



# Assemblée générale

Distr. générale  
12 février 2010  
Français  
Original : anglais

---

## Comité de l'information

Trente-deuxième session

26 avril-7 mai 2010

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

#### Rapport du Secrétaire général

##### *Résumé*

La Division de la communication stratégique, qui s'occupe de l'exécution du sous-programme relatif aux services de communication stratégique, élabore des stratégies de communication sur les questions prioritaires et mène des campagnes de communication à l'appui des objectifs fondamentaux de l'Organisation. La Division gère également un réseau mondial, qui comprend 63 bureaux et centres d'information des Nations Unies.

Le présent rapport, établi en application de la résolution 64/96 B de l'Assemblée générale, passe en revue les principales activités menées par le Département entre juillet 2009 et février 2010 pour mieux faire connaître l'action de l'ONU dans le monde grâce à ses services de communication stratégique.



## Introduction

Dans sa résolution 64/96 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 et unième session et prié le Secrétaire général de continuer à rendre compte de ces activités au Comité de l'information.

Dans la même résolution, l'Assemblée générale a prié le Département de fournir des informations précises sur un certain nombre de ses activités afin que le Comité de l'information les examine à sa trente-deuxième session. Le Bureau du Comité de l'information, qui s'est réuni le 1<sup>er</sup> décembre 2009, a recommandé au Département de présenter les informations demandées en trois volets correspondant aux trois sous-programmes du Département : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion.

Le présent rapport<sup>1</sup>, présenté au Comité pour examen à sa trente-deuxième session, s'articule en deux parties. La première partie est consacrée aux campagnes de communication menées sur des thèmes particuliers tels que le maintien de la paix, le désarmement, la question de Palestine, les droits de l'homme, les changements climatiques, les objectifs du Millénaire pour le développement, le Sommet mondial sur la société de l'information et l'Afrique, en particulier le Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD). La deuxième partie porte sur le rôle et les activités du réseau des centres d'information des Nations Unies.

---

<sup>1</sup> Sauf indication contraire, le présent rapport porte sur les activités menées par le Département pendant la période allant de juillet 2009 à février 2010.

## Première partie

### Les campagnes de communication

#### I. Adoption d'une approche stratégique

1. Le Département de l'information est chargé de promouvoir l'action de l'ONU en diffusant des informations à jour, exactes, impartiales, détaillées et cohérentes au plus grand nombre. La Division de la communication stratégique, qui s'occupe de l'exécution du sous-programme relatif aux services de communication stratégique, élabore des stratégies de communication sur les questions prioritaires et mène des campagnes de communication à l'appui des objectifs fondamentaux de l'Organisation. La Division gère également un réseau mondial, qui comprend 63 bureaux et centres d'information des Nations Unies.

2. L'approche stratégique du Département consiste notamment à fixer les priorités en matière de communication pour l'année, tant pour le Département que pour son réseau mondial, priorités qui rendent compte des grands enjeux auxquels l'Organisation fait face. Des campagnes de communication coordonnées sont alors conçues pour toucher un public mondial ciblé, que ce soit directement, par le moyen d'activités de diffusion menées par les centres d'information, ou par le biais des médias internationaux. Le Département exploite de plus en plus les nouveaux supports médias, notamment les outils de réseau social, comme Facebook, Twitter et YouTube, dans le cadre de ses stratégies de communication.

3. En octobre 2009, le Département a lancé une nouvelle publication, *United Nations in Focus*, qui présente une analyse concise des principaux faits nouveaux, tendances et questions dont est saisie l'Organisation. Le premier numéro a souligné les réalisations du débat de haut niveau de la soixante-quatrième session de l'Assemblée générale. Il a été suivi d'un numéro sur la sécurité alimentaire et d'un autre sur les principaux défis auxquels l'ONU a dû faire face en 2009.

#### Travailler ensemble avec les partenaires du système des Nations Unies

4. Le Groupe de la communication des Nations Unies, qui existe depuis maintenant neuf ans, est devenu une structure de communication à l'échelle du système qui coordonne et harmonise les messages de l'ONU sur les questions prioritaires. Au cours de la période à l'examen, d'importants progrès ont été réalisés en ce qui concerne la création de groupes de la communication des Nations Unies au niveau des pays. Avec l'appui du Bureau de la coordination des activités de développement, des groupes de la communication ont été créés dans une centaine de pays. Ces groupes s'emploient à mettre en œuvre une stratégie commune de communication au niveau national pour les organismes des Nations Unies, en réunissant les énergies créatrices et les moyens humains disponibles au sein de l'équipe de pays des Nations Unies dans les lieux où ils se trouvent. Les activités ci-après ont été menées en la matière :

a) Le Groupe de la communication des Nations Unies en Argentine : le 12 novembre 2009, le Groupe a animé un atelier d'une journée sur le thème de la violence contre les femmes, à l'intention de 20 journalistes. Parmi les principaux intervenants, il y avait un juge de la Cour suprême nationale et de hauts fonctionnaires des organismes des Nations Unies;

b) Le Groupe de la communication des Nations Unies en Azerbaïdjan : le Groupe a organisé cinq missions de visite communes et tables rondes avec des représentants des médias;

c) Le Groupe de la communication des Nations Unies au Liban : pour commémorer la Journée internationale de la paix, le Groupe a produit une émission télévisée spéciale au cours de laquelle se sont exprimées sept personnalités religieuses du pays;

d) Le Groupe de la communication des Nations Unies en Fédération de Russie : le Groupe a facilité la parution de « United Nations in Russia », un bulletin bimestriel bilingue (anglais et russe);

e) Le Groupe de la communication des Nations Unies en Afrique du Sud : le Groupe a apporté son appui au projet de concours de débat dans le cadre de « L'ONU mise en scène » pour les élèves du secondaire en Afrique du Sud;

f) Le Groupe de la communication des Nations Unies en Thaïlande : l'exposition présentée du 22 au 25 octobre 2009 dans le plus grand complexe commercial du pays en l'honneur de la Journée des Nations Unies a attiré quelque 20 000 visiteurs.

## **II. Campagnes thématiques**

### **A. Le Département de l'information et les opérations de paix des Nations Unies**

5. Au cours de la période considérée, le Département de l'information a travaillé en étroite collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix et le Département de l'appui aux missions pour améliorer l'appui apporté à la composante information des opérations de maintien de la paix, en exploitant les nouveaux supports et technologies de l'information, afin de mobiliser l'opinion publique en faveur des opérations de maintien de la paix des Nations Unies, notamment grâce aux activités suivantes :

a) Le Département a distribué, en coopération avec les missions de maintien de la paix, une centaine de communiqués de presse à plus de 30 pays qui fournissent des effectifs militaires et de police, mettant en évidence ce que tel ou tel État Membre a apporté aux efforts de maintien de la paix de l'ONU;

b) Le Département a réalisé un important travail de tenue et de mise à jour des sites Web des opérations de maintien de la paix en anglais et en français, les sites des missions apparaissant maintenant dans les premiers résultats des recherches lancées avec la plupart des moteurs de recherche. Leur contenu a été remanié et actualisé en anglais et en français. Les sites Web sont en train d'être traduits dans d'autres langues officielles de l'Organisation. Le Département travaille également avec le Département des affaires politiques pour mettre à jour le contenu de son site Web;

c) Le Département de l'information et le Département de l'appui aux missions ont continué d'aider les opérations de paix à adopter le système de gestion des contenus pour faciliter la tenue des sites Web locaux des missions. Ce système permet d'unifier la stratégie d'image des missions tout en leur évitant de devoir

nommer un administrateur de site sur place, puisqu'elles n'ont plus besoin de compétences techniques spécialisées pour gérer leur site. Plus de 20 missions politiques et de maintien de la paix ont adopté le nouveau modèle; outre l'anglais, certaines missions utilisent des versions en arabe, en français et en portugais;

d) Le Département s'est efforcé, avec le Département de l'appui aux missions, d'adapter le recrutement du personnel des missions aux nouvelles réformes introduites par le Bureau de la gestion des ressources humaines et de trouver des candidats pour pourvoir les principaux postes dans le domaine de l'information dans les opérations de paix. Il a également collaboré avec le Département de l'appui aux missions à la création d'une base de données pour celui-ci et d'un site Web afin de favoriser la transparence des décisions concernant les affaires de manquement à la déontologie et les affaires disciplinaires dans les opérations hors Siège;

e) La publication annuelle *Opérations de paix : rétrospective de l'année 2009*, parue en anglais et en français au début de 2010, présente une rétrospective des opérations de maintien de la paix, ainsi que des missions politiques spéciales et des missions de consolidation de la paix des Nations Unies déployées dans le monde entier;

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

g) Pendant la période considérée, UNifeed<sup>2</sup> a collaboré avec les missions de maintien de la paix pour produire plus d'une centaine de reportages;

h) La Radio des Nations Unies a produit plus de 100 bulletins d'information et reportages portant sur le maintien de la paix, dont un sur les femmes qui participent au maintien de la paix.

