



Assemblée générale

Distr. générale
4 août 2004
Français
Original: anglais

Cinquante-neuvième session

Point 91 de l'ordre du jour provisoire*

**Élimination de la pauvreté et autres questions
liées au développement**

Programmes de communication pour le développement dans le système des Nations Unies

Note du Secrétaire général

Le Secrétaire général transmet ci-joint le rapport du Directeur général de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, présenté conformément à la résolution 50/130 de l'Assemblée générale.

* A/59/150.



**Rapport du Directeur général de l'UNESCO
sur l'application de la résolution 50/130 de l'Assemblée générale,
y compris les recommandations de la huitième Table ronde
interinstitutions sur la communication pour le développement**

Résumé

Le présent rapport, établi par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) est transmis à la cinquante-neuvième session de l'Assemblée générale, en application de sa résolution 50/130 du 20 décembre 1995.

Le texte présente les mécanismes de collaboration interinstitutions visant à donner un cadre effectif et intégré aux activités de suivi. Huit organismes, fonds et programmes des Nations Unies ont contribué à l'examen des arrangements de coordination en vigueur.

Ces huit organismes, fonds et programmes des Nations Unies et particulièrement la huitième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement (Managua, 26-28 novembre 2001) ont recommandé : a) de créer un consortium international sur les stratégies de communication concernant le VIH/sida; b) de réunir et de partager les instruments mis au point par les organismes/agents d'exécution clefs pour recenser les méthodes éprouvées et améliorer l'accès à ces outils tout en diminuant les doubles emplois; c) d'améliorer la formation des journalistes en renforçant les institutions d'apprentissage; et d) d'encourager les médias à produire et à diffuser des informations locales tout en maintenant un équilibre judicieux entre les contributions locales, nationales et internationales.

Faire de la libre circulation de l'information autre chose qu'un slogan accrocheur implique la liberté de mouvement et l'établissement de réseaux entre de nombreux partenaires et exige aussi une coopération intersectorielle et interdisciplinaire. Les applications sociales des technologies nouvelles telles que l'Internet ne peuvent se manifester que par ce genre de collaboration, comme l'illustrent les projets communs des organismes des Nations Unies.

Table des matières

| | <i>Paragraphes</i> | <i>Page</i> |
|---|--------------------|-------------|
| I. Huitième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement (Managua, 26-28 novembre 2001) | 1-6 | 4 |
| II. Déclaration de la huitième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement | 7-11 | 5 |
| III. Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture | 12-37 | 6 |
| IV. Fonds des Nations Unies pour l'enfance | 38-54 | 11 |
| V. Fonds des Nations Unies pour la population | 55-62 | 14 |
| VI. Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida (ONUSIDA) | 63-70 | 15 |
| VII. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture | 71-79 | 16 |
| VIII. Programme des Nations Unies pour le développement | 80-84 | 19 |
| IX. Programme des Nations Unies pour l'environnement | 85-107 | 20 |
| X. Conclusions et recommandations | 108 | 24 |

I. Huitième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement (Managua, 26-28 novembre 2001)

1. La communication pour le développement est au cœur même du défi qui consiste à faire participer les populations à leur propre développement. Si elle est constructive, c'est un instrument puissant dans des domaines tels que la santé, l'agriculture et la population. Elle a contribué à la réduction de la pauvreté et au progrès social dans plusieurs pays et, dans moins certes, au recul des taux de transmission du VIH.

2. La Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement a été conçue comme une instance internationale officieuse des donateurs et de ceux qui travaillent dans le domaine des communications où harmoniser les approches, annoncer les progrès et partager les bonnes pratiques. Au nombre des participants figuraient des organismes des Nations Unies, des organismes bilatéraux tels que l'Agency for International Development des États-Unis (USAID), des universités et des organisations non gouvernementales. Les tables rondes de cette série se réunissent tous les deux ans, sous l'égide d'un organisme des Nations Unies choisi par roulement.

3. Les participants à la septième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement, tenue en 1998 à Salvador de Bahia (Brésil) et coordonnée par le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), ont conclu qu'il fallait accorder un rang de priorité plus élevé à l'évaluation des programmes de communication et allouer davantage de ressources au renforcement des capacités pour catalyser l'évolution des comportements.

