correspondant aux trois sous-programmes du Département : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion.
3. Le présent rapport est consacré aux activités liées aux campagnes thématiques du Département. Il décrit son action stratégique et fournit un résumé de ses campagnes de communication sur les principaux enjeux. Le rapport porte aussi sur les activités menées par le réseau des centres d'information des Nations Unies, notamment leurs travaux multilingues.
4. Sauf indication contraire, le présent rapport couvre les activités du Département pour la période allant de septembre 2013 à février 2014.

II. Campagnes de communication

A. Approche stratégique du Département de l'information

Présence de l'Organisation sur les réseaux sociaux, sa stratégie à leur égard et les directives qu'elle suit pour leur utilisation

5. La stratégie du Département relative aux médias sociaux consiste à utiliser ces réseaux à croissance rapide pour diffuser les actualités importantes de l'ONU, signaler le lancement de campagnes d'information et les supports sur lesquels elles seront menées, lutter contre la désinformation sur les activités des Nations Unies, fournir en matière de communication en temps de crise un appui rapide et rationnel du point de vue économique, dialoguer avec les utilisateurs des réseaux sociaux et offrir une vision de l'intérieur sur le travail de l'Organisation. On estime que, sur l'ensemble des principaux médias sociaux (Facebook, Flickr, Google Plus, Instagram, Tumblr, Twitter, YouTube, VK, WeChat et Weibo), les messages de l'ONU sont vus chaque jour par plus de 8 millions de personnes dans les six langues officielles de l'Organisation et d'autres langues. Leur utilisation permet de mieux faire connaître l'action de l'ONU et de renforcer la transparence de l'Organisation.
6. Le Département gère les comptes ouverts sur les médias sociaux de manière décentralisée en les répartissant sur les trois divisions, certains comptes diffusant des informations relatives à l'ensemble de l'Organisation, tandis que d'autres sont consacrés à des produits particuliers (le magazine *Afrique Renouveau*, l'*Annuaire des Nations Unies*, la Radio des Nations Unies, etc.) et/ou à des régions couvertes par des centres d'information des Nations Unies. Afin d'améliorer la coordination, la portée et l'efficacité de ses opérations dans le domaine ainsi que la qualité des contenus diffusés, le Département a mis sur pied une équipe chargée de préparer, de

proposer et de mettre en œuvre des mécanismes de gouvernance ainsi que de promouvoir et de faire respecter l'égalité entre les langues, tout en regroupant et en utilisant au mieux les ressources en moyens financiers et en personnel affectées aux activités liées aux réseaux sociaux. L'équipe a établi plusieurs documents fournissant des orientations sur l'utilisation des réseaux sociaux pour les communications à caractère professionnel et les activités de sensibilisation qui décrivent les risques et les problèmes potentiels, qui ont été diffusés à l'intérieur du Secrétariat et dans l'ensemble du système des Nations Unies. Ces documents fournissent aussi un cadre pour utiliser efficacement les médias sociaux, en conformité avec les politiques existantes de l'ONU, et visent à protéger l'Organisation contre la déformation de son image. Pour en favoriser l'application, le Département organise des stages de groupe et individuels, notamment des sessions en ligne à l'intention du personnel travaillant dans les centres d'information des Nations Unies. Début 2013, il a lancé une communauté virtuelle accueillant un forum électronique qui permet au personnel de soumettre des questions en ligne et d'accéder à de la documentation pédagogique. D'autres messages d'orientation sont communiqués deux fois par semaine.

7. Le Département organise également des séances d'information sur des thèmes relatifs aux médias sociaux et joue un rôle moteur dans la coordination des initiatives menées en la matière dans l'ensemble du système des Nations Unies. Le partage d'instructions essentielles permet d'assurer la cohérence et la constance des campagnes menées dans les six langues officielles de l'ONU. Une liste de tous les comptes ouverts par l'Organisation devrait être mise en ligne en 2014.

8. Le Département étudie comment utiliser au mieux les médias sociaux dans le cadre des ressources existantes et comment financer des outils de gestion de comptes qui contribueraient à rationaliser la publication de contenu multilingue sur plusieurs médias, à donner au Département des moyens accrus de dialoguer avec le public dans le monde entier et à améliorer la communication.

9. Au cours de la période considérée, le nombre d'utilisateurs du principal compte Twitter de l'ONU, celui en langue anglaise (@UN), qui est géré par la Division de la communication stratégique, a augmenté sans interruption et dépasse maintenant les 2,1 millions de personnes. Les activités du Département ont été décrites sur le blogue médias de Twitter, qui montre la bonne façon d'utiliser Twitter dans les domaines de la télévision, de la musique, du sport, de l'activité gouvernementale, du journalisme et d'autres secteurs. Parmi les thèmes ayant eu le plus de succès dans la seconde moitié de 2013, au vu du nombre d'informations partagées, de clics sur l'icône « Like » et de commentaires, figurent notamment l'intervention des Nations Unies à la suite du typhon Haiyan aux Philippines, la campagne sur le thème « The World Needs More » dans le cadre de la Journée mondiale de l'aide humanitaire, la Journée des Nations Unies, la première Journée mondiale des toilettes jamais organisée, la Journée internationale des migrants et la crise en République arabe syrienne. Des résultats analogues ont été observés sur les comptes Facebook et Google Plus en langue anglaise, qui totalisent à eux deux plus de 2,5 millions d'adeptes. Le Département a également restructuré la présence de l'Organisation sur LinkedIn et commencé à actualiser régulièrement les informations qu'il met en ligne sur ce réseau de plus en plus important et en plein développement.

10. L'audience de la chaîne des Nations Unies sur YouTube n'a cessé de progresser, avec plus de 8 millions de visionnages et 47 000 abonnés. Plus de 2 800 vidéos sont accessibles et leur contenu est actualisé quotidiennement. La Photothèque des

Nations Unies connaît un succès grandissant sur les médias sociaux, le total cumulé des visionnages sur Flickr ayant dépassé les 5,8 millions – soit plus du double par rapport au chiffre de l’an dernier. Facebook et Twitter ont également enregistré de fortes progressions. En outre, un nouveau service Instagram a recueilli plus de 40 000 abonnés lors de la mise en ligne de ses 300 premières photos.

11. Plusieurs comptes officiels de l’ONU sur les médias sociaux ont enregistré une croissance sensible de leur audience au cours de la période considérée. Le Département a augmenté sa présence sur le site en langue chinoise Sina Weibo, où il a mis en ligne plus de 10 000 documents et a vu le nombre de ses abonnés progresser pour atteindre les 5,95 millions sur ses deux comptes. Plus de 180 vidéos ont été adaptées en chinois et publiées sur Youku, Tudou, Sina Video et Tencent Video, où elles ont été vues par quelque 3,2 millions de personnes. Certains contenus initialement diffusés par la voie des médias sociaux, tels que la version chinoise de *Enough*, une vidéo sur une campagne des Nations Unies en faveur de l’aide humanitaire, et un entretien avec M. Lang Lang, le pianiste qui a récemment été nommé Messenger de la paix, ont été ensuite diffusés par les médias traditionnels.