### Séisme en Haïti

6. À la suite du séisme tragique qui a frappé Haïti en janvier 2010, le Département a aidé le Bureau du porte-parole du Secrétaire général à organiser des réunions d'information par visioconférence avec la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti (MINUSTAH) dès que cela a été techniquement réalisable. Il s'est également efforcé, en collaboration avec le Département des opérations de maintien de la paix et le Département de l'appui aux missions, d'utiliser les nouveaux supports médias pour informer le personnel et le grand public concernant la situation en Haïti. Le Département a concouru aux efforts faits pour trouver et détacher des fonctionnaires dans le cadre de l'intervention d'urgence. Il a aussi fourni régulièrement des notes d'orientation aux bureaux hors Siège concernant la situation en Haïti, publié des fiches de synthèse à l'intention du Département des opérations de maintien de la paix, et tenu à jour le site Web de la MINUSTAH<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> UNifeed a été créée en 2005; il s'agit d'une structure interinstitutions qui permet aux sociétés de télédiffusion du monde entier d'avoir accès à des bulletins d'information vidéo grâce à un guichet unique.

<sup>3</sup> Pour les autres activités du Département de l'information concernant le séisme en Haïti, voir

7. Les centres d'information des Nations Unies se sont mobilisés pour organiser des conférences de presse, donner des interviews et répondre aux demandes d'information concernant le séisme en Haïti, et pour savoir ce qu'il était advenu des nationaux des pays dans lesquels les centres d'information se trouvaient. Beaucoup d'entre eux ont organisé, de concert avec les équipes de pays des Nations Unies, des cérémonies commémoratives une semaine après le séisme. Immédiatement après la visite du Secrétaire général en Haïti, les centres d'information des Nations Unies ont fait parvenir l'éditorial du Secrétaire général, « Haïti n'est pas seul », à plus de 50 organes de presse. Les centres d'information l'ont également fait traduire en allemand, arabe, danois, grec, hongrois, italien, japonais, persan, portugais, roumain, russe, slovaque, thaï et turc.

### **Désarmement**

8. En 2009, le Département de l'information a lancé une campagne multisupport sur le désarmement nucléaire en passant par les nouveaux médias et les organes de presse traditionnels. Cette campagne était la première du Département à utiliser à la fois les nouveaux médias et les médias traditionnels pour promouvoir une question prioritaire en matière de communication stratégique. Lancée en juin avec comme slogan « ADM-Nous devons désarmer », elle a atteint son point culminant avec la Journée internationale de la paix le 21 septembre. Cette même semaine, le Conseil de sécurité a tenu une séance spéciale sur la question et le Siège de l'ONU a accueilli la Conférence organisée pour faciliter l'entrée en vigueur du Traité d'interdiction complète des essais nucléaires. La semaine précédente, à Mexico, la conférence annuelle entre le Département de l'information et les organisations non gouvernementales, également consacrée au désarmement, a offert une tribune supplémentaire à la société civile pour participer à la campagne « Nous devons désarmer ». Le Département a également mené les activités ci-après sur le thème du désarmement :

a) Grâce aux réseaux sociaux, le Département de l'information a pu attirer davantage de personnes sur le site Web de la Journée internationale de la paix, qui a enregistré 45 000 visiteurs, toutes langues confondues. En passant par l'outil de réseau social Twitter, la campagne « Nous devons désarmer » a touché quelque 1,2 million de personnes. Quant au site Facebook qui y est consacré, il compte 7 700 membres. Les messages envoyés par l'intermédiaire de Twitter ont également été projetés dans la salle de l'Assemblée générale juste avant le débat général qui a eu lieu en septembre;

b) En 2009, une édition spéciale de la revue *Chronique ONU* consacrée au désarmement (voir vol. XLVI, n<sup>os</sup> 1 et 2) comportait des articles de la Représentante spéciale du Secrétaire général pour les enfants et les conflits armés et du Directeur du Service de la lutte antimines de l'ONU.

9. Le Département de l'information a également fait connaître les propositions du Secrétaire général en ce qui concerne le désarmement et la non-prolifération grâce à un éditorial publié dans plus d'une vingtaine de journaux, à d'autres produits et à des activités organisées par les centres d'information des Nations Unies, des organisations non gouvernementales et d'autres partenaires.

---

les documents A/AC.198/2010/3 et A/AC.198/2010/4.

### Promotion de la campagne « Nous devons désarmer » grâce aux médias sociaux

10. Le Département a fait la promotion de la campagne « Nous devons désarmer » par l'intermédiaire des moyens traditionnels, mais aussi par l'intermédiaire des sites Web des médias sociaux et du site Web de l'ONU. Les chiffres montrent que l'exploitation des médias sociaux a permis d'augmenter la fréquentation globale du site Web de la Journée internationale de la paix de l'ONU. Le nombre de messages envoyés sur Twitter a augmenté entre juin et septembre, ainsi que le nombre de membres sur Twitter et Facebook et le nombre de visites sur le site Web de la Journée internationale de la paix de l'ONU.

Figure I  
Messages envoyés par Twitter à partir du Siège

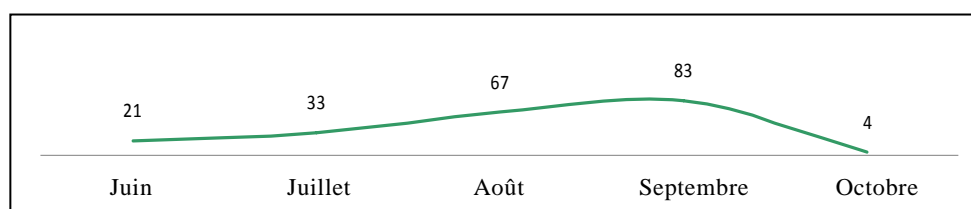


Figure II  
Nombre de membres sur Twitter et Facebook (campagne ADM)

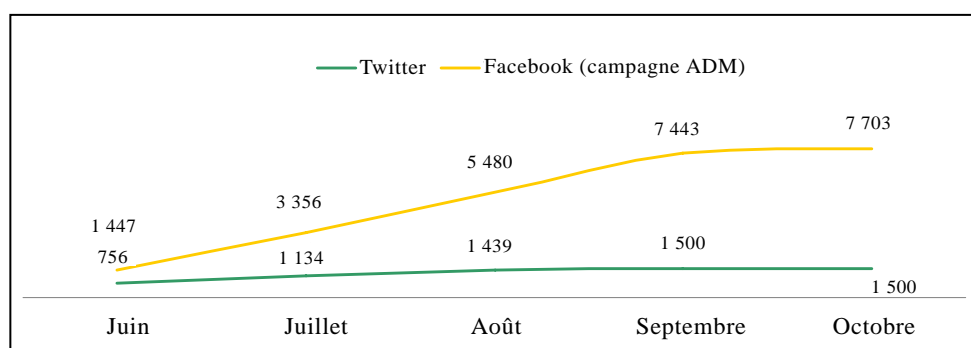
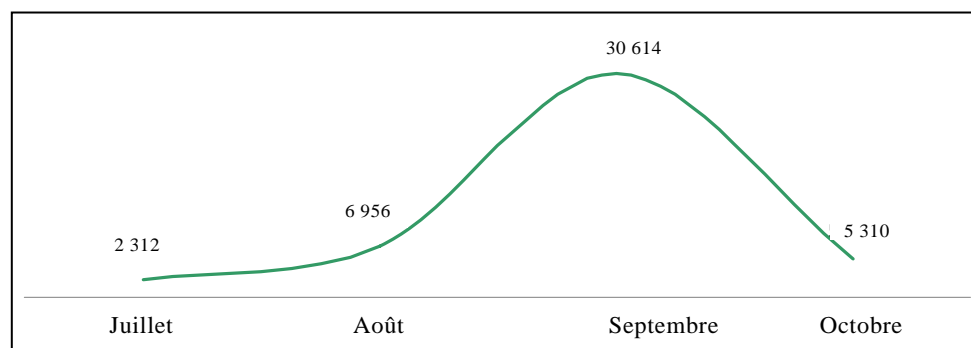


Figure III  
Nombre de visites sur le site Web de la Journée internationale de la paix  
(toutes langues confondues)



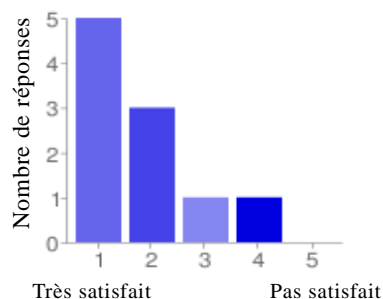
## B. La question de Palestine

11. Le Département a organisé un certain nombre d'activités ayant trait à son programme spécial d'information sur la question de Palestine. Neuf journalistes palestiniens (trois hommes et six femmes) ont participé au programme de formation annuel organisé par le Département à l'intention des journalistes palestiniens, qui s'est tenu au Siège de l'ONU du 9 novembre au 11 décembre. Ils ont pris part à des ateliers et à des séances d'information à New York, Genève et Washington. Cela porte à 141 le nombre de journalistes palestiniens qui ont reçu une formation depuis la création du programme en 1995.

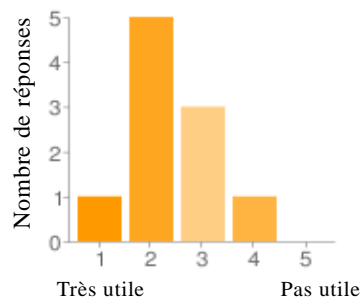
12. Le programme 2009 visait à renforcer les compétences des participants en tant que professionnels des médias. D'après une enquête réalisée à la fin du programme, la majorité des participants l'ont trouvé utile, comme le montre la figure IV.

