



Assemblée générale

Distr. générale
12 février 2018
Français
Original : anglais

Comité de l'information

Quarantième session

1^{er}-11 mai 2018

Point 8 de l'ordre du jour provisoire*

Examen des rapports présentés par le Secrétaire général

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

Rapport du Secrétaire général

Résumé

Établi en application de la résolution [72/90 B](#) de l'Assemblée générale, le présent rapport passe en revue les principales activités menées par le Département de l'information entre septembre 2017 et mars 2018 pour faire connaître l'action de l'ONU dans le monde entier par l'entremise de ses services de communication stratégique.

Dans le cadre du sous-programme des services de communication stratégique (un des trois sous-programmes du Département), dont l'exécution est assurée par la Division de la communication stratégique, le Département élabore et met en œuvre des stratégies en vue de diffuser les messages de l'ONU concernant les enjeux prioritaires. La Division gère également le réseau de bureaux extérieurs du Département et, en tant que responsable du secrétariat du Groupe de la communication des Nations Unies et de ses équipes spéciales, s'emploie à renforcer la coordination des activités de communication dans l'ensemble du système des Nations Unies.

Les activités menées au titre des autres sous-programmes du Département, à savoir les services d'information et les services de diffusion et de partage du savoir, font l'objet de deux autres rapports du Secrétaire général (respectivement, [A/AC.198/2018/3](#) et [A/AC.198/2018/4](#)).

* [A/AC.198/2018/1](#).



I. Introduction

1. Dans sa résolution 72/90 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-neuvième session ([A/AC.198/2017/2](#), [A/AC.198/2017/3](#) et [A/AC.198/2017/4](#)), et prié le Secrétaire général de continuer à rendre compte de ces activités au Comité.
2. Le Département présente ci-après les informations demandées concernant les services de communication stratégique.
3. Dans le présent rapport, le Département décrit ses activités en matière de services de communication stratégique en faisant notamment le point des activités menées par la Division de la communication stratégique dans le cadre des campagnes thématiques, en particulier l'action stratégique qu'elle entreprend, en fournissant un résumé des campagnes de communication sur les principaux enjeux et en passant en revue les activités menées par le réseau des centres d'information des Nations Unies, notamment leurs travaux multilingues.

II. Campagnes de communication

A. Développement économique et social

4. Le Département a saisi toutes les occasions de poursuivre la promotion du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et des 17 objectifs de développement durable sur l'ensemble de ses plateformes mondiales, par l'intermédiaire des médias locaux et internationaux et au moyen d'une action de proximité, notamment dans le cadre du débat de haut niveau de l'Assemblée générale à sa soixante-douzième session (New York, septembre 2017), de la vingt-troisième Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (Bonn (Allemagne), novembre 2017), du Forum économique mondial (Davos (Suisse), janvier 2018), du Forum de la jeunesse du Conseil économique et social (New York, janvier 2018), des préparatifs de la soixante-deuxième session de la Commission de la condition de la femme (New York, mars 2018), du lancement de la Décennie internationale d'action sur le thème « Eau et développement durable » (2018-2028) (22 mars 2018) et de la célébration de journées internationales, afin de mieux sensibiliser le public à l'importance des objectifs, ce qui constitue une condition indispensable à leur réalisation. En mettant l'accent sur l'interconnexion des objectifs de développement durable, le Département a entrepris d'accroître l'utilisation de la stratégie d'image des objectifs dans l'ensemble du système des Nations Unies et d'intégrer plus étroitement les messages relatifs à l'action climatique et au développement durable. Afin d'améliorer la planification, de renforcer la sensibilisation et de promouvoir une action plus large sur ces questions, il a travaillé en étroite collaboration avec le Département des affaires économiques et sociales, le Cabinet du Secrétaire général, le Bureau du Président de l'Assemblée générale et tous les organismes, fonds et programmes compétents des Nations Unies. Le Département administre également une plateforme stratégique revitalisée sur les objectifs de développement durable ouverte aux partenaires internes et externes ainsi qu'au Groupe de la communication des Nations Unies et à ses équipes spéciales sur les objectifs de développement durable et les changements climatiques.

5. Afin de mieux intégrer les divers points de vue de la société civile dans les travaux de l'Organisation, une zone des médias consacrée aux objectifs de développement durable a été établie à l'occasion d'événements importants. Lors du débat de haut niveau de l'Assemblée générale à sa soixante-douzième session, cet espace dynamique a permis la retransmission en direct de tables rondes et d'entretiens au cours desquels les participants et le public ont pu discuter des questions relatives au développement durable. La zone des médias a accueilli 64 tables rondes auxquelles ont participé plus de 220 orateurs venus de plus d'une cinquantaine de pays, les 63 clips diffusés sur le Web ont été vus en direct par 10 257 spectateurs, et les conversations organisées autour du mot-dièse #SDGLive ont été suivies par 232 276 personnes environ sur les médias sociaux. Le Département s'est également attaché à promouvoir la diffusion de messages relatifs aux objectifs de développement durable lors du Forum économique mondial et du Forum de la jeunesse du Conseil économique et social.

6. Le Département a continué de mettre à jour son site Web consacré au développement durable (www.un.org/sustainabledevelopment/fr/), qui permet d'accéder facilement aux informations relatives aux objectifs et à du matériel téléchargeable conçu pour aider les particuliers à s'investir dans des activités durables.

7. En sus des principaux comptes utilisés par l'Organisation dans les médias sociaux, le Département a assuré la promotion des objectifs de développement durable sur les comptes @GlobalGoalsUN, dont l'audience a continué de croître. À la fin de 2017, le compte Facebook de GlobalGoals comptait 239 000 abonnés (soit 68 000 de plus qu'en 2016), et le compte Twitter près de 240 000 (soit près de 40 000 de plus qu'en 2016). Depuis son lancement en 2015, l'application mobile « ODD en action », désormais accessible dans les six langues officielles de l'Organisation, a été téléchargée plus de 60 000 fois, ce qui dénote une augmentation du niveau d'adhésion dont bénéficient les objectifs. En 2018, l'application sera dotée de nouvelles fonctions novatrices afin d'accroître encore sa popularité.

8. Les centres d'information des Nations Unies ont joué un rôle clef dans la mise en œuvre des campagnes relatives aux objectifs de développement durable et le suivi des retombées qu'elles ont produites. En étroite collaboration avec les équipes de pays des Nations Unies, les centres ont veillé à ce que les communications soient cohérentes et stratégiques et à ce que les campagnes et les messages mondiaux de l'Organisation soient adaptés aux langues et contextes locaux. À cette fin, ils ont mené toute une série d'activités de plaidoyer et de sensibilisation en ciblant différents publics et secteurs et en créant des produits à la fois numériques et traditionnels.

9. Le Département, en collaboration avec le Cabinet du Secrétaire général, l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et l'Union européenne, a conçu, coordonné et mis en œuvre la stratégie de lancement, à l'occasion du débat de haut niveau de l'Assemblée générale à sa soixante-douzième session, de l'initiative Spotlight élaborée conjointement par l'Union européenne et l'ONU pour éliminer la violence à l'égard des femmes et des filles. Le Département et ses partenaires se sont attachés à expliquer l'importance cruciale que revêt cette initiative pluriannuelle pour la réalisation de l'objectif 5 et continueront de la promouvoir en 2018.

B. Changements climatiques

10. Le Département a axé ses communications relatives aux changements climatiques sur la ratification universelle et la mise en œuvre accélérée de l'Accord de Paris sur les changements climatiques en recourant à des messages positifs conçus pour mettre l'accent sur les progrès réalisés et appeler l'attention sur les nombreux efforts devant encore être accomplis. Le Département a fourni un appui en matière de communications lors de réunions importantes entre le Secrétaire général, des dirigeants mondiaux et des représentants de la société civile à l'occasion de la soixante-douzième session de l'Assemblée générale, en diffusant des informations et des vidéos sur les médias sociaux et en intégrant les messages sur les changements climatiques dans de nombreuses autres questions dans le cadre d'un effort à plus long terme visant à mobiliser des moyens d'action. Une équipe de communication multimédia déployée à la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques en novembre a appuyé le secrétariat de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et d'autres organismes compétents en présentant des exemples d'actions menées en faveur du climat partout dans le monde. En collaboration avec les partenaires du système des Nations Unies, le Département s'emploie à élaborer une nouvelle stratégie de communication sur les changements climatiques à l'échelle du système en vue de redynamiser l'action mondiale pour le climat en prévision du Sommet sur le climat convoqué par le Secrétaire général en 2019.