12. Les comptes en langue espagnole ouverts par le Département sur les médias sociaux ont également affiché une croissance soutenue : 60 % sur Twitter et une progression de 34 % du nombre d’abonnés sur Facebook et de 43 % du nombre de visionnages sur YouTube. La vidéo la plus regardée concernait le mariage d’enfants et la liste de lecture ayant eu le plus grand succès était composée de vidéos sur les intérêts des femmes.

13. Le Département s’emploie à accroître le nombre de ses abonnés et à développer sa présence sur les médias sociaux en langues arabe, française et russe, ainsi qu’en portugais et en kiswahili, où il a des comptes par l’entremise du Centre d’actualités et de la Radio des Nations Unies.

Tableau 1
Chiffres relatifs aux comptes du Département de l’information sur les médias sociaux

Plateformes de médias sociaux utilisés par le DPI*	Langues							
	Anglais	Arabe	Chinois	Espagnol	Français	Kiswahili	Portugais	Russe
Facebook likes	1 165 974	43 286	271		80 635	1 804	9 213	3 725
Abonnés Twitter	2 467 807	31 009	5 564		23 082	289	17 562	3 292
Visionnages YouTube	8 264 008	1 750			294 875		418	
Visionnages Flickr	5 092 313						4 104	
Abonnés Google Plus	1 503 247	483			23			492
Abonnés Pinterest	9 547				116			
Abonnés Tumblr	25 783							
Abonnés Vkontakte								2 443
Abonnés Weibo			5 725 829					
Sites chinois de partage de vidéos : Youku, Todou et Sina – visionnages			3 200 000					
Abonnés Instagram							18	104

* Chiffres de novembre 2013.

B. Campagnes thématiques

1. Opérations de paix des Nations Unies

14. Le Département de l'information a continué de coopérer étroitement avec les Départements des opérations de maintien de la paix, de l'appui aux missions et des affaires politiques en vue de promouvoir et d'appuyer les opérations de paix des Nations Unies, notamment en participant aux travaux d'équipes spéciales intégrées spécialistes de tel ou tel domaine ou de tel ou tel pays, mais aussi aux projets de groupes de travail dirigés par le Département des opérations de maintien de la paix et le Département des affaires politiques. Au cours de la période considérée, il a collaboré avec des groupes opérationnels ou inter institutions sur des opérations de maintien de la paix ou des missions politiques en Afghanistan, en Côte d'Ivoire, en Haïti, en Iraq, au Liban, au Libéria, en Libye, au Mali, au Pakistan, en République arabe syrienne, en République centrafricaine, en République démocratique du Congo, en Somalie, au Soudan du Sud et au Moyen-Orient.

15. S'agissant du conflit en République arabe syrienne, le Département de l'information a collaboré avec les partenaires des Nations Unies tant au Siège que dans la région pour promouvoir une compréhension approfondie et élargie des efforts politiques déployés par l'Organisation et de son intervention humanitaire en réaction aux événements dans le pays et dans les pays voisins. Il a coopéré avec l'équipe des Nations Unies chargée de planifier l'action d'urgence en République arabe syrienne sous la direction du Département des affaires politiques, pour examiner la possibilité d'une présence des Nations Unies dans ce pays dans le cadre de diverses situations postconflit. Il a lancé un nouveau service d'informations hebdomadaires – *Syrian Crisis: United Nations Response* (Crise syrienne : les réactions de l'ONU), conçu comme un outil de référence et d'orientation, qui offre un aperçu des toutes dernières activités entreprises par l'ONU en réaction à la crise en République arabe syrienne. Le Département a également fait partie de l'équipe de planification interdépartementale qui a mis au point un concept d'opérations concernant la Mission conjointe de l'Organisation pour l'interdiction des armes chimiques et de l'Organisation des Nations Unies, en vue de l'élimination du programme d'armes chimiques en République arabe syrienne. Depuis sa création en octobre 2013, la Mission conjointe bénéficie de l'appui du Département de l'information sur les questions de communication, notamment sous la forme de l'hébergement du site qui lui est dédié, du recensement des candidats potentiels à des postes dans le secteur de l'information et d'une couverture médiatique des visites au Siège de la Coordonnatrice spéciale. Le Service d'information des Nations Unies à Genève a appuyé les efforts du Représentant spécial conjoint pour la République arabe syrienne pour régler le conflit. Outre le suivi de la couverture internationale des événements liés à la République arabe syrienne dans la presse écrite, le Département a fourni aux fonctionnaires travaillant sur cette question des informations actualisées quotidiennement sur les tendances observées dans les médias sociaux des pays arabes.

16. En réaction à la dégradation de la situation en République centrafricaine, et comme proposé par l'Équipe spéciale intégrée pour ce pays, le Département de l'information a dirigé un groupe de travail sur les activités d'information qui réunit les coordonnateurs de la communication au sein des différents bureaux concernés, en vue de promouvoir la coordination des efforts et des priorités dans ce domaine et de répondre aux besoins urgents sur le terrain. Il a contribué à une plus large

diffusion des messages du Secrétaire général, à la fois au niveau international et dans le pays, à l'aide d'un partenariat avec la station locale Radio Ndeke Luka. En l'absence de moyens de communication sur le terrain, il a envoyé sur place à partir du 6 janvier 2014, à titre temporaire, un responsable de l'information pour répondre aux besoins en la matière du Bureau intégré des Nations Unies pour la consolidation de la paix en République centrafricaine (BINUCA). Il a restructuré et mis à jour le site Web du BINUCA et s'est engagé à poursuivre la gestion jusqu'à ce que la mission soit prête à prendre le relais. Il a collaboré étroitement avec le Département des opérations de maintien de la paix et le Département des affaires politiques pour évaluer la possibilité de monter une station de radio des Nations Unies en République centrafricaine ou, le cas échéant, de créer des partenariats avec les radios locales.

17. Depuis l'éclatement de la crise au Soudan du Sud en décembre 2013, le Département de l'information a collaboré avec les Départements des opérations de maintien de la paix et de l'appui aux missions pour assurer la communication de messages cohérents et la fourniture d'informations à la presse. Les pages hébergées sur le site du Siège concernant la Mission des Nations Unies au Soudan du Sud (MINUSS) ont été mises à jour et les déclarations relatives à cette question de la part de responsables de l'ONU ont été diffusées aux principaux médias internationaux, notamment ceux des pays fournisseurs de contingents et de personnel de police. Le Département a procuré aux fonctionnaires de l'ONU travaillant au Siège et sur le terrain un suivi ciblé de la couverture de l'évolution de la situation au Soudan du Sud par les médias.