**Figure IV**

**Dans l'ensemble, êtes-vous satisfait du programme?**



**Quelle est votre appréciation de l'atelier de production télévisuelle?**



Le Département a aussi organisé les activités ci-après sur la question de Palestine :

a) Le dix-septième Séminaire international des médias sur la paix au Moyen-Orient, qui s'est tenu à Rio de Janeiro les 27 et 28 juillet 2009, a été organisé en coopération avec le Ministère brésilien des relations extérieures. Il y a eu quatre tables rondes au cours de ce séminaire, auxquelles ont participé quelque 200 personnes. Le séminaire a eu un grand retentissement dans les médias brésiliens, notamment *Agencia Brasil*, *O Globo*, *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *O Dia*, et *Jornal do Brasil*, ainsi que dans les médias d'autres régions du monde;

b) Le Département a mis à jour l'exposition permanente sur la question de Palestine, dont la version anglaise a été présentée au Siège, à New York, et la version française à l'Office des Nations Unies à Genève. Une version électronique actualisée de l'exposition a aussi été mise en ligne;

c) À l'occasion de la commémoration du sixantième anniversaire de l'Office de secours et de travaux des Nations Unies pour les réfugiés de Palestine dans le Proche-Orient (UNRWA), qui s'est tenue au Siège de l'ONU le 24 septembre, le Département de l'information a fait traduire le dossier de presse en français et l'a fait imprimer en anglais, en arabe et en français. Le Département a également organisé des activités pour les médias autour de cet anniversaire, notamment des interviews de la Commissaire générale de l'Office avec plusieurs organes de presse, dont Al Jazeera et Al Arabiya.



13. Les centres d'information des Nations Unies ont contribué fortement à souligner le soixantième anniversaire de l'Office, notamment grâce aux activités suivantes :

- a) Le centre d'information de Varsovie a préparé et diffusé un dossier en polonais;
- b) Le centre d'information de Mexico a présenté l'exposition du Département de l'information sur la Palestine en espagnol;
- c) Le centre d'information de Tokyo a organisé un atelier pour faire le point sur les efforts déployés par l'ONU, le Japon et l'UNRWA pour apporter une aide au peuple palestinien.

## C. Droits de l'homme

### La Journée des droits de l'homme 2009

14. Le Département s'est associé au Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme pour célébrer la Journée des droits de l'homme partout dans le monde. Quelque 30 centres d'information des Nations Unies ont mené des activités placées sous le thème « Embrasser la diversité, en finir avec la discrimination », allant des projections de films à des conférences en passant par la production d'émissions radio et la traduction des principaux documents relatifs aux droits de l'homme dans des langues du pays. Les activités ci-après ont également été menées :

- a) Le centre d'information de Bucarest s'est associé à l'Administration nationale pénitentiaire pour produire avec 14 détenus une pièce de théâtre intitulée « Dites la vérité aux puissants » au théâtre Metropolis de Bucarest;
- b) Le centre d'information de Pretoria s'est associé à l'Union sud-africaine de rugby pour faire connaître le slogan « Embrasser la diversité, en finir avec la discrimination » dans le cadre du tournoi international de rugby à sept, qui s'est déroulé en décembre. La bannière de la Journée des droits de l'homme a été déployée sur le terrain et le message du Secrétaire général à l'occasion de cette journée a été lu aux spectateurs. Cet événement a été télédiffusé en direct et retransmis dans plus de 140 pays.

15. La Télévision et la Radio des Nations Unies ont fait la promotion des droits de l'homme dans le cadre de leurs émissions habituelles. La Radio des Nations Unies, par exemple, a produit plus de 500 bulletins d'information et reportages au cours de la période considérée, portant notamment sur la Journée des droits de l'homme, les travailleurs migrants, la commémoration de l'abolition de l'esclavage, la sécurité alimentaire : une question de droits de l'homme, et la hausse du nombre de demandeurs d'asile.

### Mettre fin à la violence contre les femmes

16. Le Département s'est efforcé de faire de la publicité autour du dixième anniversaire de la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes le 25 novembre, une date clef pour la campagne du Secrétaire général « Tous unis pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes ». À l'occasion de cet anniversaire, le Secrétaire général a annoncé, au Siège de l'ONU, la création du Réseau d'hommes influents, destiné à appuyer cette campagne. Des documents d'information ont été produits, notamment un dossier de presse, et le site Web de la campagne a été remanié (<http://endviolence.un.org>). Le Secrétaire général a donné

une conférence de presse pour marquer cette journée, qui a bénéficié d'une importante couverture médiatique. La plupart des articles ont souligné la création du Réseau d'hommes influents, citant à de nombreuses reprises le Secrétaire général et insistant sur l'appel que celui-ci a lancé aux hommes et aux garçons pour mettre fin à la violence contre les femmes. Les grandes agences de presse, dont l'Associated Press (AP), l'Agence France-Presse (AFP), la BBC, l'agence de presse allemande DPA et Xinhua ont couvert les principales activités entourant cet anniversaire, qui ont été relayées par les organes de presse écrite et électronique. D'autre part, plusieurs reportages ont été radiodiffusés, notamment par la chaîne anglaise d'Al Jazeera et BBC News.

17. Le Département s'est employé à faire de la publicité autour du lancement, en octobre 2009 au Siège de l'ONU, d'une étude conjointe de l'ONU et du Conseil de l'Europe sur le trafic d'organes, de tissus et de cellules, ainsi que la traite d'êtres humains aux fins de prélèvement d'organes. L'événement a bénéficié d'une importante couverture médiatique. La plupart des articles ont mis en évidence un message clef appelant à l'établissement d'une convention internationale sur le trafic d'organes.

### **Les droits des peuples autochtones**

18. Le Département a assuré la coordination du lancement à l'échelle mondiale, en janvier 2010, du tout premier rapport de l'ONU sur la situation des peuples autochtones dans le monde. Un dossier de presse complet reprenant les idées-forces des chapitres et comportant des fiches d'information par région et un communiqué de presse type a été préparé en anglais, espagnol, français et russe. À l'occasion du lancement principal à New York, il y a eu une conférence de presse avec l'un des auteurs du rapport et le Président de l'Instance permanente sur les questions autochtones. D'autres lancements se sont déroulés en Belgique, au Brésil, en Colombie, en Fédération de Russie, au Mexique et aux Philippines, avec le concours des centres d'information des Nations Unies. Les centres d'information à Canberra et en Afrique du Sud ont également fait des campagnes médiatiques ciblées à cette occasion. Le centre d'information de Mexico a organisé une activité pour le lancement du rapport, qui a été couverte par six chaînes de télévision, trois stations de radio et cinq agences de presse.

19. En 2009, le Département a fait traduire la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones en 17 langues, surtout des langues autochtones, telles que le mapuche et le wichi (par l'intermédiaire du centre d'information de Buenos Aires), ainsi que le tsotsil, le tseltal et le ch'ol (par l'intermédiaire du centre d'information de Mexico). La Déclaration peut maintenant être lue dans plus de 30 langues.

### **L'Assemblée générale et le Conseil des droits de l'homme**

20. Le Département a organisé une douzaine de séances d'information pour la presse et plusieurs interviews avec des experts indépendants et des rapporteurs spéciaux sur la situation des droits de l'homme durant la partie principale de la soixante-quatrième session de l'Assemblée générale.

21. Pour le lancement en septembre 2009 du rapport de la Mission d'établissement des faits de l'Organisation des Nations Unies sur le conflit de Gaza (nommée par le Conseil des droits de l'homme), le Département a travaillé avec le Haut-Commissariat aux droits de l'homme pour organiser une conférence de presse et des

interviews du Chef de la Mission, le juge Richard Goldstone, avec notamment Al Jazeera (en anglais et en arabe), ABC Radio (Australie), la télé et la radio de la BBC, CNN, Channel Four (Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord), la télévision égyptienne, la chaîne de télévision France 24, et le service de radiotélévision publique des États-Unis d'Amérique (PBS).

#### **D. Le Programme d'information sur le génocide rwandais et l'ONU**

22. En décembre 2009, le responsable du programme d'information de l'ONU sur le génocide rwandais s'est rendu au Rwanda pour y rencontrer des représentants du Gouvernement, ainsi que les principaux partenaires du programme. Il a aussi rencontré les Rwandais qui avaient participé au reportage photographique intitulé « Visions du Rwanda » pour leur montrer l'exposition ayant été réalisée à partir de leurs œuvres, laquelle a été présentée au Siège de l'ONU à l'occasion du quinzième anniversaire du génocide en avril 2009. L'exposition photographique « Visions du Rwanda » a également été présentée au centre commémoratif du génocide à Kigali en janvier 2010.

#### **E. Changements climatiques**

23. Sensibiliser l'opinion publique à la nécessité de parvenir à un nouvel accord sur les changements climatiques a été l'une des grandes priorités de l'ONU en 2009. Le Département s'est efforcé de mobiliser l'opinion publique sur la question en faisant de la publicité autour du Sommet sur les changements climatiques qui s'est tenu en septembre 2009 avant le débat de l'Assemblée générale et auquel ont participé 101 chefs d'État et de gouvernement, et autour de la quinzième Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, qui s'est tenue à Copenhague en décembre 2009, à laquelle ont participé 119 dirigeants politiques.