C. Droits de l'homme

11. Afin de sensibiliser l'opinion à la question des droits fondamentaux et de susciter une action publique dans ce domaine, le Département a travaillé en étroite collaboration avec le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme (HCDH) dans le cadre du lancement d'une campagne d'un an à l'occasion du soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme, qui sera célébré en 2018.

12. Dans ce contexte, le Département a lancé en avril son projet de vidéo participative « Ajoutez votre voix » et invité des personnes du monde entier à enregistrer une vidéo dans laquelle elles lisent un article de la Déclaration universelle des droits de l'homme dans leur langue maternelle. À la fin de 2017, plus de 2 000 vidéos avaient été enregistrées dans plus de 50 langues par des personnes originaires de plus de 70 pays. Plusieurs centres d'information et bureaux des Nations Unies ont participé à la traduction, à la relecture ou à l'enregistrement d'articles de la Déclaration, notamment en Afrique du Sud, en Arménie, en Géorgie, au Japon, au Kazakhstan, au Myanmar, en Ouzbékistan, au Pakistan, en Tchèque, en Turquie et en Ukraine.

13. Le Département a continué d'appuyer les célébrations organisées par l'ONU. À l'occasion de la Journée des droits de l'homme, le 10 décembre, il a organisé deux manifestations au Siège de l'Organisation en collaboration avec le HCDH : le lancement par le Secrétaire général de la campagne organisée pour célébrer le soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme, en présence du Président de l'Assemblée générale et de deux anciens Haut-Commissaires des Nations Unies aux droits de l'homme, et une manifestation spéciale au cours de laquelle une actrice jouant le rôle d'Eleanor Roosevelt a fait revivre le processus de rédaction de la Déclaration. Sur les médias sociaux,

#DiaDeLosDerechosHumanos est devenu le mot-dièse le plus populaire sur Twitter en espagnol, #HumanRightsDay occupant la troisième place du classement général. Le Département a également créé un émoji en 10 langues pour accompagner le mot-dièse #HumanRightsDay, organisé une séance de questions-réponses avec le Haut-Commissaire sur Twitter, laquelle a généré 12 000 interactions, et lancé deux nouvelles éditions de la Déclaration sous forme de brochures imprimées dans les six langues officielles de l'Organisation. À l'occasion de la Journée des droits de l'homme, les centres d'information ont organisé des manifestations spéciales et des activités de sensibilisation dans différentes villes, notamment Antananarivo, Dakar, Erevan, Islamabad, Jakarta, Lima, Lusaka, Mexico, Moscou, Ouagadougou, Panama, Port of Spain et Téhéran.

14. En ce qui concerne la prévention du génocide, le Département a assuré la promotion du dialogue interactif informel de l'Assemblée générale tenu en septembre pour examiner le rapport du Secrétaire général sur la responsabilité de protéger, en produisant un communiqué de presse et une émission diffusée en direct sur le Web. Il a également élaboré une version imprimée du Plan d'action du Secrétaire général à l'intention des responsables et des acteurs religieux en vue de prévenir l'incitation à la violence pouvant conduire à des atrocités criminelles et conçu l'identité visuelle du soixante-dixième anniversaire de la Convention pour la prévention et la répression du crime de génocide, qui sera célébré en 2018. À l'occasion de la Journée internationale de commémoration des victimes du crime de génocide, d'affirmation de leur dignité et de prévention de ce crime, le 9 décembre, le Département, en collaboration avec le Bureau du Conseiller spécial pour la prévention du génocide, a lancé un appel en faveur de la ratification universelle de la Convention et mené des campagnes de sensibilisation dans les médias sociaux et sur le site Web consacré à cette question dans les six langues officielles de l'Organisation.

15. En étroite collaboration avec la Mission permanente du Rwanda auprès de l'Organisation des Nations Unies, le Département organise actuellement la célébration annuelle de la Journée internationale de réflexion sur le génocide de 1994 au Rwanda, qui aura lieu début avril, ainsi que des séances d'information à l'intention des étudiants et d'autres activités visant à diffuser plus largement les enseignements tirés des événements survenus au Rwanda.

16. La promotion du dixième anniversaire de l'adoption de la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones, célébré en septembre, a été assurée dans les médias sociaux au moyen d'un émoji créé pour accompagner le mot-dièse #WeAreIndigenous et d'une séance de questions-réponses sur Twitter avec des experts autochtones, notamment la Rapporteuse spéciale sur les droits des peuples autochtones, un membre de l'Instance permanente sur les questions autochtones et un membre du Mécanisme d'experts sur les droits des peuples autochtones, qui ont répondu aux questions du public.

17. Au cours de la période considérée, le Département a également assuré la promotion d'une table ronde sur les liens entre les objectifs de développement durable et les droits de l'homme, organisé un atelier sur la communication stratégique à l'intention des conseillers pour les droits de l'homme et tenu des séances d'information sur les droits de l'homme au profit de nombreux groupes d'étudiants.

18. Le Département a continué de promouvoir la Décennie internationale des personnes d'ascendance africaine en élaborant des documents d'information et en organisant des activités de sensibilisation et des manifestations spéciales. En novembre, il a contribué aux travaux de la réunion régionale sur les personnes

d'ascendance africaine pour l'Europe, l'Asie centrale et l'Amérique du Nord, organisée à Genève par le HCDH, en organisant des activités médiatiques et promotionnelles, notamment la tenue d'une exposition et la diffusion d'une courte vidéo sur la réunion. Il a également participé à la production d'une vidéo promotionnelle sur le programme de bourses destinées aux personnes d'ascendance africaine et d'un documentaire sur les personnes d'ascendance africaine au Portugal, qui sera diffusé dans le cadre de la série « L'ONU en action ». À l'occasion du « Black History Month » (mois de l'Histoire des Noirs), en février, le Département a organisé une projection, au Siège de l'ONU, du documentaire *Familiar Faces/Unexpected Places: A Global African Diaspora*, réalisé par l'anthropologue Sheila Walker. À l'occasion de la Journée internationale pour l'élimination de la discrimination raciale, le 21 mars, il a organisé, en collaboration avec le HCDH, une manifestation sur les contributions et les accomplissements des personnes d'ascendance africaine ainsi que sur les difficultés auxquelles celles-ci sont confrontées.

19. Le Département a continué de diffuser des informations concernant le dialogue entre les civilisations et la culture de la paix, et organisé ou aidé à organiser des célébrations visant à promouvoir les messages en faveur de la paix, des droits de l'homme, du respect de la diversité, de la non-violence et de la tolérance. Outre les journées internationales et activités déjà mentionnées, il s'est également employé à promouvoir des messages en faveur de l'inclusion sociale et de l'égalité, à l'occasion de la Journée internationale de la démocratie, le 15 septembre, en mettant l'accent sur la prévention des conflits.

D. Programme d'information spécial sur la question de Palestine

20. Dans le cadre du programme d'information spécial sur la question de Palestine qu'il a mis au point à la demande de l'Assemblée générale, le Département a organisé un séminaire international des médias sur la paix au Moyen-Orient les 5 et 6 octobre au Centre international de Vienne, en coopération avec le Bruno Kreisky Forum for International Dialogue et avec l'appui du Service d'information des Nations Unies à Vienne. Les discussions ont porté sur les questions relatives au conflit israélo-palestinien, notamment la recherche de la paix au Moyen-Orient et les répercussions de 50 années d'occupation sur les perspectives d'avenir ; l'empathie comme autre moyen de parvenir à la paix ; le discours médiatique et l'image publique du conflit du point de vue israélien et palestinien ; et le conflit vu à travers le prisme des médias internationaux. Cette réunion a rassemblé des diplomates, des responsables et ex-responsables politiques, des journalistes, des universitaires, des chercheurs et des spécialistes des médias venus notamment d'Allemagne, d'Autriche, des États-Unis d'Amérique, d'Israël, de Palestine et du Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord.

21. Le Département a organisé son programme annuel de formation de journalistes palestiniens du 30 octobre au 1^{er} décembre, qui comprenait un séjour de quatre semaines au Siège de l'ONU et un séjour d'une semaine à Washington. Y ont participé 10 journalistes palestiniens venus de Jordanie, du Liban, de Cisjordanie, de Gaza et de Jérusalem, ce qui a porté à 190 le nombre de bénéficiaires de cette formation depuis sa création en 1995. Les journalistes ont pris part à des réunions avec de hauts responsables de l'ONU, notamment le Secrétaire général, des diplomates, des représentants de gouvernements, des universitaires ainsi que des représentants d'organisations non gouvernementales (ONG) et de laboratoires d'idées. Ils ont

également visité le siège de grands médias tels que le *New York Times*, CNN et la BBC, ainsi que les installations de YouTube et de Google News, entre autres, et suivi un stage de formation pratique axé sur les outils numériques et multimédias, qui leur a été dispensé par des formateurs professionnels.