18. En Haïti, le Département a eu recours à divers moyens – y compris les médias sociaux – pour promouvoir l'action menée par l'ONU dans la lutte contre le choléra, notamment les efforts déployés à cet égard par le Secrétaire général, son Coordonnateur principal pour la lutte contre choléra et par l'équipe de pays des Nations Unies.

19. Dans le cadre des autres questions relatives à l'appui aux missions, le Département de l'information a continué d'aider les Départements des opérations de maintien de la paix, de l'appui aux missions et des affaires politiques à recruter du personnel chargé de l'information dans les missions. Au cours de la période considérée, il a participé à l'examen des effectifs des composantes information des opérations de maintien de la paix des Nations Unies au Darfour et en Côte d'Ivoire.

20. Le personnel du Département, au Siège et dans les différents centres et bureaux qui constituent le réseau d'information mondial des Nations Unies, en étroite coopération avec les opérations de maintien de la paix à Chypre, en Côte d'Ivoire, en Haïti, au Libéria, au Mali, en République démocratique du Congo, au Soudan et au Soudan du Sud, a mené des actions de sensibilisation auprès des médias dans 20 pays fournisseurs de contingents et de personnel de police en vue de faire mieux connaître et faire appuyer dans ces pays les activités de maintien de la paix des Nations Unies.

21. Le Département a également fourni un suivi de la couverture médiatique spécialement consacrée aux questions de paix et de sécurité à l'intention de hauts fonctionnaires de l'ONU, de spécialistes de ces questions et du personnel chargé de la communication au Siège et sur le terrain pour permettre une meilleure appréciation de la situation, assurer la coordination de la communication et permettre une intervention rapide et efficace auprès des médias.

22. En étroite collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix, le Département de l'information a géré le site Web des opérations de maintien de la paix dans les six langues officielles de l'Organisation (<http://www.un.org/peacekeeping>). Le conseil de rédaction Web commun aux deux départements a défini les objectifs liés à la mise à jour et à l'enrichissement du site Web pour améliorer la qualité de la présentation visuelle et de celle du contenu, ainsi que pour accroître l'utilisation des médias sociaux. Par ailleurs, pour que la page d'accueil soit à jour et que son contenu soit dynamique, le Groupe de rédaction a organisé des campagnes en ligne de courte durée. Lancée en septembre, la dernière campagne du Département des opérations de maintien de la paix, intitulée « Un effort international pour promouvoir la paix sur le terrain », a rendu hommage aux pays, plus de 110 en tout, qui ont fourni 95 000 militaires et policiers aux opérations de maintien de la paix des Nations Unies. La campagne, dans les six langues officielles de l'Organisation, a coïncidé avec le débat de haut niveau organisé cette année dans le cadre de la soixante-huitième session de l'Assemblée générale. En décembre, le Département des opérations de maintien de la paix a lancé une autre grande campagne en ligne intitulée *Year in Review 2013* (L'année 2013 passée en revue). Sur l'ensemble de l'année 2013, le nombre total de pages vues et de consultations du site Web des opérations de maintien de la paix a atteint un niveau record, s'établissant respectivement à 7 233 578 et 2 069 344.

2. Lutte contre le terrorisme

23. En étroite collaboration avec le Bureau de l'Équipe spéciale de lutte contre le terrorisme, le Département a encouragé la mise en application de la Stratégie antiterroriste mondiale des Nations Unies et offert un soutien en matière de communication à l'Équipe spéciale et à ses groupes de travail. Il a contribué à l'actualisation de documents figurant sur les pages du site Web consacré à la lutte contre le terrorisme et transmis des dossiers de presse hebdomadaires aux membres du Bureau de l'Équipe spéciale. Il a aidé le Groupe de travail du Bureau sur le soutien aux victimes du terrorisme et la sensibilisation à leur cause à établir son plan de travail pour l'année à venir.

24. Le Département a participé à la réunion des membres de l'Équipe spéciale tenue les 2 et 3 décembre 2013 pour faire le point des activités en cours et établir des stratégies sur les initiatives à venir. Il a participé et fourni un appui en matière de communication à l'atelier régional sur l'application de la Stratégie antiterroriste mondiale des Nations Unies en Afrique de l'Ouest et au Sahel, organisé les 31 octobre et 1^{er} novembre à Abuja. Il a également participé à la tenue du stage de la Direction exécutive du Comité contre le terrorisme sur le thème des technologies de l'information et des communications dans la lutte contre le terrorisme organisé le 11 décembre.

3. Les objectifs du Millénaire pour le développement et le programme de développement pour l'après-2015

25. Le Département de l'information a fourni un appui important et continu en matière de communication aux activités et aux manifestations de haut niveau visant à promouvoir l'accélération de la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement et l'adoption d'un programme de développement pour l'après-2015. Il a notamment contribué à la manifestation spéciale sur les objectifs du Millénaire organisée par le Président de l'Assemblée générale, en fournissant un appui

stratégique, en coordonnant la diffusion de messages, en établissant un dossier de presse et en assurant la promotion de la manifestation, notamment grâce à l'actualisation du site Web et la diffusion de messages sur les médias sociaux. Au 1^{er} octobre, le mot clef #MDGs sur Twitter a permis de toucher 23 334 463 personnes par le biais de 11 185 tweets, 178 515 053 personnes en ayant pris connaissance à la faveur d'autant d'impressions.

26. Le Département a également promu la Journée internationale pour l'élimination de la pauvreté et facilité la mobilisation sur Twitter autour de cette journée grâce au mot clef #EndPoverty. La documentation qu'il a produite concernant les objectifs du Millénaire pour le développement a été largement diffusée sur les médias sociaux par les organismes des Nations Unies, les organisations non gouvernementales et les États Membres. Le mot clef #EndPoverty a suscité des tweets de près de 8 000 personnes et a permis d'atteindre 25 millions d'utilisateurs uniques.

27. La promotion des initiatives visant à accélérer la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement a bénéficié d'une contribution de premier plan sous la forme, entre autres, de l'Initiative mondiale pour l'éducation avant tout qui a célébré l'écolière Malala Yousafzai, ainsi que de l'Appel à l'action en faveur de l'assainissement lancé par le Vice-Secrétaire général et de la première Journée mondiale des toilettes adoptée par l'ONU. Le Département a participé et contribué à la promotion de la campagne #toilets4all sur les médias sociaux et publié sur la page LinkedIn du Secrétaire général une présentation de l'assainissement comme une possibilité offerte aux personnalités du monde des affaires de faire un investissement qui sauve des vies. Il a également coordonné, de concert avec les centres d'information des Nations Unies, les activités de sensibilisation menées par l'Organisation à cette occasion.