24. En tant qu'organisateur de l'équipe interinstitutions sur les changements climatiques du Groupe de la communication des Nations Unies, composée de plus de 20 organismes, le Département a joué un rôle de direction et de coordination des efforts de communication relatifs aux changements climatiques. L'équipe interinstitutions a conçu et mis en œuvre à l'échelle du système la campagne « Scellons l'accord », qui a fortement contribué à sensibiliser l'opinion publique à la nécessité de conclure un nouvel accord international pour lutter contre les changements climatiques. En particulier, le Département a travaillé étroitement avec le Programme des Nations Unies pour l'environnement sur cette campagne et en appui à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques lors de la Conférence de Copenhague. Tout au long de l'année, le Département a travaillé en étroite collaboration avec l'équipe de soutien du Secrétaire général sur les changements climatiques pour produire et diffuser des messages sur la question. Il a également mené des efforts de concert avec des organisations non gouvernementales et le monde de la publicité pour mettre au point la campagne « Hopenhagen ».

25. Le Département de l'information a joué un rôle moteur dans l'organisation des actions de communication entourant le Sommet sur les changements climatiques, qui s'est tenu en septembre; il a notamment participé à la préparation des débats

d'ouverture et de clôture; produit un dossier de presse; travaillé à l'image de marque du Secrétariat en prévision du Sommet; diffusé sur le site Web du Sommet des déclarations préenregistrées par des dirigeants politiques du monde entier; et servi d'intermédiaire avec les organes de presse et les organisations de la société civile. Pendant la Conférence, le Département de l'information a appuyé les travaux des divers membres de l'équipe interinstitutions sur les changements climatiques du Groupe de la communication des Nations Unies; préparé un blog quotidien sur la Conférence; tenu un kiosque des publications de l'ONU; et préparé les interviews du Secrétaire général. Il a aussi participé aux activités ci-après :

a) Les informations émanant de la Conférence de Copenhague ont été communiquées sur le site Web « Agir sur les changements climatiques : portail du système des Nations Unies » (<http://www.un.org/fr/climatechange/>). Le Département a également conçu et tenu un site Web pour le Sommet sur les changements climatiques;

b) La Conférence de Copenhague a bénéficié d'une importante couverture par la Télévision et la Radio des Nations Unies. Chaque unité linguistique de la Radio des Nations Unies a fait un reportage spécial et ajouté sur son site Web un lien concernant les changements climatiques. Au cours de la période considérée, chaque unité a produit de 50 à 180 émissions, notamment des bulletins d'information, des reportages, des interviews et une série en cinq volets sur les changements climatiques. La Conférence a été couverte par deux producteurs. Outre les bulletins d'information et les reportages, l'équipe a créé une galerie photo et des vidéos;

c) La revue *Chronique ONU* a consacré une édition complète aux changements climatiques (vol. XLVI, n<sup>os</sup> 3 et 4).

26. Le réseau des centres d'information a joué un rôle central dans la campagne « Scellons l'accord ». Dès le début de 2009, le centre régional d'information des Nations Unies à Bruxelles a lancé sa deuxième campagne européenne d'information publique intitulée « CoolPlanet 2009 », qui portait surtout sur les changements climatiques et soutenait l'action « Scellons l'accord ». Les centres d'information ci-après ont aussi contribué à sensibiliser l'opinion publique à la question des changements climatiques :

a) Le centre d'information de Prague, en coopération avec le British Council, a invité des dessinateurs tchèques à participer à la campagne « Dessinons et scellons l'accord ». Les 12 meilleurs dessins ont été présentés dans le cadre d'une exposition itinérante qui a été accueillie par le Parlement tchèque, des écoles et des bibliothèques municipales;

b) Le centre d'information de Yaoundé a participé à la conférence du Réseau des parlementaires panafricain sur le changement climatique, qui s'est tenue à l'Assemblée nationale du Cameroun en novembre 2009. La conférence de deux jours a réuni des parlementaires de huit pays d'Afrique qui ont débattu de la question des changements climatiques dans le bassin du Congo;

c) Le centre d'information de Manille s'est associé à une entreprise d'énergie renouvelable pour organiser une « caravane des changements climatiques », qui s'est déplacée dans de nombreuses écoles élémentaires et secondaires des Philippines pour informer les élèves sur le sujet;

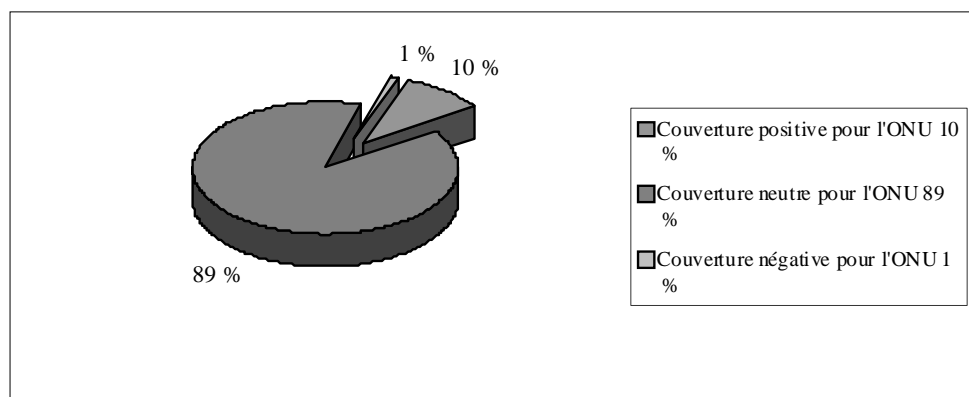
d) Le centre d'information de Bogota a organisé, de concert avec l'Universidad del Rosario, la première conférence « l'ONU mise en scène » sur les changements climatiques, à laquelle ont participé plus de 300 étudiants.

27. Le changement climatique a également été le thème de l'*Étude sur la situation économique et sociale dans le monde 2009 : promouvoir le développement, protéger la planète*. Le Département a travaillé avec plusieurs partenaires du système des Nations Unies pour assurer des services d'appui aux médias dans le cadre de la publication du rapport le 1<sup>er</sup> septembre 2009 à Genève, qui a de ce fait bénéficié de la couverture des grandes agences de presse. Les centres et services d'information à Bangkok, Islamabad, Johannesburg, Nairobi et New Delhi ont organisé des activités au niveau régional à cette occasion et une conférence de presse organisée à New York a débouché sur la publication d'articles dans le *New York Times* et le *Financial Times*.

28. En coopération avec le secrétariat de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, le Département a analysé la couverture médiatique du Sommet sur les changements climatiques. En tout, 1 977 coupures de presse du monde entier ont été réunies et analysées. Plus de 50 % des articles comportait au moins l'un des messages de l'ONU sur les changements climatiques et 35 % faisaient référence à un porte-parole de l'ONU ou citait cette personne. La plupart des articles faisaient soit une couverture positive ou neutre de l'Organisation, comme le montre la figure V.

Figure V

#### Sommet sur les changements climatiques : septembre 2009



Nombre des coupures de presse faisant référence à l'ONU : 1 599 sur 1 977.

## E. Objectifs du Millénaire pour le développement

29. Le Département a collaboré étroitement avec les services organiques et les partenaires du système des Nations Unies concernés pour coordonner et promouvoir la publication de deux importants rapports : le *Rapport annuel sur les objectifs du Millénaire pour le développement* (6 juillet) et le deuxième rapport du Groupe de réflexion sur le retard pris dans la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement (16 septembre). Il a également joué un rôle de premier plan, en collaboration avec la Campagne Objectifs du Millénaire, dans l'initiative « Debout et agissez contre la pauvreté et pour les objectifs du Millénaire pour le

développement » (du 17 au 19 octobre). Les activités de planification en vue d'une campagne de communication interinstitutions sur les objectifs du Millénaire pour le développement ont commencé en décembre, campagne qui culminera avec la réunion plénière de haut niveau sur les objectifs du Millénaire pour le développement, que l'Assemblée générale a décidé de tenir du 20 au 22 septembre 2010.

**Publication du Rapport 2009 sur les objectifs du Millénaire pour le développement**

30. En coopération avec le Département des affaires économiques et sociales, le Département a formulé et mené une stratégie de communication pour le lancement par le Secrétaire général du *Rapport sur les objectifs du Millénaire pour le développement* à Genève dans le cadre de l'ouverture du débat de haut niveau du Conseil économique et social. D'autre part, les centres d'information et les bureaux du Programme des Nations Unies pour le développement ont participé à l'organisation d'activités régionales à Bruxelles, Johannesburg, Moscou, New Delhi et Stockholm (qui a organisé des actions d'information dans cinq pays nordiques), et les centres d'information du Caire et de Mexico ont coordonné la diffusion des communiqués de presse. Neuf communiqués de presse ont été préparés, traduits dans les langues appropriées et diffusés aux médias par voie électronique et en ligne.

31. La publication du rapport a eu un grand retentissement dans les médias : il y a eu 19 articles ou reportages dans la presse anglophone en Australie, en Europe et aux États-Unis, notamment dans le *Financial Times*, le *Guardian*, *The Sydney Morning Herald* et *The Huffington Post*; 17 en Inde, notamment dans *The Times of India* et le *Hindustan Times*, ainsi qu'un article de fond d'une page dans *The Statesman*; 24 dans les médias francophones et dans la presse des pays du Bénélux; plus de 40 en Amérique latine; 3 dans les médias africains, notamment *The Guardian* au Nigéria et le *Business Day* sud-africain; 12 au Moyen-Orient; et 24 dans les médias des pays nordiques, dont plusieurs aux journaux télévisés. La couverture médiatique était en général en adéquation avec les principaux messages des communiqués de presse.