22. En étroite collaboration avec le Département des affaires politiques, le Département a fourni un appui en matière de communications à l'occasion des manifestations organisées au Siège pour célébrer la Journée internationale de solidarité avec le peuple palestinien, le 29 novembre, notamment une réunion spéciale du Comité pour l'exercice des droits inaliénables du peuple palestinien, suivie de l'inauguration d'une exposition et de la tenue d'une manifestation culturelle sur le thème « Le peuple palestinien : racines éternelles, horizons infinis ». Des centres d'information et bureaux des Nations Unies du monde entier ont organisé plusieurs activités pour célébrer cette journée, notamment à Antananarivo, Canberra, Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie), Genève, Jakarta, Lusaka, Mexico, Nairobi, Pretoria, Rabat et Vienne.

E. Décolonisation

23. Le Département a continué de promouvoir la décolonisation par l'intermédiaire de ses diverses plateformes, en étroite collaboration avec le Groupe de la décolonisation du Département des affaires politiques, notamment en hébergeant le site Web « Les Nations Unies et la décolonisation » et en mettant celui-ci à jour dans les six langues officielles.

F. Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique

24. À travers son magazine *Africa Renewal/Afrique Renouveau* et le site Web correspondant, disponible en anglais, chinois et français, le Département s'est attaché à promouvoir l'action menée par le Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique, la Commission économique pour l'Afrique et l'Union africaine pour mettre en œuvre l'Agenda 2063 de l'Union africaine et le Programme 2030.

25. Afin de sensibiliser l'opinion à la question du développement économique de l'Afrique et à celle de la paix et de la sécurité sur le continent et de mobiliser des soutiens en la matière, le Département s'est employé à promouvoir les objectifs, les priorités et les accomplissements de l'Agence de planification et de coordination du Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) et de son Mécanisme africain d'évaluation par les pairs. Dans l'édition de décembre d'*Afrique Renouveau*, le Département a publié des articles sous la bannière *Réduire les inégalités*, qui ont été l'occasion d'examiner en détail les écarts de richesse grandissants et les possibilités qui se présentent dans les domaines de l'éducation et de la santé, ainsi qu'un entretien avec le Secrétaire exécutif de l'Agence du NEPAD au sujet d'une nouvelle initiative panafricaine visant à créer des emplois.

26. En partenariat avec l'Union africaine, le Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique et le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), le Département a coorganisé en septembre un dialogue avec l'Union africaine, auquel ont participé des responsables de l'Union africaine et de l'ONU, des représentants des missions permanentes des pays africains auprès de l'Organisation, des Africains de la diaspora et des universitaires, afin d'examiner les perspectives qui s'offrent à

l’Afrique et les moyens de les optimiser et de les mettre au service de la croissance et du développement ainsi que du maintien de la paix et de la sécurité sur le continent.

27. Afin d’informer les journalistes des travaux que mène l’Organisation dans le domaine des objectifs de développement durable, le Département a organisé en septembre une table ronde des médias africains à l’intention des journalistes africains couvrant l’Assemblée générale ou couvrant l’Afrique depuis les États-Unis.

28. En octobre, au cours de la Semaine de l’Afrique célébrée en marge du débat spécial de l’Assemblée générale sur l’Afrique, le Département a organisé plusieurs activités à l’intention des médias afin de faire connaître les travaux du NEPAD, des commissions régionales et de l’Union africaine, notamment au moyen de conférences de presse, d’entretiens individuels et de réunions d’information avec de hauts fonctionnaires de l’ONU.

29. Dans le cadre de son action de sensibilisation, le Département a créé un site Web baptisé « L’Afrique à l’Assemblée générale de l’ONU » (<http://www.un.org/africarenewal/assemblee-generale>), sur lequel il a rendu compte de l’activité, des discours et des déclarations des dirigeants africains pendant le débat général de 2017.

30. Le service d’information d’*Afrique Renouveau* a continué de se développer en 2017. D’août à décembre, 50 articles du magazine ont été repris 360 fois en anglais et en français par plus de 200 médias en Afrique et ailleurs, notamment en Australie, à la Barbade, au Danemark, en Égypte, aux États-Unis, en France, au Ghana, en Haïti, en Inde, en Italie, au Nigéria, en Pologne, au Royaume-Uni, en Suisse et à la Trinité-et-Tobago.

31. La fréquentation des comptes des médias sociaux a fortement augmenté (voir tableau ci-dessous). Ainsi, entre le 1^{er} août et le 20 décembre, le nombre d’abonnés aux comptes Twitter du magazine a enregistré une croissance de 13,81 % pour le français et de 3,48 % pour l’anglais.

Statistiques d’*Africa Renewal/Afrique Renouveau* dans les médias sociaux, 2016-2017

Plateforme	Décembre 2016	Décembre 2017	Augmentation en pourcentage
Twitter			
(nombre d’abonnés)			
@africarenewal	89 229	96 937	10,8
@ONUAfrique	56 000	69 595	12,4
Facebook			
(nombre de mentions « J’aime »)			
<i>Africa Renewal</i>	8 020	9 570	11,9
<i>Afrique Renouveau</i>	3 260	4 244	13,0

32. Le nombre d’abonnés au bulletin d’information électronique d’*Afrique Renouveau*, qui donne un aperçu des nouveaux contenus figurant sur le site Web du magazine, a augmenté dans les mêmes proportions.

G. Opérations de paix des Nations Unies

33. Le Département de l'information a poursuivi son étroite coopération avec le Département des opérations de maintien de la paix, le Département de l'appui aux missions et le Département des affaires politiques en vue de promouvoir et d'appuyer les opérations de paix des Nations Unies, notamment en participant aux travaux de divers groupes de travail et équipes spéciales intégrées s'occupant d'un domaine ou d'un pays en particulier – tel que la Colombie, l'Iraq, la Libye, la République arabe syrienne et le Yémen – sous la direction du Département des opérations de maintien de la paix et du Département des affaires politiques.

34. En collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix, le Département a lancé en janvier une campagne multimédia multilingue baptisée « Services et sacrifices » afin de faire en sorte que les contributions et les sacrifices de chacun des Casques bleus déployés par les pays qui fournissent des contingents ou du personnel de police bénéficient d'une plus grande reconnaissance publique. La campagne s'articule autour de récits de différents soldats de la paix qui ont fait preuve de courage, d'esprit de sacrifice ou de compassion et repose sur des modules multimédias diffusés dans des médias locaux et internationaux, notamment des vidéos, des contenus destinés aux médias sociaux et des récits aux formats papier et audio. La première phase de la campagne vise à jeter les bases d'une initiative de communication stratégique plus large sur la « valeur du maintien de la paix ». Le Département a collaboré avec les centres d'information des Nations Unies, les missions de maintien de la paix et d'autres partenaires aux fins de la promotion de cette campagne.

35. Lorsque des Casques bleus tanzaniens ont été attaqués en décembre en République démocratique du Congo, le Département, en collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix, la Mission de l'Organisation des Nations Unies pour la stabilisation en République démocratique du Congo, le centre d'information en République-Unie de Tanzanie et le Centre de services régional d'Entebbe (Ouganda), s'est attaché à faire connaître les sacrifices consentis par les soldats de la paix au moyen de vidéos, d'informations diffusées dans les médias sociaux et d'actions de sensibilisation menées auprès des médias, en particulier en République-Unie de Tanzanie.

36. En ce qui concerne la situation en République arabe syrienne, le Département a continué de collaborer avec les partenaires du système des Nations Unies, tant au Siège que dans la région, afin de permettre une meilleure et plus large compréhension des efforts politiques déployés par l'Organisation et de son action humanitaire dans le pays et dans les pays voisins, notamment en publiant le bulletin hebdomadaire intitulé *Syrian crisis: United Nations response*, qui fournit des informations et des orientations sur les dernières activités menées par l'Organisation en vue d'apporter une solution à la crise en République arabe syrienne.

37. Le Département a couvert les activités de l'Envoyé spécial du Secrétaire général pour le Yémen sur diverses plateformes multilingues et transmis aux médias à New York et dans le monde entier, par l'intermédiaire de ses centres d'information, des supports de communication produits par l'équipe de pays des Nations Unies au Yémen et le Bureau de la coordination des affaires humanitaires.