28. Le portail des objectifs du Millénaire pour le développement (www.un.org/millenniumgoals) a vu son contenu faire l'objet de mises à jour et d'une restructuration importantes en 2013, portant notamment sur l'adjonction de nouvelles sections interactives telles que la page MDG Momentum. Le site Web est plus interactif et comprend des retransmissions en direct sur Twitter concernant les objectifs et le programme de développement pour l'après-2015. La page « Take Action » et la page consacrée à chacun des objectifs ont été enrichies, notamment par des infographies et des fiches d'information destinées à susciter une plus grande participation du public. Le portail a également hébergé des pages Web concernant la manifestation spéciale de l'Assemblée générale et la manifestation pour le succès des objectifs organisée par le Secrétaire général, les deux ayant eu lieu en septembre 2013. D'août à novembre 2013, le site Web des objectifs du Millénaire pour le développement a enregistré plus de 440 000 visiteurs uniques qui ont consulté 1,7 million de pages, la durée moyenne des consultations ayant de son côté sensiblement augmenté.

29. Par ailleurs, le Département a préparé une documentation pour la presse, mené des activités de sensibilisation et organisé les points de presse du Secrétaire général et des fonctionnaires du Département des affaires économiques et sociales et du Programme des Nations Unies pour le développement à l'occasion du lancement du Rapport 2013 du Groupe de réflexion sur le retard pris dans la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement intitulé *Le partenariat mondial pour le développement : les défis à relever*. Avant la tenue de l'Assemblée générale, il a

établi un dossier de presse sur les objectifs du Millénaire pour le développement, comprenant des notes d'information approfondies sur chaque objectif ainsi que des statistiques clefs et des exemples de réussite qui mettaient également en évidence les nombreuses initiatives lancées par les Nations Unies. Le dossier de presse a été traduit dans les six langues officielles de l'Organisation et fait l'objet d'une large diffusion.

4. Développement durable

30. Le Département a continué de promouvoir les mécanismes de suivi des résultats de la Conférence des Nations Unies sur le développement durable qui s'est tenue à Rio de Janeiro (Brésil) en 2012, notamment en diffusant des informations sur les progrès accomplis par le Groupe de travail ouvert sur les objectifs de développement durable, sur la séance inaugurale du Forum politique de haut niveau et sur la séance de clôture de la Commission du développement durable.

31. Les préparatifs en cours concernant la promotion de la Conférence des Nations Unies sur les petits États insulaires en développement, qui se tiendra au Samoa en septembre 2014, portent sur l'élaboration d'une stratégie de communication, l'adoption d'un logo et d'un slogan et l'établissement d'une documentation à l'appui de la désignation de 2014 comme Année internationale des petits États insulaires en développement.

5. Changements climatiques

32. Le Département collabore étroitement avec l'Équipe de soutien sur les changements climatiques du Secrétaire général pour préparer le Sommet sur le climat de 2014 qui doit avoir lieu en septembre. Il a mis en place un site Web, défini une appellation pour le Sommet et établi une documentation destinée à la presse. Il a également amélioré le portail Web sur les changements climatiques pour offrir des informations sur les activités du système des Nations Unies dans ce domaine. Il a contribué à la participation du Secrétaire général à la Conférence de Varsovie sur les changements climatiques en novembre 2013 en préparant et en diffusant ses déclarations et ses communications à la presse à cette occasion et a fourni aux organismes, aux programmes et aux fonds des Nations Unies une assistance analogue en matière de communication.

6. Personnes handicapées

33. À l'occasion de la Réunion de haut niveau sur la question du handicap que l'Assemblée générale a tenue à sa soixante-huitième session, le Département de l'information a mené une campagne à l'échelle du système dans les médias sociaux sur le thème « Break barriers, open doors » (briser les obstacles, ouvrir les portes). Cette campagne invitait les utilisateurs à faire part de leurs suggestions quant aux moyens permettant de rendre autonomes les personnes handicapées à l'aide du hashtag #thisability. Ses temps forts ont été présentés sur la page Storify de l'Organisation. Le Département a également produit une vidéo d'intérêt public mettant en vedette le Messenger de la paix Stevie Wonder, qui a été largement diffusée sur les médias sociaux. M. Wonder a participé à une conférence de presse à la Réunion de haut niveau de l'Assemblée générale. Un site Web dans les six langues officielles de l'Organisation a été créé, ainsi que des dossiers de presse et des documents promotionnels. Afin de tirer parti de l'impulsion donnée par la

Réunion de haut niveau, le Département a publié juste avant la Journée internationale des personnes handicapées (le 3 décembre), sur le profil LinkedIn du Secrétaire général, un billet en faveur d'un accès au marché du travail équitable pour les personnes handicapées dans lequel était annoncée l'ouverture du pôle Accès + du Siège de l'ONU.

7. Migrations

34. Au cours de la période qui a précédé directement la célébration de la Journée internationale des migrants, le 18 décembre, le Département a lancé une initiative interinstitutions visant à promouvoir la contribution positive des migrants au développement à l'aide du hashtag #IAMAMigrant. Ce hashtag a été tweeté plus de 4 000 fois et envoyé à au moins 8 millions de comptes entre le 15 et le 18 décembre. Des éléments graphiques présentant ce hashtag, notamment la carte numérique du Secrétaire général conçue par le Département, ont été publiés sur Twitter et sur Facebook par les différentes entités et les centres d'information des Nations Unies, ainsi que par des ONG et des migrants eux-mêmes. La campagne et l'infographie connexes, qui véhiculaient les messages clés du Secrétaire général au sujet des migrations, ont été présentées sur le site Huffington Post Live le 18 décembre. Le Département a également élaboré les dossiers de presse dans de nombreuses langues et organisé des points de presse afin de promouvoir le Dialogue de haut niveau sur les migrations internationales et le développement, tenu début octobre 2013.

8. Question de Palestine

35. Le Département a tenu son Séminaire international des médias sur la paix au Moyen-Orient annuel les 8 et 9 octobre 2013 à Istanbul (Turquie). L'événement, organisé par le Département en collaboration avec le Ministère des affaires étrangères de Turquie, visait à sensibiliser l'opinion publique à la question de Palestine et au processus de paix. Il a mis l'accent sur l'évolution des dynamiques médiatiques au Moyen-Orient et analysé la façon dont les médias couvrent le conflit israélo-palestinien.

36. Le Séminaire a commencé par un discours du Coordonnateur spécial des Nations Unies pour le processus de paix au Moyen-Orient et Représentant personnel du Secrétaire général auprès de l'Organisation de libération de la Palestine et de l'Autorité palestinienne, qui a fait le point sur les initiatives de paix internationales. Ce discours a été suivi d'une intervention de l'Observateur permanent de l'État de Palestine auprès de l'Organisation, qui a présenté son point de vue sur la Palestine et l'Organisation des Nations Unies.