32. La publication du rapport du Groupe de réflexion sur le retard pris dans la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement s'est faite à New York en septembre 2009, avec la participation de la Vice-Secrétaire générale et d'autres hauts fonctionnaires de l'ONU.

**La campagne « Debout et agissez contre la pauvreté et pour les objectifs du Millénaire pour le développement »**

33. Dans le prolongement du formidable succès qu'ils avaient enregistré en 2008, les centres d'information des Nations Unies ont fourni un appui crucial à l'initiative « Debout et agissez » menée par la Campagne Objectifs du Millénaire. L'initiative a mobilisé un nombre record de 173 millions de personnes qui se sont réunies dans le cadre de plus de 3 000 manifestations organisées dans plus de 120 pays pour s'élever, littéralement, contre la pauvreté et agir pour les objectifs du Millénaire, et ce pendant une période de trois jours (du 16 au 18 octobre 2009). Bon nombre de manifestations organisées à cette occasion ont eu un grand retentissement dans les médias locaux et nationaux et permis de créer des partenariats novateurs avec la société civile et le secteur public – en sensibilisant l'opinion aux objectifs du Millénaire et en mobilisant un large appui en faveur de leur réalisation. Les activités ci-après ont été organisées dans le cadre de cette initiative :

a) Le centre d'information de Bogota a mobilisé, en coordination avec le Ministère de l'éducation, plus de 154 000 citoyens, surtout des étudiants, qui se sont élevés contre la pauvreté;

b) Le centre d'information du Caire a fait cause commune avec le Gouvernement égyptien et les autorités religieuses locales pour demander à 29 millions de personnes de se lever lors des services religieux hebdomadaires en signe de protestation contre la pauvreté;

c) Le centre d'information de Manille a collaboré avec l'équipe de pays des Nations Unies et le Gouvernement, ralliant le soutien de la Présidente et de son cabinet et mobilisant la participation de 35 millions de personnes environ;

d) Le centre d'information de Pretoria a collaboré avec les fédérations de rugby et de football pour appeler des dizaines de milliers de participants à des manifestations sportives à exprimer leur soutien à la lutte contre la pauvreté.

#### **Activités de promotion prévues pour 2010**

34. Le Département a commencé à coordonner la planification d'une grande campagne de communication pour 2010 concernant les objectifs du Millénaire pour le développement, de concert avec ses partenaires interinstitutions dans le cadre d'une équipe spéciale relevant du Groupe de la communication des Nations Unies. La campagne s'articulera autour d'histoires recueillies par les bureaux hors Siège afin de souligner les succès obtenus et montrer que les objectifs peuvent être atteints, et exploitera les médias en ligne et les nouveaux médias pour toucher un maximum de personnes.

### **F. Suivi du Sommet mondial sur la société de l'information**

35. Le Département a continué de promouvoir la mise en œuvre des conclusions du Sommet mondial sur la société de l'information en contribuant à faire connaître l'Alliance mondiale pour les technologies de l'information et des communications au service du développement, surtout sa réunion annuelle et son forum sur les actions à mener pour mettre les technologies de l'information et des communications au service de l'éducation, qui se sont tenus du 31 août au 3 septembre à Monterrey (Mexique).

36. Le Département a également apporté son appui à la quatrième réunion annuelle du Forum sur la gouvernance d'Internet, qui s'est déroulée à Charm el-Cheikh (Égypte) du 15 au 18 novembre. Dans le cadre de ses actions de communication à l'intention des journalistes et des autres personnes qui s'intéressent aux questions relatives à Internet, le Département s'est employé à utiliser les nouveaux médias et les réseaux sociaux pour permettre aux personnes qui n'étaient pas sur place de suivre les travaux du Forum. Plus de 1 500 photos ont été affichées sur Flickr, et des centaines de clips vidéo du Forum et de ses ateliers ont été téléchargés sur YouTube.

### **G. Le Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique**

37. Dans le cadre des efforts qu'il déploie pour appeler l'attention sur des questions qui sont essentielles pour le développement de l'Afrique, le Département a continué d'élargir et d'enrichir ses activités de sensibilisation en faisant connaître

les objectifs du NEPAD, ainsi que ses réalisations. Cela s'est fait en collaboration étroite avec le Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique et la Commission économique pour l'Afrique.

38. Les publications phares du Département sur l'Afrique, *Africa Renewal* et *Afrique renouveau* (toutes deux disponibles sur [www.un.org/africarenewal](http://www.un.org/africarenewal)), sont demeurées les pièces maîtresses de l'action menée par le Département pour promouvoir le NEPAD. Pendant la période considérée, plusieurs articles importants ont été publiés sur la crise économique mondiale et ses répercussions en Afrique, les changements climatiques, les objectifs du Millénaire pour le développement, ainsi que la paix, la sécurité et les droits de l'homme. Par ailleurs, le service compétent de la publication a continué de produire de brefs articles de fond (de 800 à 1 000 mots) destinés à être diffusés par les grands organes de presse du monde entier. Le fait d'autoriser la publication multiple des articles permet au Département de toucher un grand nombre de lecteurs de la presse nationale, écrite et électronique. Les articles ont également été diffusés de la manière suivante :

a) Entre juillet 2009 et janvier 2010, 21 brefs articles de fond ont été reproduits 391 fois par 122 médias différents en Afrique et dans le monde (171 fois en anglais, 165 fois en français, 4 fois en swahili, 2 fois en portugais, 1 fois en grec et 1 fois en espagnol). L'article intitulé « Mainmise sur les terres africaines? » a été reproduit 47 fois. Les versions abrégées d'articles d'actualité parus dans trois numéros de la revue ont été publiées dans 42 pays différents, dont l'Argentine, la Belgique, le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, l'Égypte, les États-Unis d'Amérique, l'Éthiopie, la France, le Ghana, la Grèce, la Guinée, le Kenya, le Mali, la Mauritanie, le Nigéria, la République tchèque, la République-Unie de Tanzanie, le Sénégal et la Suisse. Il a aussi été fait référence à ces articles dans 35 blogs, dans des messages envoyés par Twitter et dans des sites Web partout dans le monde;

b) Le Département est passé par le réseau des centres d'information des Nations Unies pour trouver les imprimeurs locaux qui accepteraient de reproduire ses brefs articles de fond. Le centre d'information de Windhoek, par exemple, a facilité la publication régulière d'articles issus de l'*Africa Renewal* dans l'un des journaux locaux en langue anglaise;

c) La Radio des Nations Unies a produit certains des articles parus dans la revue *Afrique Renouveau* pour les diffuser dans son émission *L'ONU et l'Afrique*. Le projet est le fruit d'une collaboration avec la Radio des Nations Unies et certains organismes des Nations Unies basés en Afrique. Le centre d'information de Bujumbura a diffusé, dans son émission de radio coproduite avec la radio nationale burundaise, un reportage sur la crise économique mondiale et ses répercussions sur les économies africaines.

39. En janvier 2010, le Département a dévoilé le nouveau site Web d'*Afrique Renouveau* et commencé à exploiter davantage les nouveaux médias. Le site Web, qui a une nouvelle identité visuelle et un design simplifié en matière d'information, héberge non seulement les articles de la revue *Afrique Renouveau*, mais aussi un contenu original que le Département produit spécialement pour lui, et donne accès à de nouveaux supports médias. Il donne accès au fil d'actualité de Twitter en anglais et en français, aux pages Facebook et YouTube du Département, ainsi qu'à des bulletins d'information actualisés régulièrement sur les questions africaines émanant du système des Nations Unies dans son ensemble. Il est également prévu de lancer

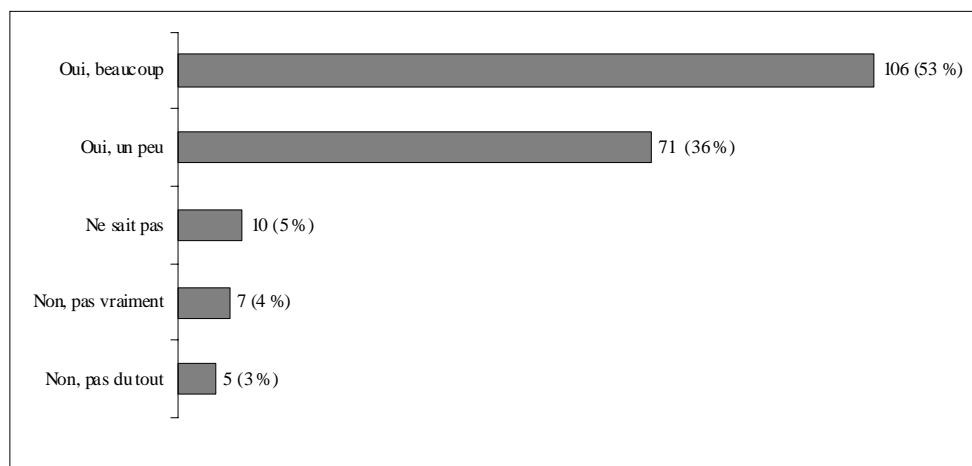


un nouveau blog, auquel pourront contribuer un certain nombre de journalistes en Afrique, ainsi que des experts de l'ONU sur l'Afrique.