38. Le Département a élaboré un plan d'action en matière de communication à l'occasion du retrait de la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti en octobre en vue d'appeler l'attention sur l'œuvre accomplie par la Mission et de mettre

l'accent sur l'appui que l'Organisation continuerait de fournir à Haïti. En tant que membre de l'équipe de planification de la nouvelle Mission des Nations Unies pour l'appui à la justice en Haïti (MINUJUSTH), le Département a veillé à ce que les besoins en matière de communication et d'information soient pris en compte dans le processus de planification. Il a également lancé le site Web de la MINUJUSTH et les plateformes de la Mission sur les médias sociaux et, en collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix, fourni un appui à la Mission en organisant des activités multimédias au cours des premières semaines de déploiement.

39. Le Département a fourni un appui à l'équipe de communication de la Mission des Nations Unies au Libéria à l'occasion du retrait de la Mission prévu en mars, notamment en envoyant dans le pays un fonctionnaire chargé d'élaborer un plan de communication et d'exécution visant à faire connaître les travaux et les accomplissements de la Mission au niveau local et mondial et d'expliquer les raisons de son retrait.

40. En tant que membre essentiel de l'équipe de planification de la Mission des Nations Unies en Colombie, le Département a appuyé les activités de communication de la Mission à l'occasion de son retrait en septembre afin d'appeler l'attention sur l'accomplissement de son mandat. Il a également fourni un appui à l'équipe chargée de l'information dans le cadre du déploiement de la Mission de vérification des Nations Unies en Colombie le même mois, en mettant en service le site Web de la Mission, en prodiguant des conseils sur l'utilisation des médias sociaux et en assurant la liaison avec le Porte-parole du Secrétaire général.

41. Par ailleurs, le Département, en coopération avec les centres d'information concernés et les opérations de maintien de la paix des Nations Unies à Chypre, en Haïti, au Liban, au Libéria, au Mali, en République centrafricaine, en République démocratique du Congo, au Soudan, au Soudan du Sud et à Abiyei, a mené de nombreuses actions de sensibilisation auprès des médias dans les pays fournisseurs de contingents et de personnel de police afin de promouvoir les travaux de ces missions.

42. En octobre, le Département, en partenariat avec le Département de l'appui aux missions et le Département des opérations de maintien de la paix, a dirigé le processus de migration du site Web des opérations de maintien de la paix (www.un.org/fr/peacekeeping/) vers un nouveau système de gestion des contenus conçu pour améliorer l'expérience des utilisateurs. Il a également continué de mettre à jour le site Web dans les six langues officielles en étroite collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix et le Département de l'appui aux missions, notamment en fournissant chaque mois des données chiffrées concernant les missions, des statistiques de mortalité et des informations sur les pays fournisseurs de contingents, ainsi qu'en élaborant plusieurs feuillets d'information actualisés.

43. Le Département a de nouveau joué un rôle important dans la coordination de la communication de crise en présidant la réunion à l'échelle du système des Nations Unies sur la crise humanitaire à laquelle sont confrontés les réfugiés du Myanmar, qui s'est tenue au Siège. Aux premières heures de la crise des Rohingya, en septembre, le Département a créé un groupe de communication interinstitutions chargé d'appuyer la communication de l'Organisation et d'assurer la cohérence des principaux messages. Les bureaux extérieurs du Département ont également joué un rôle clef dans le cadre de la communication de crise : les centres du Bangladesh, du Mexique, du Myanmar et de la Trinité-et-Tobago ont dirigé ou appuyé la communication de crise du système des Nations Unies à la suite d'ouragans et de tremblements de terre

dévastateurs et durant la crise des réfugiés Rohingya. Les messages diffusés par le centre d'information de México sur Twitter et Facebook après le tremblement de terre survenu en septembre dans le centre du Mexique ont touché plus de sept millions de personnes.

H. Politique de tolérance zéro à l'égard de l'exploitation et des atteintes sexuelles

44. En coopération avec le Bureau de la Coordinatrice spéciale chargée d'améliorer les moyens d'action de l'Organisation des Nations Unies face à l'exploitation et aux atteintes sexuelles, la Défenseure des droits des victimes, le Département des opérations de maintien de la paix, le Département de l'appui aux missions et d'autres entités des Nations Unies, le Département a continué de mettre en œuvre et de réviser la stratégie de communication de l'Organisation en matière de lutte contre l'exploitation et les atteintes sexuelles commises par le personnel des Nations Unies. En septembre, le Département a conçu et mis en œuvre un plan de communication en prévision de la réunion de haut niveau sur la prévention de l'exploitation et des atteintes sexuelles, dans le cadre duquel il a notamment créé des banderoles, des affiches et des panneaux d'information. Il a régulièrement mis à jour le site Web à l'échelle du système sur la lutte contre l'exploitation et les atteintes sexuelles et a organisé les conférences de presse de la Coordinatrice spéciale.

I. Lutte contre le terrorisme

45. Le Département a continué de promouvoir les activités du système des Nations Unies en matière de lutte contre le terrorisme ainsi que les priorités énoncées dans le Plan d'action du Secrétaire général pour la prévention de l'extrémisme violent.

46. Le Département a présidé le Groupe de travail sur la communication stratégique et contribué à l'élaboration de son programme de travail en répertoriant les projets en cours et les nouveaux projets mis en œuvre par le Centre des Nations Unies pour la lutte contre le terrorisme en matière de communication stratégique et médiatique, ainsi que ceux exécutés par l'Équipe spéciale de lutte contre le terrorisme.

47. En tant que membre du Groupe de travail sur le soutien aux victimes du terrorisme et la sensibilisation à leur cause, le Département a coordonné la production d'un documentaire intitulé *Survivre au terrorisme : les voix des victimes en Norvège* sur les survivants des attentats terroristes commis dans ce pays en 2011, dans le cadre d'un projet du Bureau de lutte contre le terrorisme visant à faire entendre davantage la voix des victimes. En collaboration avec le Bureau, une projection du documentaire et une table ronde sur la résilience des victimes ont été organisées au Siège en novembre. Au cours d'une conférence du Bureau tenue à Accra en janvier, le Département a également conduit des entretiens avec des victimes et des représentants d'associations de victimes, lesquels seront diffusés sur le Portail des Nations Unies de soutien aux victimes de terrorisme.

J. Migrants et réfugiés

48. Au cours de la période considérée, le Département a fourni un appui en matière de communications au Bureau de la Représentante spéciale du Secrétaire général pour les migrations internationales durant les consultations préalables à l'élaboration d'un pacte mondial pour des migrations sûres, ordonnées et régulières, notamment en

produisant des contenus destinés aux médias sociaux et en organisant les entretiens de la Représentante spéciale avec les médias à Addis-Abeba, Bangkok, Beyrouth, Londres et New York. Le Département a également élaboré la stratégie d'image et le logo du pacte mondial.

49. Au cours de la phase suivante du processus intergouvernemental devant aboutir à l'adoption du pacte mondial pour les migrations, le Département, avec le soutien d'une équipe du centre d'information de Mexico, a fourni un appui en matière de communication dans le cadre d'une réunion d'évaluation tenue en décembre à Puerto Vallarta (Mexique) ; produit une vidéo expliquant les aspects complexes de la migration ; élaboré des communiqués de presse et des contenus multilingues pour les plateformes en ligne ; coordonné les entretiens avec les médias de la Représentante spéciale du Secrétaire général pour les migrations internationales et d'autres hauts fonctionnaires de l'Organisation ; mis à jour les contenus du site Web consacré aux réfugiés et aux migrants et créé de nouveaux contenus.

50. En janvier, le Département a assuré la promotion mondiale du rapport du Secrétaire général intitulé « Rendre les migrations bénéfiques à tous » (A/72/643), tant depuis New York que par l'intermédiaire des centres d'information, en coordonnant en particulier deux conférences de presse de la Représentante spéciale pour les migrations internationales, notamment une conférence tenue à distance avec des journalistes basés en Europe, qui a été organisée par les centres d'information de Bruxelles, Genève et Vienne. En collaboration avec le Département des affaires économiques et sociales, le Département a élaboré de nouveaux graphiques d'information pour mettre l'accent sur certains faits relatifs à la migration et sur les avantages que celle-ci procure, lesquels ont été transmis aux centres d'information afin qu'ils soient largement diffusés.

51. Au cours de la période considérée, les centres d'information des Nations Unies ont continué de promouvoir la campagne « Ensemble – respect, sécurité et dignité pour tous » en établissant divers partenariats avec des institutions internationales, la société civile et le secteur privé et en coordonnant une série de manifestations mondiales pour mobiliser des moyens d'action au niveau local.

52. En septembre, le centre d'information de Canberra, en collaboration avec une organisation non gouvernementale locale, a organisé un séminaire visant à donner aux femmes issues des populations migrantes et réfugiées les moyens d'acquérir de nouvelles compétences professionnelles.