37. Les débats ont porté sur l'évolution de la couverture médiatique des initiatives de paix au Moyen-Orient et de la question de Palestine; sur le militantisme de la jeunesse, le journalisme numérique et les médias sociaux au Moyen-Orient et sur le rôle et l'influence des images diffusées par les médias qui couvrent la question de Palestine. La dernière table ronde a été suivie de la projection du documentaire *Five Broken Cameras*, qui a reçu un prix Emmy et une nomination aux Academy Awards. Plus de 100 journalistes, experts des médias, militants pour la paix et la jeunesse, actuels et anciens décideurs, représentants de la société civile, universitaires et hauts représentants de l'Organisation ont assisté à l'événement. Outre les débats animés qui ont eu lieu sur place et sur les médias sociaux, le Séminaire a été largement couvert par les organes de presse, les médias audiovisuels et les sites Internet turcs,

notamment ceux qui ont une portée régionale comme *Hürriyet Daily News*, *Cumhuriyet*, *Today's Zaman*, *TRT TV* et l'agence de presse Anadolu, entre autres.

38. Du 4 novembre au 6 décembre 2013, le Département a tenu son programme de formation annuel destiné aux professionnels des médias palestiniens. Ce programme, qui vise à renforcer les compétences et les capacités des jeunes journalistes palestiniens et à présenter à ces derniers les travaux de l'Organisation, mettait cette année l'accent sur le journalisme en ligne et les médias numériques. Les participants ont entendu des exposés de hauts représentants de l'Organisation, notamment du Secrétaire général et de représentants du Département de l'information et de celui des affaires politiques, du Bureau de la coordination des affaires humanitaires, de l'Office de secours et de travaux des Nations Unies pour les réfugiés de Palestine dans le Proche-Orient (UNRWA) et du Centre d'information des Nations Unies à Washington, et ils ont assisté à des réunions de l'Assemblée générale et du Comité pour l'exercice des droits inaliénables du peuple palestinien.

39. Parallèlement, les participants ont suivi un cours intensif donné par deux formateurs experts, assorti de devoirs réguliers et de projets finaux. Le programme tirait largement parti des nombreuses opportunités qu'offrent New York et Washington, deux centres mondiaux dans les domaines du journalisme et des communications numériques, afin de mettre les participants en contact avec les chefs de file du secteur, qui les ont informés des dernières évolutions du journalisme sur Internet.

40. Le Département a fourni un appui au Département des affaires politiques et à l'UNRWA en vue de la célébration de la Journée internationale de solidarité avec le peuple palestinien (observée le 25 novembre 2013), qui a été marquée par un concert de M. Mohammed Assaf, Ambassadeur régional de l'UNRWA pour la jeunesse et gagnant d'*Arab Idol* en 2013, et de M^{me} Nai Barghouti.

41. Les centres d'information et les bureaux des Nations Unies du monde entier ont également entrepris diverses activités afin de commémorer la Journée internationale de la solidarité, notamment à Antananarivo, à Brazzaville, au Caire, à Canberra, à Jakarta, à Prague, à Pretoria, à Tbilissi, à Téhéran et à Erevan.

42. Le Groupe de conception graphique du Département a mis à jour et refondu l'exposition permanente consacrée à la question de Palestine qui est présentée au Siège de l'Organisation à New York. Une version itinérante de cette exposition a été produite, qui sera montrée à des réunions et conférences. Le texte remanié a été traduit dans les six langues officielles de l'Organisation pour la fin 2013.

43. En outre, le Département a fourni des financements de démarrage aux bureaux locaux de Bakou, Jakarta, Mexico, New Delhi, Pretoria, Rio de Janeiro (Brésil) et Téhéran afin qu'ils produisent dans leurs langues l'exposition permanente consacrée à la question de Palestine et à l'Organisation des Nations Unies.

9. Droits de l'homme

44. Dans le cadre de la célébration de la Journée des droits de l'homme (le 10 décembre), le Département de l'information a élaboré et mis en œuvre en étroite collaboration avec le Haut-Commissariat aux droits de l'homme (HCDH) une campagne axée sur le vingtième anniversaire de la Déclaration et du Programme d'action de Vienne. Cette campagne, intitulée « 20 ans – Au travail pour vos

droits », revenait sur les progrès accomplis au cours des 20 dernières années et abordait les questions non résolues. Elle mettait également l'accent sur le rôle essentiel joué par le Haut-Commissariat, créé sur recommandation de la Conférence mondiale sur les droits de l'homme tenue à Vienne en 1993. L'identité visuelle de la campagne a été créée par le Groupe de conception graphique dans les six langues officielles de l'Organisation et utilisée par les centres d'information des Nations Unies et les bureaux locaux du Haut-Commissariat du monde entier. Le site multilingue créé pour la Journée a enregistré plus de 50 000 pages vues uniques le seul 10 décembre et a fait l'objet d'une promotion intensive sur les médias sociaux. Un livret, conçu et produit par le Département dans les six langues officielles de l'Organisation, qui contenait la Déclaration et le Programme d'action de Vienne, un avant-propos du Secrétaire général et une présentation du texte par la Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme, a été distribué toute l'année lors d'événements organisés pour célébrer ce vingtième anniversaire à Genève, à New York et à Vienne. Le Département a également pris en charge le soutien promotionnel de trois événements organisés par le Haut-Commissariat au Siège de l'Organisation :

a) Un événement de haut niveau, intitulé : « Vienne +20 : Faire progresser la protection des droits de l'homme », tenu le 15 septembre et organisé en collaboration avec la Mission permanente de l'Autriche auprès de l'Organisation des Nations Unies, avec le Président de l'Autriche, le Vice-Secrétaire général et deux anciens Haut-Commissaires;

b) Une cérémonie de remise des Prix des droits de l'homme des Nations Unies pour 2013, tenue le 10 décembre, dont les lauréats étaient finlandaise, kosovare¹, mauritanien, mexicaine, marocaine et pakistanaise;

c) Une manifestation spéciale consacrée au rôle du sport dans la lutte contre l'homophobie, tenue le 10 décembre, comprenant un message vidéo du Secrétaire général et un débat avec la championne de tennis Martina Navratilova, le basketteur Jason Collins et d'autres invités.

45. Partout dans le monde, des événements et activités de sensibilisation ont été organisés par les centres d'information et les bureaux des Nations Unies dans le cadre de la Journée des droits de l'homme, notamment à Accra, Antananarivo, Asunción, Brazzaville, Canberra, Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie), Jakarta, Lagos (Nigéria), Lima, Lusaka, Moscou, Nairobi, New Delhi, Ouagadougou, Port of Spain, Rio de Janeiro (Brésil), Tokyo, Vienne, Varsovie et Erevan.

46. En guise de préliminaire à la commémoration du vingtième anniversaire du génocide rwandais, qui se tiendra en avril 2014, le Département a collaboré avec l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) et la Mission permanente du Rwanda pour organiser le 12 novembre une projection-débat présentant le film *Rising from Ashes*, consacré à l'équipe cycliste du Rwanda qui est composée de jeunes survivants du génocide. Il a également aidé les coordonnateurs de la campagne *Kwibuka* (« Souvenir ») à organiser et promouvoir un débat sur l'alerte rapide tenu au Siège de l'ONU le 10 janvier.