4. Ces thèmes, et notamment le VIH/sida, ont fait l'objet de la huitième Table ronde organisée par le Fonds des Nations Unies pour la population (FNUAP), en collaboration avec l'Institut Panos, la Fondation Rockefeller et l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). Cette table ronde s'est demandé quel devrait être le rôle des communicateurs à l'avenir et si les stratégies, l'expérience et les compétences actuelles étaient appropriées pour ralentir l'épidémie du VIH/sida et dans quelles conditions il faudrait les renforcer.

5. Soixante-dix participants, représentant un vaste éventail d'organismes des Nations Unies, de donateurs bilatéraux et autres, d'organisations non gouvernementales et de spécialistes des communications, ont été invités à Managua. Le FNUAP s'est vu confier le rôle de chef de file dans cette initiative opportune qui a coïncidé avec l'importance renouvelée accordée par l'Organisation des Nations Unies à la collaboration interinstitutions. La réunion a commencé par un tour d'horizon du rôle de la communication dans le développement en général et dans les programmes de lutte contre le VIH/sida en particulier. On a ensuite examiné les pratiques, les évaluations et les difficultés dans l'optique de trois théories précises – communication pour les changements de comportement, communication pour les changements sociaux et communication pour les activités de plaidoyer.

6. Le principal message de cette réunion a été d'insister sur la nécessité de faire le point de la situation actuelle et de tenir compte des enseignements tirés, avant de décider de la meilleure façon d'influer sur les politiques actuelles et l'état d'esprit des donateurs pour le bien de ceux qui sont le plus touchés par le sous-

développement. À l'issue des débats, les questions fondamentales ont été regroupées dans la Déclaration dont on trouvera des extraits dans la section II ci-après.

II. Déclaration de la huitième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement

7. La huitième Table ronde interinstitutions a été axée sur la pandémie de VIH/sida et les problèmes de communication qu'elle pose. Au cours des débats, on a examiné le rôle de la communication, ses succès et ses échecs et les efforts déployés face à la pandémie.

8. La Table ronde a affirmé que :

a) La communication pour le développement est un processus fort constructif qui a fait ses preuves dans les domaines de l'agriculture, de la population, de la santé, de l'éducation et dans de nombreux autres et a sensiblement contribué aux progrès sociaux et économiques et à la réduction de la pauvreté;

b) La communication pour le développement est indispensable au développement humain et doit être intégrée aux changements économiques, politiques et sociaux. Il ne s'agit pas que de la diffusion d'informations mais bien d'une approche multistratégique mettant en jeu et faisant entendre toutes les couches de la société.

9. Communication au sujet du VIH/sida. La Table ronde a fait les observations suivantes :

a) Les communicateurs concernant le VIH/sida ont réussi à faire mieux comprendre comment on le contracte, à placer l'épidémie dans le contexte des droits de l'homme, à faire mieux connaître et demander des services efficaces et à mobiliser l'appui politique aux plans nationaux de santé;

b) Toutefois, les collectivités locales, nationales et internationales luttent toujours pour influencer sur les taux globaux du VIH/sida. Malgré une attention et une inquiétude accrues, la pandémie continue de se propager;

c) Consciente de ce scénario, la Table ronde est convaincue de ce qui suit :

i) La pandémie de VIH/sida pose des problèmes de communication pour le développement sans précédent. Du fait qu'il n'existe toujours ni remède ni vaccin pour le VIH/sida, la capacité de communiquer les uns avec les autres est indispensable pour freiner l'épidémie;

ii) En dépit des succès notés ci-dessus, les stratégies de communication concernant le VIH/sida se sont avérées inadéquates pour freiner l'épidémie et en atténuer les effets;

iii) Pour ralentir l'épidémie, une riposte multisectorielle et la communication s'imposeront face aux comportements liés à sa propagation et pour s'attaquer à ses causes (inégalité, préjugés, pauvreté, exclusion sociale et politique et discrimination, en particulier à l'égard des femmes).

10. La Table ronde a demandé que :

a) La réaction internationale en matière de communication s'inspire et relève de la maîtrise locale et des programmes locaux;

b) Davantage de ressources soient réorientées sur des programmes de communication plus efficaces basés sur les principes définis ci-dessus;

c) Les programmes rendent des comptes à ceux auxquels ils sont censés bénéficier;

d) Des investissements accrus soient alloués au renforcement des capacités, à la formation et à la recherche en communication pour les stratégies, l'évaluation et les indicateurs pertinents du développement; et

e) Tous les partenaires – gouvernements, organisations non gouvernementales, dirigeants religieux, donateurs, secteur privé et en particulier ceux qui vivent avec le VIH/sida – réagissent en communiquant de façon multisectorielle, coordonnée et concertée aux niveaux international et national.