53. En septembre également, le centre d'information de Beyrouth a produit à l'intention des enfants libanais un livret d'activités sur la campagne « Ensemble » ainsi qu'un film d'animation diffusé à la télévision locale pour contrer les messages négatifs véhiculés sur les réfugiés et les migrants installés au Liban.

54. En octobre, le centre d'information de Washington, en collaboration avec les partenaires du système des Nations Unies, a organisé une présentation sur les migrants et les réfugiés à l'intention d'un des plus grands groupes religieux africains-américains du pays (plus de 2 millions de membres).

55. D'autres centres d'information ont collaboré avec l'Organisation internationale pour les migrations aux fins de la promotion du Festival international du film sur la migration, notamment le centre de Bruxelles, qui a organisé des projections de films en Suède en octobre et en Finlande en novembre.

III. Service des centres d'information

A. Multilinguisme

56. Les centres d'information des Nations Unies communiquent avec les populations locales dans leurs langues afin de maximiser la résonance et la portée de leurs communications : ils publient des informations dans 84¹ langues, élaborent, traduisent ou diffusent les communiqués de presse, feuillets d'information et autres informations provenant du Siège et des entités locales du système des Nations Unies et publient des bulletins d'information hebdomadaires, mensuels, bimensuels ou trimestriels dans 11 langues.

57. En janvier, les centres d'information avaient traduit les objectifs de développement durable et les icônes correspondantes en 61² langues. À titre d'exemple, le centre d'information de Moscou a traduit les objectifs en iakoute, mari, tatar et tchéchéne, touchant ainsi un public potentiel de plus de 5 millions de personnes dans leur langue maternelle.

58. Les centres d'information de Bruxelles et de Port of Spain se sont associés pour élaborer des supports d'information en néerlandais sur les grandes questions intéressant l'Organisation. Afin de toucher un public de langue néerlandaise de plus de 250 000 personnes sur les médias sociaux, le centre d'information de Port of Spain a produit de courtes vidéos sur les objectifs de développement durable, dans lesquelles sont intervenus des étudiants et parlementaires surinamais.

59. Sur les 59 centres d'information opérationnels, 33 utilisent des langues locales sur leur site Web. Les centres utilisent également des langues locales dans les médias sociaux : 17 comptes Facebook sur 69 sont en langue locale, ainsi que 24 comptes Twitter sur 68 et 11 chaînes YouTube sur 39. Les centres utilisent en outre d'autres plateformes de médias sociaux, telles qu'Aparat, Flickr, Flipboard, Google+, Instagram, LinkedIn, Livestream, Periscope, Pinterest, Slideshare, Snapchat, Telegram, Tumblr, Vimeo, Vine et VK, et mènent d'autres activités de sensibilisation en utilisant des services de messages dans des zones reculées à faible couverture Internet.

¹ Afrikaans, akwapim twi, allemand, arménien, asante twi, bafut, bangla/bengali, bangwa, basaa, bamba, biélorusse, dagari, dagbani, dangme, danois, dioula, ewé, ewondo, fante, finnois, frison (frysk), fulfulde (Burkina Faso), fulfulde (Cameroun), ga, géorgien, gonja, grec, gulmacema, hausa, hiligaynon, hindi, hongrois, iakoute, indonésien, isiswati, islandais, italien, japonais, kaonde, kazakh, lozi, lunda, luvale, malgache, mari, mooré, ndébébé, néerlandais, norvégien, nyanja, nzema, ouolof, ourdou, ouzbek, persan, pidgin, pilipino, polonais, portugais, quechua, sepedi, setswana, shona, shupamum, singhalais, slovaque, slovène, sotho, suédois, swahili, tamazight, tamoul, tchèque, tchéchéne, télougou, tongan, tsonga, turc, twi, ukrainien, venda, xhosa, yoruba et zoulou.

² Afrikaans, allemand, arménien, bafut, bangla/bengali, bangwa, basaa, bamba, dioula, ewondo, frison (frysk), fulfulde, géorgien, grec, gulmacema, hausa, hindi, iakoute, igbo, indonésien, isiswati, italien, japonais, kaonde, lozi, lunda, luvale, mari, mooré, ndébébé, néerlandais, nyanja, ouolof, persan, pidgin, pilipino, polonais, portugais, quechua, sepedi, setswana, shona, shupamum, singhalais, sotho, swahili, tamazight, tamoul, tatar, tchèque, tchéchéne, télougou, tongan, tsonga, turc, twi, ukrainien, venda, xhosa, yoruba et zoulou.

B. Renforcement des centres d'information des Nations Unies par le soutien stratégique, le renforcement des capacités et la création de synergies

60. Le Département examine actuellement les activités et structures opérationnelles de ses bureaux extérieurs ainsi que l'orientation générale de ceux-ci afin de faire en sorte qu'ils demeurent efficaces dans un environnement de communication mondiale en mutation rapide. Il a recensé des domaines dans lesquels une coopération et une rationalisation étaient possibles et s'emploie à renforcer les synergies grâce à des bureaux plus importants chargés de fournir un appui aux centres dans leur région. L'utilisation de langues communes, le partage des compétences et des capacités et la redistribution des ressources lorsque cela est possible permettent d'utiliser les centres de façon plus efficace et de maximiser les retombées de leurs activités.

61. Dans le contexte des discussions en cours sur la réforme du système des Nations Unies pour le développement, le Département a collaboré avec le Cabinet du Vice-Secrétaire général, le Groupe des Nations Unies pour le développement et les coordonnateurs résidents en vue d'examiner les moyens d'optimiser la contribution du Département et de ses centres d'information à la communication stratégique conjointe et intégrée.

62. En 2017, le Département a donné la priorité à la formation du personnel des centres d'information afin de renforcer leurs compétences dans les domaines du développement durable, des médias sociaux et des connaissances multimédias, en mettant l'accent sur des cours en ligne animés par des formateurs pour assurer l'efficacité de la formation et promouvoir la diversité géographique. Au total, 122 membres du personnel des centres d'information ont bénéficié de ces séances de formation.

63. Il s'agissait notamment d'une formation dispensée par l'École des cadres du système des Nations Unies sur le Programme 2030, le processus d'examen et le cadre de suivi correspondants, et le rôle que joue l'Organisation à l'appui de la mise en œuvre du Programme au niveau national, ainsi que de formations en ligne personnalisées sur les médias sociaux à l'intention de 50 membres du personnel de centres d'information du monde entier.

64. En novembre, le Département a réuni des fonctionnaires des bureaux d'information installés dans les pays de la Communauté d'États indépendants et d'Europe de l'Est à l'occasion d'un atelier organisé à Vienne pour renforcer leurs capacités de narration numérique et accroître la collaboration régionale.

65. Afin de préparer la mise en service d'Umoja dans les bureaux extérieurs, le Département a organisé des ateliers à l'intention des référents administratifs de ses centres d'information aux Amériques et en Asie.

66. Le Département a continué de renforcer ses relations avec les centres d'information sur les questions programmatiques, administratives et financières ainsi que dans le domaine de la formation en organisant des réunions en ligne efficaces. En 2017, 82 réunions en ligne (54 sur la programmation, 18 sur des questions administratives et 10 sur la formation) ont rassemblé plus de 1 600 participants, parmi lesquels des journalistes et des membres des équipes de pays des Nations Unies et des groupes chargés de la communication (soit une augmentation de 60 % par rapport aux 1 000 participants de 2016). Certaines réunions récentes ont porté sur la communication de crise, la réforme du système des Nations Unies pour le développement et le soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des

droits de l'homme, et ont été l'occasion d'entendre des exposés du Porte-parole du Président de l'Assemblée générale et de s'entretenir avec la Secrétaire générale adjointe du Département. En outre, les centres d'information organisent de plus en plus de réunions en ligne, notamment dans le cadre de leur collaboration avec d'autres centres ou avec les groupes des Nations Unies chargés de la communication dans la région.

C. Collaboration avec les équipes de pays et les entités des Nations Unies

67. Les centres d'information des Nations Unies travaillent en étroite collaboration avec les équipes de pays et les coordonnateurs résidents afin d'assurer une communication cohérente et stratégique sur les questions intéressant l'Organisation et sur les priorités qui sont les siennes, notamment le plan-cadre des Nations Unies pour l'aide au développement. Leur rôle est celui d'intermédiaires chargés de répondre aux besoins des organismes en matière de communication et d'adapter les campagnes et messages mondiaux de l'Organisation au contexte local. Guidés par la notion d'unité dans la communication, beaucoup jouent un rôle moteur dans l'élaboration de stratégies et de campagnes de communication, par l'entremise des groupes de la communication des Nations Unies au niveau local, dans le cadre des commémorations conjointes, des initiatives et des plateformes en ligne communes, des activités de sensibilisation des publics cibles et de la promotion des travaux des membres des équipes de pays. Ils fournissent également un appui à l'occasion des visites des hauts fonctionnaires de l'ONU.