¹ Toute mention faite du Kosovo doit s'entendre conformément à la résolution 1244 (1999) du Conseil de sécurité et sans préjudice du statut du Kosovo.

47. À la suite du décès de Nelson Mandela, en décembre 2013, le Département a collaboré avec le Bureau du Président de l'Assemblée générale pour organiser et promouvoir une réunion plénière spéciale en l'honneur de M. Mandela, qui s'est tenue le 19 décembre. Immédiatement après le décès de M. Mandela, le Département a utilisé tous les médias sociaux sur lesquels il avait un compte pour revenir en détail sur la vie et l'héritage de cet homme. Il a également présenté une vidéo et un diaporama sur le site Web de l'Organisation des Nations Unies et créé un registre de condoléances électronique afin de recueillir les pensées des fonctionnaires du système des Nations Unies et du grand public.

10. Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique

48. Dans le cadre des activités coordonnées par l'Organisation des Nations Unies dans le but de favoriser l'appui au développement économique, à la paix et à la sécurité en Afrique, le Département s'est efforcé de continuer à promouvoir les objectifs et les réalisations de l'Agence de planification et de coordination du NEPAD (Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique). Il a aussi travaillé en étroite collaboration avec le Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique, la Commission économique pour l'Afrique, l'Agence de planification et de coordination du NEPAD et le Mécanisme africain d'évaluation par les pairs afin de leur fournir un appui en communications et d'informer le public sur leurs travaux.

49. Au cours du débat que l'Assemblée générale consacre chaque année à l'Afrique, et qui a été tenu en octobre, le Département a organisé des activités et des événements médiatiques à New York afin de célébrer la Semaine de l'Afrique du NEPAD. Il a notamment élaboré et diffusé des produits d'information soulignant les réalisations de l'Agence du NEPAD et de son Mécanisme africain d'évaluation par les pairs, et organisé une conférence de presse et des entretiens avec les représentants des médias. Il a également créé une section spéciale sur son site Web (www.un.org/africarenewal/fr) consacrée à l'Afrique à l'Assemblée générale, sur laquelle sont annoncés régulièrement les discours officiels, les déclarations et les activités des dirigeants africains au cours des débats généraux annuels.

50. En novembre, le Département a participé à la conférence annuelle du Mécanisme de coordination régionale pour l'Afrique, tenue à Addis-Abeba, qui vient en appui à l'Union africaine et à l'Agence du NEPAD. Le groupe thématique de la mobilisation et de la communication du Mécanisme, dont fait partie le Département, a déterminé plusieurs projets à mettre en œuvre en 2014 dans le cadre du soutien de l'Organisation à l'Agence du NEPAD et au programme décennal de renforcement des capacités de l'Union africaine. Le même mois, le Département a apporté son concours au Bureau du Conseiller spécial du Secrétaire général pour l'Afrique et à l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) pour l'organisation de manifestations marquant la Journée de l'industrialisation de l'Afrique.

51. Le magazine *Africa Renewal/Afrique Renouveau* a fait la promotion des activités de l'Agence du NEPAD et abordé d'autres grandes questions relatives au développement de l'infrastructure de l'Afrique et aux objectifs du Millénaire pour le développement. Le numéro d'août était consacré à la visite dans la région des Grands Lacs du Secrétaire général et du Président du Groupe de la Banque mondiale, qui portait sur la résolution des conflits et la consolidation de la paix.

Le même numéro relatait également un entretien avec le Secrétaire exécutif de la Commission économique pour l'Afrique sur l'état de l'industrialisation en Afrique. Le numéro de décembre portait principalement sur la bonne gouvernance et contenait des entretiens avec l'administrateur de l'Agence du NEPAD, le Conseiller spécial du Secrétaire général pour l'Afrique et un haut représentant du Groupe de haut niveau chargé de la question des flux financiers illicites en provenance d'Afrique de la Commission économique pour l'Afrique. Il contenait également des comptes rendus de la visite effectuée conjointement par le Secrétaire général et le Président de la Banque mondiale dans la région du Sahel.

52. Pour marquer 2014, proclamée année de l'agriculture et de la sécurité alimentaire par l'Union africaine afin de commémorer le dixième anniversaire du Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine du NEPAD, le Département a publié une édition spéciale du magazine *Africa Renewal/Afrique Renouveau* regroupant des articles et des entretiens d'experts en agriculture africaine.

53. En 2013, le service de diffusion d'articles courts en copyright d'*Africa Renewal/Afrique Renouveau*, par lequel il produit des articles courts et les place dans des grands médias du monde entier, a continué de croître. Au cours de la période à l'examen, 28 de ces articles ont été republiés, en anglais ou en français, par 299 différents médias d'Afrique et du monde. Le Département touche ainsi un plus large public, celui de certains des plus grands organes de presse et médias électroniques africains.

54. Le Département a augmenté sa communication relative à l'Afrique sur les médias sociaux en continuant de mettre l'accent sur les obstacles au développement économique de l'Afrique et sur l'action du système des Nations Unies sur le continent. Il a produit plus de contenus originaux pour ses comptes sur les médias sociaux, par exemple au sujet de l'augmentation du nombre d'Africains qualifiés qui retournent chez eux pour contribuer au développement, à l'industrialisation et à la bonne gouvernance. Le magazine *Africa Renewal/Afrique Renouveau* s'est également doté des derniers outils disponibles dans le domaine des médias sociaux et a constaté un intérêt croissant de ses lecteurs pour des sujets rarement abordés dans les grands médias. Les abonnés au compte Twitter du magazine ont presque doublé depuis 2012 (voir tableau ci-dessous) et le nombre d'abonnés à ses autres plateformes (notamment Facebook, Flickr, Google Plus et Instagram) augmente également de façon constante.

55. Il y a eu une croissance constante du nombre d'abonnés au bulletin électronique du Département, qui est envoyé principalement à des journalistes africains et offre un bref aperçu des nouveautés présentées par le site Web d'*Afrique Renouveau*.

Tableau 2
Abonnés aux comptes d'*Afrique Renouveau* dans les médias sociaux

Plateforme	Décembre 2012	Décembre 2013	Variation (pourcentage)
Twitter (nombre d'abonnés) :			
@africarenewal	22 700	43 625	92
@ONUAfrique	9 160	17 502	91

<i>Plateforme</i>	<i>Décembre 2012</i>	<i>Décembre 2013</i>	<i>Variation (pourcentage)</i>
Facebook (nombre de mentions « j'aime ») :			
<i>Africa Renewal</i>	2 640	4 530	72
<i>Afrique Renouveau</i>	1 324	2 061	56

III. Service offert par les centres d'information

A. Partenariats avec des gouvernements et d'autres entités

56. Les centres d'information des Nations Unies ont continué à renforcer leur partenariat avec les gouvernements et d'autres intervenants locaux afin de susciter un soutien accru du public aux buts et objectifs de l'Organisation des Nations Unies.