40. D'après une enquête réalisée auprès des lecteurs de la version en ligne et de la version papier d'*Afrique Renouveau*, entre avril 2008 et décembre 2009, la lecture de la revue avait permis à 53 % de ses lecteurs de mieux comprendre les priorités de l'Afrique. Soixante-huit pour cent des lecteurs ont dit que la revue leur permettait d'avoir accès à des informations difficilement accessibles ailleurs.

Figure VI

**La revue *Afrique Renouveau* vous aide-t-elle à mieux comprendre les questions prioritaires pour l'Afrique?**

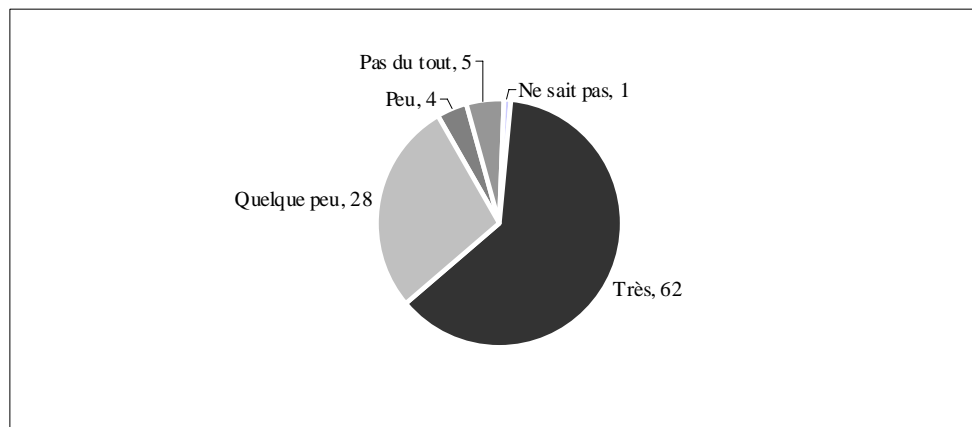


Vingt-huit participants n'ont pas répondu.

Figure VII

**Les informations présentées par *Afrique Renouveau* sur ces sujets vous paraissent-elles utiles/intéressantes?**

**Sujet : les femmes**



### III. Une culture de l'évaluation

41. L'analyse des projets du Département touchant les médias, surtout l'impact des campagnes d'information et de communication, est un domaine sur lequel le Département s'efforce d'obtenir une appréciation plus systématique. Ces projets et enquêtes d'observation des médias, menés par le Groupe de la recherche en matière d'évaluation et de communication du Département de l'information, aident les responsables de programmes à améliorer leurs campagnes de communication, ainsi que les activités et les programmes. Par exemple, il ressort d'un projet d'observation des médias concernant les objectifs du Millénaire pour le développement que les messages les plus simples sont reproduits par un plus grand nombre de médias, et qu'il faudrait faire plus attention à la façon dont les messages sont restitués dans différentes régions. Les enseignements tirés ont été appliqués aux campagnes de communication récentes portant sur des thèmes prioritaires. Les données issues des enquêtes sont également utilisées pour orienter les stratégies et améliorer les programmes. Une enquête des centres d'information des Nations Unies, menée en 2009, a permis de comprendre les problèmes que rencontrent les bureaux hors Siège pour diffuser les informations en ligne. Le Département s'efforcera de résoudre ces problèmes techniques et organisationnels en 2010.

42. En 2009, le Département a fait des enquêtes et d'autres types d'évaluation des programmes, manifestations et produits suivants :

- a) La soixante-deuxième Conférence annuelle du Département de l'information pour les organisations non gouvernementales<sup>4</sup>;
- b) Les groupes de communication des Nations Unies au niveau des pays<sup>5</sup>;
- c) Les campagnes de communication sur le désarmement et les changements climatiques;
- d) Le programme « UN4U » (New York);
- e) Les ateliers et conférences « l'ONU mise en scène »;
- f) *Afrique Renouveau*;
- g) Le site de l'ONU et les sites des centres d'information des Nations Unies;
- h) Les services de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld;
- i) Les exposés des centres d'information des Nations Unies.

---

<sup>4</sup> Pour consulter les conclusions de l'enquête, voir A/AC.198/2010/4.

<sup>5</sup> Pour consulter les conclusions de l'enquête, voir A/64/262.

## **Deuxième partie**

### **Le réseau des centres d'information des Nations Unies**

#### **I. Contexte**

1. Le réseau des centres d'information des Nations Unies, qui est maintenant pleinement intégré aux activités des services de communication stratégique du Département de l'information, est essentiel à la réalisation des stratégies de communication du Département. Grâce au redéploiement des ressources, à une meilleure utilisation des technologies de l'information et des communications, à la formation du personnel, à l'établissement de partenariats aux niveaux local et régional, et à des contacts réguliers avec le Siège, les centres d'information des Nations Unies sont désormais mieux à même d'assumer leur rôle de « porte-parole » de l'Organisation dans les lieux où ils sont installés.

2. Au cours de la période considérée, le réseau des 63 centres d'information des Nations Unies a continué de faire connaître les priorités de l'Organisation en matière de communication, de diffuser les messages clés auprès des populations locales dans les langues de celles-ci et de renforcer les partenariats locaux, tout en s'adaptant aux nouvelles demandes découlant de l'évolution des technologies de l'information et de la communication et des problèmes d'insécurité de plus en plus fréquents.

#### **II. Utilisation des langues locales pour atteindre le public visé**

3. L'une des principales activités des centres d'information est de diffuser les informations dans les langues du pays. Les centres ont actuellement la capacité de travailler dans 48 langues et ont produit des documents d'information dans plus de 150 langues. Ces informations sont diffusées non seulement par le truchement de sites Web, de journaux, d'émissions de radio et de télévision, et d'actions d'éducation et de sensibilisation de la population, mais aussi grâce aux nouveaux médias et aux réseaux sociaux. Les activités ci-après ont été menées par les centres d'information :

a) Le centre régional d'information des Nations Unies à Bruxelles tient un site Web dans 13 langues et offre des ressources bibliothécaires dans la plupart des langues d'Europe occidentale. Les revues et les bulletins mensuels du centre sont produits en allemand, en anglais, en français et en portugais. Le centre fournit aussi des documents d'information en portugais à tous les bureaux des organismes des Nations Unies installés dans des pays lusophones. Chaque jour, il prépare une revue de presse en anglais, à partir d'informations puisées dans une dizaine d'autres langues. Avec l'aide généreuse du Gouvernement belge, des documents d'information clés sont traduits et publiés dans la plupart des langues de la région et les vidéos de l'Organisation sont sous-titrées;

b) Le centre d'information de Mexico a fait traduire la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones en chinanteco del Norte, mazahua, nahuatl del Istmo, totonaco de la Costa, tseltal et zapoteco de la Planicie Costera. Le centre d'information de Buenos Aires a fait traduire la Déclaration en mapuche et wichi. Le centre d'information de Téhéran l'a fait traduire en persan, le Bureau des Nations Unies à Minsk en biélorusse, et les centres d'information

d'Ankara, de Bruxelles et de New Dehli l'ont fait traduire en turc, en grec et en hindi, respectivement;

c) Le centre d'information de Pretoria a produit une série de messages d'intérêt général sur le thème suivant « Say "no" to xenophobia; voices of tolerance and diversity » (Non à la xénophobie; les voix de la tolérance et de la diversité), qui ont été diffusés entre le 21 mars et le 30 avril 2009 par un réseau de stations de radio de proximité gérées par la South African Broadcasting Corporation. Ils ont été diffusés notamment en tsonga, setswana, sesotho, siswati venda, xhosa et zoulou;

d) Le centre d'information de Rio de Janeiro a produit en 2009 la version portugaise des vidéos « Bilan de l'année 2008 » et « End Poverty: Millennium Development Goals 2015 » (Mettre fin à la pauvreté : les objectifs du Millénaire pour le développement 2015);

e) Le centre d'information de Vienne a fait traduire la Déclaration universelle des droits de l'homme en hongrois, slovène et slovaque.

4. Les centres d'information des Nations Unies ont aussi fait traduire les publications suivantes du Département de l'information : « 60 réalisations de l'ONU qui ont changé le monde » (turc), « Une ONU plus forte pour un monde meilleur » (azéri), « Charte des Nations Unies et Statut de la Cour internationale de Justice » (persan) et *Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'ONU* (arménien).

#### **Diffusion d'éditoriaux par les centres d'information des Nations Unies**

5. Connaissant bien les médias des pays où ils sont installés, les centres d'information des Nations Unies sont bien placés pour faire paraître les éditoriaux du Secrétaire général et des hauts fonctionnaires de l'ONU dans des journaux nationaux, souvent traduits dans les langues du pays. Par exemple, en septembre 2009, les centres d'information ont fait traduire l'éditorial du Secrétaire général sur les changements climatiques, intitulé « Le changement est dans l'air du temps » en allemand, hongrois, japonais, persan, roumain, slovaque, slovène et tchèque, et l'ont fait paraître dans des journaux nationaux.