68. Outre qu'ils dirigent les activités de communication des bureaux extérieurs du système des Nations Unies dans leur région respective, les bureaux de Bruxelles, Genève, Vienne et Nairobi fournissent un appui en matière de communication stratégique et d'activités médiatiques à l'équipe des Nations Unies à Bruxelles et aux Offices des Nations Unies à Genève, Vienne et Nairobi. Ils dirigent les groupes de communication locaux, programment des interventions publiques, délivrent aux médias les accréditations nécessaires pour assister aux conférences de l'ONU et organisent des conférences de presse. Les bureaux de Genève, Vienne et Nairobi gèrent les services visiteurs et assurent les visites guidées dans les six langues officielles de l'Organisation ainsi qu'en allemand, bosniaque, bulgare, croate, hongrois, italien, néerlandais, portugais, roumain, serbe, slovaque, swahili et tchèque, ce qui leur a permis de toucher un public de plus de 185 000 visiteurs en 2017.

69. Le Centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale, basé à Bruxelles, appuie les activités de communication des Nations Unies dans 22 pays et dans 13 langues et travaille en partenariat avec des organismes de l'Union européenne. Le Centre veille à la cohérence des messages et à la bonne collaboration entre les entités des Nations Unies présentes en Europe en convoquant régulièrement des réunions des groupes de la communication des Nations Unies à Bruxelles, Bonn et Paris, et dirige les initiatives de sensibilisation numérique multilingue conjointes des entités des Nations Unies basées à Bruxelles et à Bonn. En juin, le Centre a mené des activités de communication numérique au nom de l'Organisation à l'occasion de la célébration annuelle des Journées européennes du développement, le principal espace de discussion de la Commission européenne sur les questions de développement. Il s'emploie également à renforcer le partenariat essentiel qui unit l'Organisation et les institutions de l'Union européenne en assurant la visibilité des campagnes d'information visant à promouvoir des valeurs communes, telles que la

campagne « Ensemble », l'initiative Spotlight et les campagnes relatives aux droits de l'homme. En 2017, le Centre a conçu et élaboré un jeu de société en ligne visant à promouvoir les objectifs de développement durable auprès des jeunes, qui constituent une cible prioritaire. Ce jeu est disponible en anglais, français, néerlandais, allemand, grec, espagnol et chinois, et des versions en italien, en portugais et dans les cinq langues scandinaves devraient être mises en ligne d'ici février 2018. D'autres centres d'information, notamment ceux de Kiev et de Rio de Janeiro (Brésil), s'emploient actuellement à traduire leurs propres versions du jeu, qui seront publiées sur le site Web www.go-goals.org.

70. Le Service de l'information des Nations Unies à Genève fournit un appui dans le cadre des initiatives multimédias, des activités médiatiques (radio, presse et télévision), des services visiteurs et de la diffusion d'informations sur le Web à l'Office des Nations Unies à Genève. Le Service a assuré la couverture des conférences des Nations Unies sur Chypre et la République arabe syrienne, de rencontres des organes chargés des droits de l'homme et de réunions sur le désarmement. En 2017, il a produit près de 1 000 communiqués de presse, 2 500 reportages télévisés et 520 reportages radiophoniques. Il compte actuellement 500 000 abonnés sur l'ensemble des plateformes Twitter, Facebook et Instagram, et 1 million de visiteurs sur Flickr. Il a organisé 360 manifestations à l'intention de plus d'un millier de journalistes, participé à l'organisation de la Journée portes ouvertes de l'ONU Genève, qui a attiré 14 000 visiteurs, et mis en place une centaine d'activités de sensibilisation et d'apprentissage, notamment des projections de films dans le cadre de l'événement Ciné-ONU et d'autres manifestations organisées pour célébrer les journées et commémorations internationales.

71. Le Service d'information des Nations Unies à Vienne, qui collabore avec les organismes des Nations Unies ayant leur siège dans la capitale autrichienne, a continué de promouvoir les activités et les questions intéressant l'Organisation en Autriche, en Hongrie, en Slovaquie et en Slovénie. De concert avec le Groupe de la communication des Nations Unies à Vienne, il a organisé une campagne d'affichage et de jeux-concours sur les objectifs de développement durable, qui s'est déroulée pendant une semaine en septembre dans l'ensemble du système de transports publics de la ville et a permis de toucher une audience de 730 000 personnes par jour. En décembre, le Service a également reçu au Centre international de Vienne un groupe de jeunes slovaques lauréats du concours de courts métrages sur la Déclaration universelle des droits de l'homme organisé à l'intention d'élèves âgés de 10 à 20 ans.

72. Les centres d'information ont œuvré aux côtés des organismes des Nations Unies de bien d'autres manières :

a) Le centre d'information de Rabat a fourni des conseils stratégiques et un appui médiatique à l'occasion du colloque organisé conjointement par le Gouvernement marocain et le HCDH concernant la suite donnée au Plan d'action de Rabat sur l'interdiction de l'appel à la haine nationale, raciale ou religieuse qui constitue une incitation à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence, tenu à Rabat en décembre. Il a également apporté son soutien à l'Alliance des civilisations de l'Organisation des Nations Unies dans le cadre de l'atelier PEACEapp organisé à Tanger (Maroc) pour faciliter le dialogue interculturel en permettant à des jeunes, notamment des réfugiés et des immigrants, de créer des jeux vidéo sur les questions sociales ;

b) En octobre, le centre d'information du Caire a lancé et coordonné une exposition de photographies numériques, accompagnées de légendes en anglais et en

arabe, sur les activités menées par l'équipe de pays en Égypte, en mettant l'accent sur la réalisation des objectifs de développement durable ;

c) En septembre, le centre d'information de Lima a assuré la promotion du Prix UNESCO pour l'éducation des filles et des femmes, qui a été attribué à une organisation non gouvernementale péruvienne pour son projet visant à autonomiser les filles des zones rurales en leur dispensant un enseignement scientifique de qualité ;

d) Le centre d'information de Varsovie a fourni un appui à la Section des examens et des tests du Département de la gestion en administrant le concours organisé dans le cadre du programme Jeunes administrateurs pour les ressortissants polonais résidant dans le pays ;

e) En octobre, le centre d'information de Rio de Janeiro a créé 50 cartes d'information pour les médias sociaux et sous-titré 20 vidéos de courte durée dans le cadre d'une campagne numérique conjointe organisée par l'équipe de pays pour faire mieux connaître les activités des 21 bureaux des Nations Unies au Brésil, laquelle a touché plus de 1,5 million de personnes et généré 2 000 partages et 48 000 mentions « J'aime » sur l'ensemble des plateformes numériques de l'Organisation au Brésil. En outre, les vidéos diffusées dans le cadre de la campagne ont été vues 655 000 fois, et les pages des plateformes participantes ont été consultées près de 2 millions de fois ;

f) Les centres d'information sont de plus en plus nombreux à fusionner leur site Web et leurs plateformes de médias sociaux avec ceux de l'équipe de pays des Nations Unies afin de renforcer la cohérence, de mettre en commun les ressources et d'éviter les doublons. Ainsi, le centre d'information de Buenos Aires, qui gère le site Web (www.onu.org.ar/) et les plateformes de médias sociaux de l'Organisation en Argentine, a établi des consignes de rédaction, élaboré des contenus originaux et présenté les travaux d'autres organismes des Nations Unies. En 2017, le nombre de ses abonnés sur Twitter et Facebook a augmenté de 30 % et 50 %, respectivement ; et son audience sur Instagram, de 240 %. Ce sont les récits privilégiant la dimension humaine des événements qui ont généré le plus grand nombre de vues et suscité le plus d'interactions ;

g) De même, le centre d'information de New Delhi, qui gère le site Web et les comptes sur les médias sociaux de l'Organisation en Inde, a créé une équipe de communication conjointe avec le Bureau du Coordonnateur résident et le personnel du PNUD chargé de la communication, laquelle est gérée par le Directeur du centre d'information ;

h) Les centres d'information ont continué de prodiguer des conseils en matière de communication stratégique et un appui aux activités médiatiques à l'occasion des visites de plus de 250 hauts fonctionnaires et membres de délégations du système des Nations Unies en 2017. Les centres travaillent en étroite coordination avec le Bureau du Porte-parole du Secrétaire général, en particulier durant les déplacements du Secrétaire général, ainsi qu'avec les États Membres et les médias locaux, afin de maximiser les retombées de ces visites. Ils fournissent également un appui lors des visites de membres du Conseil de sécurité dans leur pays ou région. Le centre d'information de Ouagadougou a par exemple assuré la promotion de la visite de membres du Conseil au Sahel en octobre en mobilisant les médias nationaux et internationaux et en coordonnant les entretiens et les déclarations à la presse organisés à cette occasion.