57. Au cours de la période à l'examen, les centres d'information et les bureaux des Nations Unies ont établi des partenariats avec les gouvernements pour organiser des manifestations publiques (conférences de presse, ateliers, conférences et projections de films et de vidéos) et célébrer certaines journées internationales, afin de sensibiliser chacun aux questions que les États Membres ont définies comme prioritaires.

58. Certains États Membres ayant parrainé l'établissement de journées internationales spécifiques ont demandé l'appui des centres d'information pour organiser des activités dans le cadre de ces journées. Ainsi, les ambassades israéliennes du monde entier ont collaboré avec les centres d'information pour mettre en place la célébration de la Journée internationale dédiée à la mémoire des victimes de l'Holocauste en janvier 2014, et les missions diplomatiques palestiniennes ont travaillé avec les centres d'information pour la célébration de la Journée internationale de solidarité avec le peuple palestinien en novembre 2013. Ces partenariats stratégiques favorisent la mobilisation des ressources et la sensibilisation du public au sujet des principales préoccupations de l'Organisation.

59. Au Burkina Faso, le centre d'information de Ouagadougou a organisé des conférences au sujet de l'ONU et de son action en faveur du développement, des droits de l'homme et de la paix en partenariat avec le Ministère burkinabais de l'éducation nationale. Environ 3 000 élèves de 10 établissements d'enseignement secondaire ont assisté à ces conférences tenues du 22 au 24 octobre 2013.

60. En Belgique, le groupe des 26 organismes des Nations Unies présents à Bruxelles, l'Association pour les Nations Unies et le Ministère belge des affaires étrangères ont organisé une exposition, où chacun disposait d'un kiosque d'information afin de renseigner le public sur ses activités. Cette manifestation marquait le soixante-huitième anniversaire de la création de l'Organisation. Au centre de la Grand-Place de Bruxelles, une exposition de photographies illustrait les travaux de l'ONU et les visiteurs du kiosque de restauration ont reçu des informations sur l'Année internationale du quinoa.

61. Outre les partenariats qu'ils ont établis avec les États Membres, les centres d'information ont collaboré avec la société civile, des établissements universitaires et des entreprises pour organiser au moins 1 000 activités au cours de la période à

l'examen. Non seulement ces partenariats ont permis de toucher un plus large public, mais ils ont ouvert de nouveaux horizons à l'Organisation en lui permettant d'être présente dans les universités et dans les bibliothèques publiques grâce à des espaces consacrés aux questions qu'elle traite ou à des « coins de l'ONU ».

62. Dans le but précis de toucher les jeunes, 23 centres d'information ont établi des partenariats avec des établissements d'enseignement (universités et écoles secondaires) et organisé en tout 190 événements visant à communiquer les messages clefs de l'Organisation à des centaines de milliers d'étudiants et d'élèves.

63. En Afrique du Sud, à l'occasion de la commémoration de la Journée des Nations Unies, le 24 octobre, le centre d'information de Pretoria a collaboré avec plus de 20 écoles et s'est fait entendre de 16 000 étudiants et écoliers. Des fonctionnaires des Nations Unies, représentant 11 organismes différents, ont participé à l'initiative et présenté des questions telles que celles des réfugiés, de la drogue et la criminalité, des migrations, de la santé, du travail et de la sécurité alimentaire.

64. Les partenariats entre les centres d'information et les ONG ont progressé dans divers domaines. Au cours de la période à l'examen, 26 centres d'information ont collaboré avec des groupes de la société civile à l'organisation de 230 événements qui ont permis de toucher un autre segment clef du public.

65. Au Bangladesh, le centre d'information de Dacca a collaboré avec le Fonds des Nations Unies pour la population et la United Nations Youth and Students Association pour organiser un débat sur le rôle de la jeunesse dans le développement avec des représentants de la jeunesse. Cette émission a été diffusée par la télévision publique et vue par des millions de personnes.

66. Au Lesotho, le centre d'information de Maseru a collaboré avec le Rotary International pour organiser une activité de travail d'intérêt général consistant à nettoyer et à peindre des salles de classe et à installer des gouttières destinées à améliorer le système de collecte d'eau de pluie de l'établissement, situé dans une partie du pays difficile d'accès.

B. Manières innovantes d'aborder l'information

67. Certains centres d'information ont conçu, en partenariat avec d'autres ou seuls, des idées et des manières innovantes quant à la façon d'utiliser la communication et l'information.

68. Par exemple, le Centre régional d'information des Nations Unies de Bruxelles a collaboré avec la Fondation Good Planet sur une initiative intitulée « 7 milliards d'Autres ». Créée par le célèbre photographe Yann Arthus-Bertrand, cette initiative, qui est toujours en cours, a démarré en 2003. Elle comprend actuellement plus de 6 000 entretiens filmés dans 84 pays qui visent à dresser un portrait de l'humanité aujourd'hui et à montrer « tout ce qui nous unit, tout ce qui nous lie et tout ce qui nous différencie ».

69. Dans le cadre de ce projet, le centre d'information et la Fondation Good Planet publient des extraits vidéo à l'occasion de certaines journées internationales afin de faire part des peurs, des rêves et des espoirs des citoyens du monde entier. Ces portraits vidéo sont mis à la disposition de tous les centres d'information. Ils sont

produits dans de nombreuses langues, notamment l'espagnol, le français et le portugais.

70. En Ouzbékistan, le Bureau des Nations Unies de Tachkent a favorisé la présence de l'Organisation dans les universités et les établissements d'enseignement supérieur. Avec l'aide d'anciens stagiaires, nommés officieusement « ambassadeurs des Nations Unies », il a créé 39 « coins de l'ONU » qui distribuent de la documentation sur l'Organisation chaque jour où les bibliothèques universitaires sont ouvertes. Nombre de centres d'information reprennent cette idée, et des « coins de l'ONU » ont été créés en Afrique et en Amérique latine.

71. Afin de communiquer avec les individus qui s'informent par le biais de leur appareil mobile, le centre d'information de Rio de Janeiro a créé une application qui permet d'augmenter le nombre de personnes accédant à sa page Web. Ce service, lancé en septembre 2013, permet aux utilisateurs d'accéder au site principal depuis leur tablette ou leur téléphone. L'application a enregistré 430 000 pages vues et environ 230 000 visiteurs uniques au cours du premier mois. La page Facebook de l'équipe de pays des Nations Unies au Brésil compte 90 000 mentions « j'aime » (et près de 1 900 000 pages vues par mois), tandis que le compte Twitter de l'équipe a 85 000 abonnés.