#### **Création du centre d'information des Nations Unies à Luanda**

6. Répondre aux besoins des pays lusophones en Afrique est depuis longtemps une préoccupation des États Membres et du Département. À cette fin, l'Assemblée a approuvé, dans le budget biennal 2010-2011, adopté le 23 décembre 2009, le financement et la création de postes pour l'établissement d'un centre d'information des Nations Unies à Luanda. Le Département collaborera étroitement avec le Gouvernement angolais, qui a proposé de fournir gracieusement des locaux, pour qu'un centre d'information soit créé à Luanda à titre prioritaire. Il a déjà commencé à faire le classement des postes dont sera doté le nouveau centre et à recenser les besoins en mobilier et matériel. Le nouveau centre entretiendra certainement des liens étroits avec celui de Rio de Janeiro et avec le service portugais du centre régional d'information des Nations Unies à Bruxelles.

### III. Renforcer les partenariats aux niveaux local et régional

#### Activités communes de communication à l'échelle du pays

7. Pour célébrer la Journée des Nations Unies 2009, le réseau des centres d'information a organisé, en coopération avec les équipes de pays des Nations Unies, une série d'activités, notamment la campagne de sensibilisation « UN4U », des conférences et des journées portes ouvertes dans les organismes des Nations Unies avec des exposés, des présentations de films et des expositions, bénéficiant souvent de la participation de hauts responsables du pays, de la société civile et des médias. Les activités ci-après ont également été menées :

a) Les centres d'information ont mobilisé 21 000 élèves et étudiants de quelque 135 écoles et universités dans 35 pays pour participer à la deuxième campagne annuelle « UN4U »;

b) Le centre d'information de Tokyo a organisé, en partenariat avec des organismes des Nations Unies, le Ministère des affaires étrangères, « L'ONU mise en scène » (Japon), et d'autres organismes, la première « Semaine des Nations Unies », qui comportait un séminaire sur le rôle que les entreprises peuvent jouer pour réaliser les objectifs du Millénaire pour le développement et un atelier « L'ONU mise en scène », auquel le Secrétaire général adjoint à la communication et à l'information a participé;

c) En 2010, le centre régional d'information des Nations Unies à Bruxelles et le métro d'Athènes, dans le cadre d'un nouveau partenariat, feront de la publicité autour d'un certain nombre de questions et d'activités prioritaires pour l'ONU en utilisant les 133 écrans vidéo qui se trouvent dans les 23 stations du métro de la ville, qui est emprunté par quelque 170 millions de personnes chaque année. Des affiches en l'honneur de l'Année internationale de la biodiversité et de la Journée internationale dédiée à la mémoire des victimes de l'Holocauste ont d'ores et déjà été posées, et les objectifs du Millénaire pour le développement feront partie des enjeux à promouvoir à l'avenir.

#### Élargir les partenariats au niveau régional

8. Parfois, les activités des centres d'information dépassent les frontières nationales et contribuent à améliorer la coopération régionale et à faire parler la région « d'une seule voix ». Les activités suivantes ont été menées :

a) Sous la houlette du centre régional d'information de Bruxelles, le Département de l'information et l'Union européenne ont réalisé en commun davantage de projets de communication ces dernières années. Afin de renforcer cette coopération et mieux la faire connaître, l'ONU et l'Union européenne sont convenues de travailler ensemble sur une nouvelle initiative de communication « Un partenariat pour un monde meilleur ». En 2010, le réseau des délégations européennes, en partenariat avec les centres d'information des Nations Unies, se servira de telle ou telle journée internationale importante pour inciter les États et la société civile à s'intéresser à certains enjeux mondiaux pressants. Les huit journées internationales recensées pour cette initiative de communication portent sur des enjeux allant des droits de l'homme universels aux droits des femmes, des enfants et des peuples autochtones, en passant par la liberté de la presse, l'alimentation, la pauvreté et l'environnement. Pour chaque journée internationale, les produits de communication

élaborés par les deux organisations seront compilés en un dossier électronique commun. L'initiative « Un partenariat pour un monde meilleur » s'efforcera d'obtenir l'appui des grands organes de presse écrite et audiovisuelle européens, ainsi que des médias sociaux, des artistes et des professionnels du spectacle;

b) Le Centre d'information de Manama a apporté son concours dans les médias et au niveau de la communication pour faire connaître la réunion ministérielle pour l'Asie occidentale du Conseil économique et social, de la Commission économique et sociale pour l'Asie occidentale et de l'Organisation mondiale de la Santé sur le thème suivant : « Lutter contre les maladies non contagieuses et les blessures : principaux obstacles au développement durable au XXI<sup>e</sup> siècle », qui s'est déroulée à Doha les 10 et 11 mai 2009 sur l'invitation du Gouvernement du Qatar. Un communiqué de presse a été publié et deux conférences de presse organisées. La chaîne télévisée pour enfants d'Al Jazeera a participé à la réunion pour sensibiliser les enfants sur la question des maladies non contagieuses.

#### **IV. Exploiter les nouvelles technologies de l'information et des communications**

##### **Les sites Web des centres d'information des Nations Unies**

9. Tous les centres d'information des Nations Unies ont leur propre site Web. On y trouve des informations dans cinq langues officielles (anglais, arabe, espagnol, français et russe) et 33 autres langues. En décembre 2009, les sites des centres d'information ayant la fréquentation la plus importante étaient les suivants : Mexique (11 millions de consultations de pages), Vienne (10,5 millions), Bruxelles (4,8 millions), Tokyo (4,7 millions), Varsovie (2,6 millions), Bogota (1,5 million) et Prague (1,1 million).

10. La page Web des centres d'information des Nations Unies, hébergée par le site Web de l'ONU, est le portail des 63 centres d'information et de leur site Web. Elle existe dans les six langues officielles, propose des blogs classés par thème, ainsi qu'une galerie de photos, et présente les diverses activités réalisées par les centres d'information. En 2009, le portail a enregistré 650 000 consultations de pages, toutes langues confondues.

11. En 2009, c'est le site du centre d'information de Bujumbura qui a été le plus consulté de tous les sites des centres d'information en Afrique. Le centre, qui collabore étroitement avec le Bureau intégré des Nations Unies au Burundi, a fait de son site Web la page d'accueil pour les visiteurs et les clients du centre qui viennent y utiliser Internet. La bibliothèque du centre compte en moyenne un millier de visiteurs par mois, dont la majorité viennent utiliser le service Internet, qui est gratuit. Le fait que certains documents de l'ONU affichés sur le site Web sont en kirundi, une langue nationale, contribue à susciter l'intérêt.

##### **Les outils de réseau social**

12. Les outils de réseau social qui connaissent un succès fulgurant sont devenus incontournables dans le cadre des actions de communication, surtout auprès des jeunes. Plusieurs centres d'information se sont créés un compte dans des sites de réseau social assez fréquentés. Certains centres ont également organisé des concours de blog et des campagnes par messages courts. Les activités menées sont les suivantes :

a) Le centre d'information de Bucarest a organisé, de concert avec l'ambassade du Royaume-Uni, un concours de blog en ligne, où les jeunes de 17 à 35 ans devaient calculer leur empreinte carbone sur un site Web et signer la pétition « Scellons l'accord »;

b) Le centre d'information de Rio de Janeiro a lancé, en partenariat avec TIM (le plus important opérateur de téléphonie mobile) et MTV Brésil, la campagne « Green UN-ONU Verde » à l'occasion de la Journée des Nations Unies. TIM a envoyé un message à plus de 9 millions de jeunes clients leur demandant « Que fais-tu pour l'environnement? ». MTV Brésil a reproduit le message de la campagne dans ses émissions. Le temps fort de la campagne coïncidera avec la Journée mondiale de l'environnement, le 5 juin 2010.

**Centres d'information des Nations Unies ayant un compte Facebook, Twitter ou YouTube en décembre 2009**

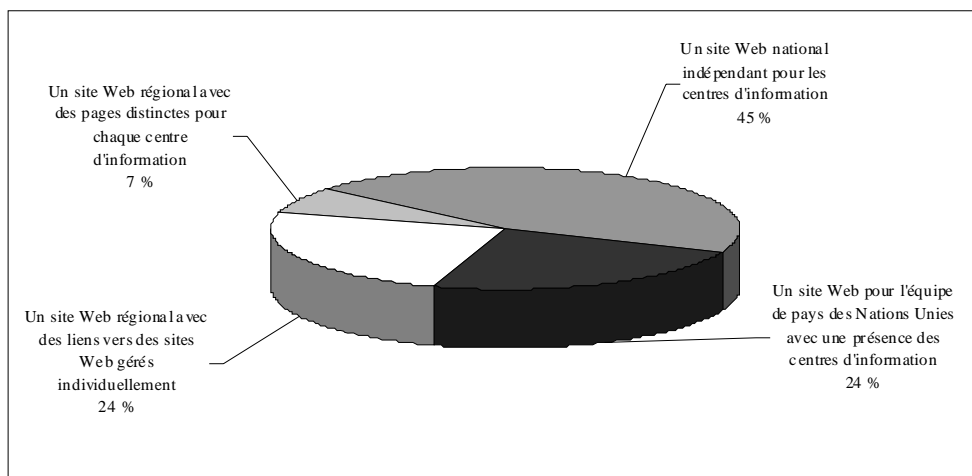
**Facebook** : Bogota, Bucarest, Buenos Aires, Dar es-Salaam, Jakarta, La Paz, Lima, Manille, Mexico, New Delhi, Tokyo, Vienne, Varsovie et Washington

**Twitter** : Bogota, Dar es-Salaam, Jakarta, Mexico, New Delhi, Pretoria, Rio de Janeiro, Téhéran, Tunis et Vienne

**YouTube** : Bogota, Katmandou, Lima, Mexico, Rio de Janeiro et Washington

13. En 2009, le Département a passé en revue les sites Web des centres d'information pour voir quelles seraient les améliorations à y apporter. Il est ressorti de cette étude que les sites Web des centres d'information étaient dans l'ensemble attrayants, professionnels et bien structurés, mais que leur contenu n'était pas toujours mis à jour rapidement et qu'ils laissaient à désirer au niveau de l'assurance-qualité et des activités de promotion des enjeux de l'ONU et des campagnes d'information.