D. Partenariats

73. Les centres d'information ont continué d'établir des partenariats pour faire en sorte que les activités que mène l'Organisation au niveau local bénéficient d'un plus large soutien et soient mieux comprises. Outre les partenaires traditionnels que sont les pouvoirs locaux, les organisations de la société civile, les médias et les établissements d'enseignement, les centres s'attachent de plus en plus à collaborer avec la communauté artistique, les institutions culturelles, les associations sportives, les groupes religieux et le secteur privé pour faire connaître les grandes questions intéressant l'Organisation et améliorer ainsi les résultats et l'incidence de son action.

74. À l'occasion de la Journée des droits de l'homme, célébrée conjointement avec l'Union européenne, le centre d'information d'Islamabad, de nombreuses ambassades, le Conseil national des arts du Pakistan et le Goethe-Institut ont organisé la projection de 25 documentaires sur les droits de l'homme dans des universités de tout le pays.

75. Le centre d'information de Tokyo entretient des relations de longue date avec Yoshimoto Kogyo, grand groupe de divertissement japonais. À l'occasion du Festival international du film d'Okinawa, tenu en avril, ils ont lancé ensemble une initiative de sensibilisation novatrice visant à mettre à profit le pouvoir de la comédie pour faire passer des messages sur les objectifs de développement durable. Ce partenariat a également été l'occasion d'organiser plusieurs manifestations et activités sur le thème des objectifs de développement durable dans le cadre du Festival international du film et des arts de Kyoto, tenu en octobre.

76. En novembre, le centre d'information de Dakar, en partenariat avec une association de jeunes locale, a diffusé des programmes relatifs aux objectifs de développement durable sur des stations de radio locales et au moyen de stations mobiles qui se sont déplacées dans des zones reculées du pays pour communiquer avec le public en diola, français, ouolof et peul.

77. Au cours de la période considérée, le centre d'information de Bogota a formé un partenariat avec l'Organisation nationale autochtone de Colombie pour traduire chacune des émissions de son programme radiophonique *Voces Unidas* en plusieurs langues autochtones et en assurer la diffusion sur 24 stations de radio locales et en ligne.

78. Le centre d'information de Washington, conjointement avec l'Université George Washington et l'Organisation des États américains, a organisé une exposition sur la traite négrière transatlantique suivie de la projection en avant-première du film *Familiar Faces/Unexpected Places: A Global African Diaspora*.

79. Grâce aux partenariats qu'ils ont établis avec les médias, les centres d'information ont également contribué à diffuser plus largement l'appel lancé par le Secrétaire général en faveur de la prévention et de la responsabilisation à l'appui de la consolidation et de la pérennisation de la paix. À titre d'exemple, le centre d'information du Caire a traduit et diffusé des documents importants concernant la visite du Secrétaire général en République centrafricaine, ce qui a permis d'accroître la couverture médiatique et de communiquer plus efficacement avec le public local.

80. Certains centres d'information ont établi de nouveaux partenariats ou renforcé les partenariats existants avec des stations de radio et des chaînes de télévision locales afin de promouvoir les objectifs de développement durable et d'autres initiatives et

messages clefs de l'Organisation au niveau local. On trouvera ci-après quelques exemples de ces partenariats :

a) Le centre d'information de Beyrouth s'est associé avec la station de radio la Voix du Liban et la chaîne de télévision Télé Liban afin de promouvoir les objectifs ;

b) Le centre d'information de Pretoria a collaboré avec Radio Islam, une station de radio locale de Johannesburg (Afrique du Sud) dans le cadre de la production d'une émission hebdomadaire intitulée *UN Report* ;

c) Le centre d'information de Bogota a collaboré avec l'entreprise publique de radiodiffusion nationale RTVC Sistema de Medios Públicos en vue de diffuser chaque semaine des émissions des Nations Unies sur 51 fréquences radio ;

d) Le centre d'information d'Islamabad, en collaboration avec Radio Pakistan, diffuse l'émission *UN Perspective* sur 64 stations AM et FM couvrant 95 % du territoire et touchant 98 % de la population ;

e) Le centre d'information de Lagos (Nigéria) s'est associé avec Radio Nigeria afin de diffuser une émission hebdomadaire de 15 minutes sur les activités de l'Organisation dans le pays et les objectifs de développement durable à l'intention d'un public potentiel de 40 millions d'auditeurs de langue yoruba.

E. Sensibilisation des jeunes

81. Les programmes « l'ONU mise en scène » demeurent efficaces pour établir un dialogue avec les jeunes sur des questions d'intérêt mondial. En novembre, le Département a organisé une réunion d'information en ligne sur la gestion de ces programmes à l'intention de participants de 23 centres d'information afin de promouvoir le partage des connaissances et de renforcer la mise en œuvre de ces initiatives. En 2017, 21 centres ont organisé des conférences « l'ONU mise en scène », auxquelles ont participé quelque 12 000 étudiants. Le programme organisé en novembre en Colombie avec l'appui du centre d'information de Bogota a rassemblé 2 800 élèves et 300 enseignants de plus de 200 écoles. Le centre d'information de Dacca, en collaboration avec des universités nationales partenaires, a permis à 450 délégués étudiants de participer à un programme de quatre jours organisé en décembre pour aborder des questions clefs telles que les objectifs de développement durable, la crise des Rohingya et les migrations.

82. Au cours de la période considérée, les centres d'information ont organisé de nombreuses autres activités de sensibilisation pour promouvoir les activités et les priorités de l'Organisation auprès des jeunes. On trouvera ci-après quelques exemples de ces activités :

a) Le centre d'information de Katmandou a sensibilisé 800 écoliers de la vallée de Katmandou à la question de la violence sexiste ;

b) Le centre d'information de New Delhi, en collaboration avec une entreprise du secteur privé et une association regroupant 160 lycées de tout le pays, a mobilisé plus de 1 000 élèves de 15 écoles de New Delhi pour participer à une marche de protestation silencieuse contre la pollution atmosphérique et les changements climatiques au terme d'une campagne organisée par des étudiants pour permettre à leurs camarades de visiter les sites les plus polluants de la ville. Des étudiants reporters ont organisé une conférence de presse pour évoquer leur expérience et les

solutions possibles au problème de la pollution atmosphérique, laquelle a été largement couverte par les médias locaux et internationaux ;

c) À l'occasion de la Journée des Nations Unies, le 24 octobre, le centre d'information d'Accra, conjointement avec l'équipe de pays des Nations Unies, le Ministère des affaires étrangères ghanéen et la Ghana United Nations Students Association, a organisé trois journées de sensibilisation à l'intention de lycéens de l'est du pays et nommé des élèves chargés de promouvoir les objectifs de développement durable ;

d) Le centre d'information de Lusaka s'est employé à promouvoir les objectifs de développement durable auprès de 250 jeunes venus de toutes les provinces de Zambie, qui ont participé à la première conférence nationale de la jeunesse sur les objectifs de développement durable en Afrique australe ;