11. **La Table ronde a recommandé les actions immédiates suivantes :**

a) Formation d'une coalition internationale sur les stratégies et les instruments de communication concernant le VIH/sida. Ses efforts contribueront à la planification du Fonds mondial de lutte contre le sida, la tuberculose et le paludisme;

b) Collecte et partage des outils des organismes/agents d'exécution clefs pour recenser ceux qui ont fait leur preuve, y donner un meilleur accès et réduire les doubles emplois;

c) Inclusion de la déclaration dans le rapport biennal de l'UNESCO sur la communication pour le développement qui sera présenté au Secrétaire général de l'ONU.

III. Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

12. Depuis sa création en 1946, l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture s'intéresse à la communication. Ces dernières années, les grandes orientations de sa politique de communication pour le développement ont correspondu aux grands efforts d'orientation générale des autres organismes moteurs des Nations Unies oeuvrant en faveur du développement humain.

13. En septembre 2003, l'UNESCO a organisé à New Delhi une réunion d'experts internationaux afin de réévaluer les programmes de communication pour le développement et de lancer de nouvelles initiatives en la matière.

14. La principale conclusion a été que la communication reste indispensable au développement et que la radio est un important outil de la démocratie car c'est le média le plus populaire en zone rurale. On a par ailleurs constaté qu'il fallait améliorer la formation des journalistes en renforçant les institutions d'apprentissage. On a aussi recommandé que, de concert avec d'autres partenaires des Nations Unies, l'UNESCO encourage la production et la diffusion d'informations par les médias

locaux tout en maintenant un équilibre judicieux entre les contributions locales, nationales et internationales.

Évolution politique récente

15. L'action de l'UNESCO est conforme aux objectifs énoncés dans la Déclaration ministérielle sur le thème « Développement et coopération internationale au XXI^e siècle : le rôle des technologies de l'information dans le cadre d'une économie mondiale à forte intensité de connaissances », adoptée par le Conseil économique et social de l'ONU en juillet 2000, et dans ceux de la Déclaration du Millénaire (septembre 2000).

16. En décembre 2003, l'Union internationale des télécommunications, en coopération avec d'autres organismes des Nations Unies, a organisé la première phase du Sommet mondial sur la société de l'information.

17. L'UNESCO, avec son mandat constitutionnel de promouvoir le libre-échange des idées et des connaissances, a joué un rôle clef à ce sommet mondial en encourageant la participation la plus large possible des décideurs, des milieux professionnels, des représentants de la société civile, des partenaires bilatéraux et multilatéraux et du secteur privé aux débats sur les conditions de mise en place d'une société de l'information pour tous.

18. L'UNESCO continue de souligner le rôle vital des médias pour produire, collecter et diffuser des informations de qualité dans la société de l'information. Les communications individuelles ont leurs limites. Il restera indispensable de communiquer avec le public et de créer une sphère publique à l'aide des médias, en particulier pour ce qui est de choisir et d'interpréter les informations en les situant bien et de servir de plate-forme d'échange d'informations et d'idées permettant aux personnes d'agir et/ou d'interagir.

19. Ce sommet a par ailleurs été l'occasion de lancer une initiative spéciale visant à renforcer au Mali, au Mozambique et au Sénégal les centres multimédias communautaires qui font appel aux ressources radiophoniques et télévisées pour influencer sur le développement par le renforcement des capacités et l'accès équitable aux données, aux meilleures pratiques et aux connaissances dans la société de l'information.

20. Pour contrecarrer la propagande belliciste et les incitations à la haine dans le déclenchement et l'aggravation des conflits, l'UNESCO continue, comme en Europe du Sud-Est et ailleurs, d'appuyer les médias locaux, dont l'impartialité est de notoriété internationale, qui fournissent des informations non partisans et qui défendent les valeurs de la coexistence pacifique et de l'entente mutuelle.

21. En étroite collaboration avec l'Agence suédoise de coopération internationale au développement (ASDI), l'UNESCO a organisé un séminaire international sur l'assistance aux médias dans les zones de tension et de conflits violents. Les participants ont recommandé que l'assistance aux sociétés en période de conflit ou d'après conflit vise à renforcer les initiatives des médias locaux durant toutes les phases de la gestion du conflit.