C. Célébration de la soixante-huitième Journée des Nations Unies

72. La Journée des Nations Unies, célébrée chaque année le 24 octobre, a offert aux centres d'information des Nations Unies l'occasion de travailler en étroite collaboration avec les équipes de pays des Nations Unies, les gouvernements et d'autres partenaires locaux sur un certain nombre de questions hautement prioritaires dont l'Organisation est saisie et d'expliquer l'action menée par cette dernière pour les régler.

73. Les centres d'information ont invité plus de 84 000 élèves ou étudiants, issus de 247 écoles et universités du monde entier, à participer à toute une série d'activités, du type : projets de services communautaires, salons du livre, expositions photographiques et tables rondes sur un vaste éventail de sujets. Les activités étaient essentiellement destinées aux élèves et étudiants, et le personnel de l'ONU a principalement ciblé les écoles, les universités, les places publiques, les expositions et les métros.

74. Pour informer et inspirer le public de tous âges, les centres d'information des Nations Unies ont organisé des activités sportives, des projections de films, des conférences, des expositions, des programmes télévisés, des conférences de presse, des cérémonies d'envoi des couleurs, des collectes de sang, des parades et des concours nationaux pour les enfants.

75. Fidèle à l'engagement du Secrétaire général de travailler avec et pour les jeunes, le personnel des centres d'information s'est rendu dans des établissements d'enseignement pour y rencontrer des jeunes et aider à alimenter la réflexion de ces futurs dirigeants. Les cérémonies d'envoi des couleurs et de dépôt de couronne organisées ont été l'occasion pour les élèves et étudiants de réfléchir à leur passé et d'envisager leur avenir. Ils ont découvert ce que les Nations Unies faisaient à travers le monde et que chacun avait un rôle à jouer, surtout pour lutter contre la pauvreté.

Des fonctionnaires, des universitaires, des représentants de la société civile et des médias, des étudiants et des associations de jeunes ont pris part à ces activités.

76. Le Service d'information des Nations Unies de Vienne a invité des étudiants de 12 universités d'Autriche, de Hongrie, de Slovénie et de Slovaquie à observer le personnel des Nations Unies pendant son travail, afin de leur montrer à quoi ressemble le quotidien d'un employé de l'ONU.

77. En Azerbaïdjan, le Bureau des Nations Unies de Bakou a fourni aux jeunes un moyen simple d'apprendre les 30 articles de la Déclaration universelle des droits de l'homme au moyen de vidéos pédagogiques en azéri, leur langue maternelle, sur chacun des articles.

78. En Bolivie, le Centre d'information des Nations Unies de La Paz a collaboré avec les responsables de la ville pour offrir à 300 garçons et filles la chance d'enfiler les costumes des « zèbres » et de se joindre aux responsables pour enseigner le code de la route, la gestion des détritiques et le respect. Dans le cadre de la campagne régionale « The Brave are not Violent », qui s'inscrit dans l'initiative Tous unis pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes, le Centre et l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes ont organisé une mobilisation éclair de « zèbres » au côté de l'Orchestre symphonique national de Bolivie.

D. WebEx mis au service de l'appel du Secrétaire général invitant à « faire plus avec moins »

79. La Division de la communication stratégique a eu davantage recours à WebEx, outil de vidéoconférence en ligne, pour soutenir les opérations sur le terrain du Département de l'information de manière novatrice et rentable. Cet outil permet non seulement de communiquer en direct à un coût très inférieur aux systèmes de vidéoconférence traditionnels, mais renforce aussi la capacité du Département à fournir aux clients un programme utile au niveau local, à simplifier les processus opérationnels et à optimiser la performance générale du Département.

80. Afin de renforcer ses activités de programme sur le terrain, le Département a utilisé WebEx pour animer Classroom Conversation, initiative de sensibilisation pédagogique s'inscrivant dans son programme Impact universitaire qui consiste en une série de discussions virtuelles interactives entre étudiants universitaires sur des questions clés intéressant les jeunes et vise à faire connaître et à promouvoir le travail de l'ONU.

81. Le Département a utilisé WebEx pour simplifier les tâches opérationnelles et faciliter les processus administratifs. Dans le cadre de la série de discussions thématiques Leadership Dialogue lancée par le Secrétaire général, le Département a utilisé WebEx pour dialoguer avec plus de 50 bureaux extérieurs et 200 membres du personnel sur l'importance du serment professionnel des Nations Unies. Grâce à l'outil, la Division a pu atteindre un taux d'achèvement du programme de 100 %. Il a également permis au Département de mener des entretiens d'embauche en direct entre le Siège et des lieux reculés, optimisant ainsi le processus de recrutement tout en donnant leur chance à des candidats du monde entier, ce qui est une priorité pour les États Membres. En 2013, le Département a mené 40 entretiens via WebEx, y compris pour pourvoir un poste de directeur.

82. Dans le même ordre d'idées, le Département s'est servi de l'outil de vidéoconférence en ligne pour optimiser sa performance d'ensemble, dans le droit fil de l'appel du Secrétaire général invitant à « faire plus avec moins ». WebEx a permis au personnel des services extérieurs du Département d'améliorer ses compétences spécialisées et techniques, tout en réduisant considérablement les frais de formation, dont les frais de transport. Le Département a tenu des séances d'information à l'intention de 35 coordonnateurs administratifs du réseau mondial des centres d'information des Nations Unies sur les procédures à suivre afin de mettre en place des programmes de stages efficaces. La Division de la communication stratégique a mené trois de ces séances d'information à un coût minime.

IV. Conclusions

83. Le Département continuera d'élaborer et de diriger des campagnes de communication sur les questions prioritaires arrêtées par les États Membres en utilisant des outils de communication traditionnels, mais aussi en tirant parti des nombreuses possibilités d'interaction qu'offre l'utilisation des réseaux sociaux. L'Organisation va étendre sa présence et son action sur les réseaux sociaux, ce qui lui offrira de nouveaux moyens de diffuser ses messages essentiels à travers le monde. Grâce au rôle moteur qu'elle joue au sein du Groupe de la communication des Nations Unies et à ses équipes spéciales thématiques, la Division va également renforcer la cohérence de la communication et la collaboration entre les entités des Nations Unies.

84. Le Département élaborera des moyens novateurs de simplifier l'administration, mettra en place des moyens de communication économiques entre le Siège et les bureaux extérieurs et améliorera l'exécution des programmes au moyen d'outils numériques et traditionnels en collaborant plus étroitement avec les acteurs locaux et internationaux.

85. Les bureaux extérieurs du Département recenseront les endroits où ils peuvent partager des bureaux avec d'autres entités des Nations Unies et ceux où ils peuvent réaliser des économies en occupant des locaux plus petits qui répondent aux normes minimales de sécurité opérationnelle de l'Organisation. Le Département cherche des façons d'améliorer les compétences de son personnel afin de renforcer le rôle que les centres d'information des Nations Unies peuvent jouer en matière de communication et de diversifier les types de produits et de campagnes d'information qu'ils peuvent offrir.