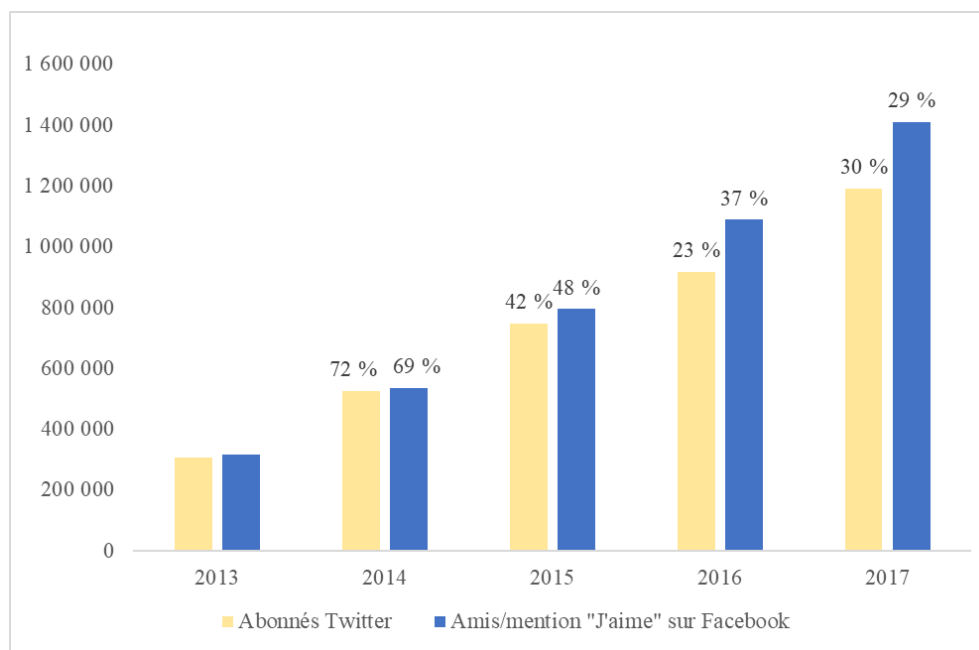
e) En octobre, le centre d'information de Rabat a assuré la promotion auprès de la jeunesse marocaine de la première discussion en direct sur Twitter avec l'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse ;

f) Le centre d'information de Téhéran a sensibilisé plus de 1 500 jeunes aux activités de l'Organisation à l'occasion du quatrième colloque international sur la jeunesse et la création de richesses organisé par la Chambre de commerce, d'industrie, des mines et de l'agriculture d'Ispahan.

83. Le fait que les centres d'information aient de plus en plus recours aux plateformes de médias sociaux en sus des plateformes traditionnelles leur a permis de diffuser plus largement le message de l'Organisation partout dans le monde, en particulier auprès des jeunes (voir fig. I).

Figure I

Nombre d'abonnés aux comptes Twitter des centres d'information des Nations Unies, nombre de mentions « J'aime » sur les comptes Facebook et croissance en pourcentage, 2013-2017

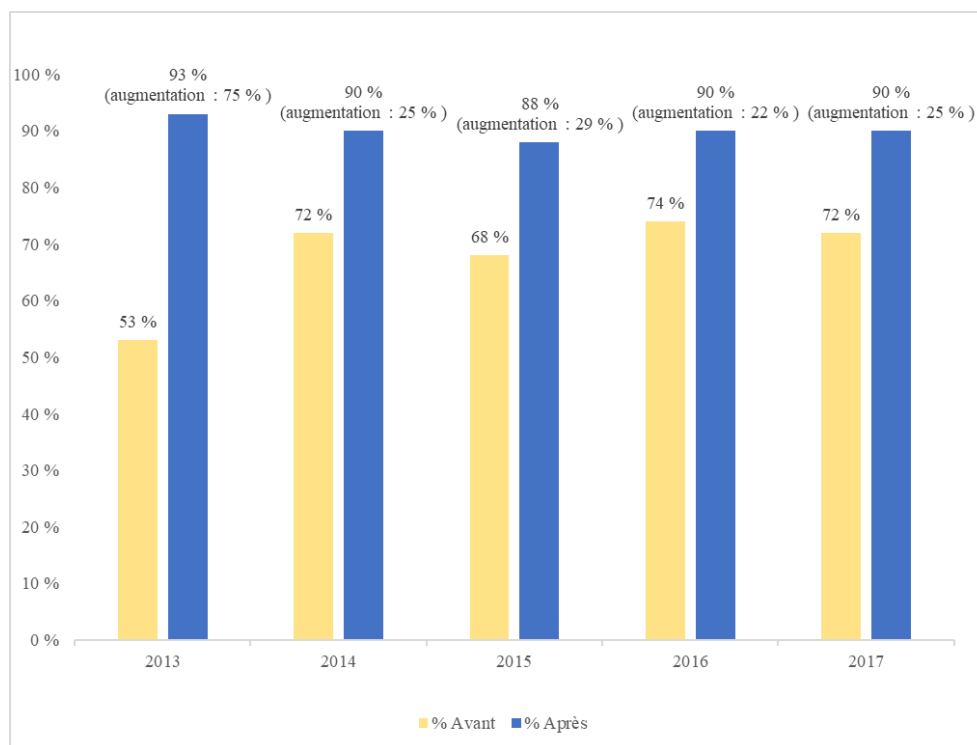


F. Mesure des retombées de la communication

84. À l'heure où le Département s'attache à examiner ses travaux en mettant davantage l'accent sur la cohérence, la clarté et la portée de ses communications, il fait de plus en plus appel à ses centres d'information pour lui rendre compte de la façon dont le public local réagit aux campagnes de communication et aux initiatives de sensibilisation entreprises par l'Organisation. Le suivi et l'évaluation de la couverture médiatique dont bénéficient les campagnes menées par le Département sont un moyen d'en mesurer l'efficacité. Effectuées à intervalles réguliers, ces analyses permettent au Département de comparer les retombées des différentes campagnes et d'améliorer l'apprentissage institutionnel ; d'évaluer sa capacité de transmettre des messages, d'examiner et de contrer les messages erronés et de générer des échos favorables dans la presse ; et de disposer des informations dont il a besoin pour améliorer la prise de décision et les résultats. À l'appui de ces activités, les centres d'information ont procédé à des analyses approfondies de 2 500 articles de presse en 2017 afin de rendre compte des retombées de certaines campagnes de communication, telles que celle organisée à l'occasion de la Conférence des Nations Unies sur les océans, qui s'est tenue à New York en juin et a été couverte par les centres d'information de 70 pays dans 24 langues, et de formuler des observations à l'intention du Secrétaire général et de son équipe, notamment sur les répercussions médiatiques des missions menées dans certains pays ou régions. Ces résultats ont également permis de réaliser une analyse comparative des répercussions des messages adressés chaque année par le Secrétaire général à l'occasion du Nouvel An.

85. En recueillant directement l'avis des utilisateurs finaux, le Département est mieux à même de mesurer l'utilité, la pertinence et la portée de ses produits et activités et d'évaluer la façon dont les parties prenantes utilisent ses services. En 2017, les centres d'information ont recueilli les réactions de plus de 6 000 personnes ayant participé à des séances d'information. Plus de 90 % des participants ont indiqué que les séances leur avaient permis de mieux comprendre l'action que menait l'Organisation et les questions dont elle traitait. Plus important encore, les programmes mis en œuvre par les centres d'information ont pour effet d'améliorer sensiblement l'opinion que se fait le public de l'Organisation. Lorsque l'on compare les avis des participants avant et après leur participation à un programme organisé par un centre, le nombre de personnes ayant une opinion « très favorable » des Nations Unies est près de deux fois supérieur après l'activité, tandis que le nombre de participants ayant une opinion négative de l'Organisation diminue de 55 % (voir fig. II).

Figure II
Opinions favorables concernant les Nations Unies avant et après les séances d'information organisées par les centres, 2013-2017 (en pourcentage)



G. Conclusion

86. Dans le contexte de ce que le Secrétaire général a qualifié de « monde qui fait marche arrière », le Département de l'information a lancé plusieurs campagnes de communication, notamment une campagne globale revitalisée intitulée « Objectifs de développement durable, 17 objectifs pour transformer notre monde », une campagne visant à promouvoir le soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme, une campagne d'action pour le climat en prévision du Sommet sur le climat convoqué par le Secrétaire général en 2019, l'initiative Spotlight visant à éliminer la violence à l'égard des femmes et des filles, une campagne visant à mettre en lumière les contributions et les sacrifices des soldats de la paix et une campagne tendant à appuyer les négociations préalables à l'élaboration de pactes mondiaux sur les migrations et les réfugiés.

87. Les principaux objectifs de communication sont présentés progressivement en mettant l'accent sur une stratégie d'image claire et cohérente ; des récits reflétant les contenus les plus récents et les plus axés sur l'aspect humain des événements ; une analyse des retombées permettant de suivre plus efficacement les résultats ; et le recours à des contenus numériques permettant de toucher des citoyens du monde entier, en particulier les jeunes, sur les plateformes qu'ils utilisent pour s'informer.

88. Les campagnes de communication visent à améliorer la cohérence à l'échelle du système des Nations Unies au moyen de la plateforme de coordination du Groupe de

la communication des Nations Unies, tant au Siège qu'au niveau des pays, sous la direction du Département.

89. Les centres d'information des Nations Unies jouent un rôle essentiel dans la mise en œuvre des campagnes et des activités de sensibilisation. Aussi, le Département continuera-t-il de renforcer leurs capacités, d'améliorer la coordination et les interactions avec les bureaux extérieurs et de créer des synergies afin de revitaliser les centres et de redéfinir leur positionnement pour leur permettre de mieux répondre à l'évolution constante du paysage des communications et aux besoins des initiatives de réforme en cours.