Figure I  
**Opinions exprimées par les centres d'information sur l'usage des ressources Web**



D'après les centres d'information, c'est en leur dispensant une formation liée à Internet que le Département de l'information peut le mieux les aider dans le cadre de leurs activités.

#### Type de soutien dont les centres d'information des Nations Unies ont besoin

Classement	Soutien nécessaire <sup>a</sup>
1	Accès aux formations Web en ligne
2	Conseils sur la rédaction pour le Web
3	Conseils sur l'utilisation des nouveaux médias
4	Conseils sur la création d'un site Web, y compris l'accessibilité
5	Conseils concernant la sécurité des sites Web
6	Réseau d'entraide entre pairs sur les questions liées au Web

<sup>a</sup> Basé sur les conclusions de l'enquête menée par le Département de l'information dans le cadre de laquelle celui-ci a demandé aux centres d'information de classer le type de soutien qu'ils souhaiteraient obtenir de la part du Siège et du Service des centres d'information.

#### Formation pour les fonctionnaires de l'information

14. En septembre 2009, le Département a organisé au centre d'information de Mexico une formation de trois jours sur la communication en temps de crise, à laquelle ont participé 11 fonctionnaires des centres d'information en Amérique latine. Un débat avec le Siège sur le renforcement de la collaboration dans le domaine de la production radio et vidéo s'est déroulé par liaison vidéo. À la suite de cette formation, le protocole de transfert de fichiers de la Radio des Nations Unies a été distribué à tous les centres d'information de la région, ainsi que des lignes directrices générales, des lignes directrices pour les scripts pour UNifeed et d'autres documents utiles.

15. Le Service d'information des Nations Unies a organisé une session de formation sur les nouveaux médias le 19 novembre 2009. Des fonctionnaires des centres d'information de Bucarest, Moscou, Prague et Varsovie ont participé à cette session.

#### Outils

16. Une version actualisée du manuel à l'usage des centres d'information des Nations Unies, un outil de travail qui fournit aux centres d'information des renseignements essentiels, des astuces et des orientations pour leurs activités quotidiennes, a été mise en ligne en février 2010. Après avoir fait un historique et un tour d'horizon des centres d'information des Nations Unies, le manuel traite d'une grande diversité de domaines, notamment les priorités de communication, les outils pour les relations avec les médias et la sensibilisation du public, l'observation des médias, les bibliothèques de référence, l'établissement de partenariats et de réseaux d'appui, les démarches administratives, l'établissement de rapports, l'évaluation et l'informatique. En privilégiant la version électronique du manuel par rapport à la version papier, le Département peut créer des liens entre cet outil de référence et d'autres sources d'information et de conseil, et le mettre à jour aussi



souvent que nécessaire lorsque de nouvelles lignes directrices sont élaborées ou de nouvelles politiques entrent en vigueur.

17. Le Département élabore également un système de gestion de l'information des centres. Il s'agit d'un nouvel outil Web qui vise à aider les collègues du réseau des centres d'information des Nations Unies et du Siège à réunir et à analyser les données programmatiques et administratives, et à établir des rapports en la matière. L'objectif étant d'améliorer l'efficacité et l'intégrité des données, ce nouvel outil permettra de moderniser les pratiques actuellement en place dans les centres d'information et au Siège pour collecter des données et établir des rapports. Les multiples bases de données locales seront remplacées par une banque de données centrale qui sera hébergée sur le serveur principal de l'ONU à New York. Les formulaires transmis par courrier électronique et archivés localement sur de multiples postes de travail seront remplacés par une interface électronique uniformisée et sécurisée qui permettra aux collègues au Siège et dans les bureaux hors Siège de saisir des informations et d'y accéder en tout temps. Le système devrait entrer en service au premier trimestre de 2010.

## V. Difficultés persistantes

### **État des locaux et sécurité des centres d'information des Nations Unies**

18. Plusieurs centres d'information des Nations Unies sont hébergés dans des locaux fournis gratuitement par les États ou à loyer subventionné, ce qui compense en partie les frais de fonctionnement de ces centres. Cela dit, un certain nombre de centres ont des dépenses d'entretien et de sécurité de plus en plus élevées, et certains ont dû déménager ou devraient le faire, souvent, dans les locaux occupés par les équipes de pays des Nations Unies. Après deux déménagements, à chaque fois à cause de problèmes de sécurité, les centres d'information d'Alger et d'Islamabad sont maintenant hébergés dans de nouveaux locaux où se trouve aussi l'équipe de pays des Nations Unies. Quant au centre d'information de Jakarta, il cherche de nouveaux locaux après avoir dû quitter le bâtiment où il était hébergé, jugé dangereux à cause d'un affaissement de terrain et des dégâts provoqués par un séisme. D'autre part, les centres d'information de Lima et de Mexico sont en train de déménager dans des locaux qu'ils partageront avec des membres de l'équipe de pays des Nations Unies.

19. Déménager dans de nouveaux locaux est une opération coûteuse qui prend du temps et perturbe les activités, mais c'est souvent la seule option viable. Le Département prend des mesures pour réduire les coûts : il réduit la surface occupée par certains centres d'information, ce qui permet de diminuer les coûts d'entretien et des services collectifs de distribution, ainsi que les coûts indirects. C'est le cas par exemple du centre régional d'information de Bruxelles qui va partager ses locaux avec un autre organisme membre de l'équipe de pays des Nations Unies. En fait, depuis 1991, près de la moitié des centres d'information partagent des locaux avec des membres de l'équipe de pays des Nations Unies sur place.

20. Assurer la sécurité des locaux demeure une grande difficulté pour les centres d'information. Les sommes allouées à la sécurité dans les budgets des deux derniers exercices biennaux ont été très insuffisantes par rapport aux besoins réels, qui ne cessent de croître. La somme accordée pour la première année de l'exercice biennal 2010-2011 devrait permettre au Département de mettre en conformité avec les

normes de sécurité un petit nombre de centres d'information si les conditions de sécurité ne se détériorent pas davantage.

### **Les besoins en matériel**

21. Pour que les activités de communication soient efficaces, il est essentiel de disposer d'un matériel moderne et à jour. L'une des principales difficultés rencontrées par le réseau des centres d'information des Nations Unies est la modernisation de son matériel informatique. D'après l'inventaire effectué en 2008 auprès de 25 centres d'information situés dans cinq régions, l'âge moyen des ordinateurs utilisés actuellement est de huit ans. Ces anciens ordinateurs sont souvent utilisés pour des tâches moins lourdes, notamment dans les bibliothèques et les postes d'accès à Internet. Ils ne sont pas conviviaux, consomment beaucoup d'énergie et peuvent être coûteux à entretenir.

22. Pour diffuser les messages de l'ONU au plus grand nombre et tirer parti des outils modernes de communication, tels que les nouveaux médias et les outils de réseau social, les centres d'information des Nations Unies doivent renforcer les ressources de leur serveur constamment. À l'heure actuelle, ils comptent sur un serveur Web virtuel à New York et un vieux serveur physique de cinq ans d'âge qui se trouve à Bruxelles pour supporter plus de 30 sites Web et plusieurs campagnes de communication en ligne.

## Conclusions

Le Département de l'information s'attache à faire connaître l'action de l'ONU en diffusant des informations à jour, exactes, impartiales, détaillées et cohérentes au plus grand nombre. Le Département de l'information s'acquitte de son mandat grâce à une approche stratégique et au partenariat étroit qu'il a noué avec les organismes du système des Nations Unies et le Groupe de la communication des Nations Unies. En définissant les grands domaines d'activité prioritaires au début de l'année, et en réalisant des évaluations régulièrement de ses campagnes et de ses services, le Département a pu mener des actions et livrer des produits d'information bien définis et ciblés. Le Département a également privilégié l'utilisation des nouveaux outils de communication, notamment les médias sociaux. Il a ainsi renforcé sa capacité d'entrer en contact avec de nouveaux publics, notamment les étudiants et les jeunes.

Le Département informe le monde sur l'action de l'ONU et mobilise l'opinion publique en faveur d'une organisation mondiale revitalisée, et compte de plus en plus, pour ce faire, sur son réseau de centres d'information. Une bonne stratégie de communication n'a que peu de valeur si elle n'atteint pas le public concerné. Conscient de cela, le Département a pris des mesures pour renforcer davantage les centres d'information des Nations Unies et les intégrer pleinement à sa stratégie globale de communication. Les ressources ayant été redéployées, les technologies de l'information et des communications étant mieux utilisées, des partenariats ayant été noués aux niveaux local et régional et des contacts étant établis régulièrement avec le Siège, les centres d'information des Nations Unies sont parés pour la réussite.