Le Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique

22. Depuis sa création, l'UNESCO est un partenaire actif appuyant les aspirations et les efforts de l'Afrique pour développer la communication. L'UNESCO considère qu'une formation professionnelle aux communications est une priorité; il s'agit notamment de doter en matériel les professionnels de la communication ayant les connaissances et les compétences requises pour utiliser les instruments de communication à l'appui du développement social, économique, politique et culturel en Afrique.

23. L'engagement collectif du Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique est d'éliminer la pauvreté et de mettre les pays africains sur la voie de la croissance et du développement durables. L'UNESCO appuie la formation de journalistes africains, consciente de leur rôle primordial pour la démocratisation de l'Afrique. Travaillant la main dans la main avec les autorités nationales pertinentes, on s'efforcera de faire réviser les lois limitant la liberté d'expression des journalistes.

Programme international pour le développement de la communication

24. Pour renforcer ses activités de communication pour le développement, l'UNESCO accorde une priorité absolue au renforcement des capacités de communication dans les pays en développement, en particulier par le Programme international pour le développement de la communication (PIDC), les projets de fonds d'affectation spéciale et la coopération interinstitutions.

25. Lancée dans le cadre des réformes systématiques de l'UNESCO, la réforme en cours du PIDC a déjà permis d'en améliorer plusieurs aspects importants. Son conseil intergouvernemental a décidé à sa vingt-deuxième session de l'axer davantage sur un nombre limité de projets novateurs et catalyseurs bien définis et d'accorder la priorité absolue aux projets nationaux, régionaux et interrégionaux dans les domaines ci-après : promotion de la liberté d'expression et du pluralisme médiatique, développement des médias communautaires, mise en valeur des ressources humaines et promotion de partenariats internationaux.

Le Programme pour un contenu créatif

26. L'UNESCO estime que l'un de ses objectifs stratégiques essentiels consiste à promouvoir l'expression du pluralisme et de la diversité culturelle dans les médias et les réseaux d'information mondiaux. Le nouveau Programme international pour un contenu créatif est une initiative récemment lancée dans le domaine de la production de contenus locaux, aspect vital pour le développement de la communication, qui vise à stimuler la créativité et l'innovation dans la production des contenus locaux pour la radio, la télévision et les nouveaux médias dans les pays en développement.

Médias communautaires et centres communautaires multimédias

27. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) constituent un objectif spécifique de la stratégie à moyen terme de l'UNESCO pour 2002-2007. Le programme de l'UNESCO pour les centres multimédias communautaires, qui associe la radio de proximité aux infrastructures de télécentres communautaires, poursuit son essor. Des centres ont été ou seront bientôt créés dans une vingtaine de

pays d'Afrique, d'Asie, des Caraïbes et d'Europe du Sud-Est. Ils visent à réduire la fracture numérique dans les pays en développement et en transition économique en faisant de l'information, de la communication et du savoir des outils de base, permettant aux plus pauvres d'améliorer leurs conditions de vie, selon une approche peu onéreuse, adaptée à chaque pays et axée sur l'autonomisation.

Radiotélévision publique

28. L'UNESCO a continué à contribuer au développement de la radiotélévision de service public et, pour ce faire, à promouvoir des organes nationaux de radiotélévision indépendants sur le plan éditorial, en particulier dans les pays en développement et en transition économique, et à renforcer la mission éducative et culturelle de la radiotélévision publique comme point d'accès à la société du savoir. L'UNESCO s'est attachée à soutenir et à encourager le service public de radiotélévision, ainsi qu'à en sauvegarder les contenus, qui servent les intérêts des individus en les considérant comme des citoyens plutôt que comme des consommateurs, en desservant toutes les populations ainsi que des groupes spécifiques et en contribuant ainsi au renforcement de l'inclusion sociale et de la société civile.

Formation des professionnels

29. L'UNESCO met fortement l'accent sur divers réseaux professionnels organisés tant par région que par secteur médiatique. Ils lui permettent non seulement d'exprimer ses préoccupations et d'identifier des ressources humaines pour la mise au point des projets, mais en premier lieu de sélectionner les idées d'actions à entreprendre.

30. L'UNESCO a participé à de nombreux séminaires et ateliers en étroite collaboration avec les autres institutions des Nations Unies, mettant à leur disposition ses connaissances de la communication au service de l'information sanitaire en Afrique et en Asie.

Jeunesse, éducation et information

31. L'UNESCO aide activement les jeunes à produire eux-mêmes l'information en facilitant la création de réseaux d'information et de communication pour la jeunesse, en favorisant la formation de jeunes aux TIC et en fournissant les technologies appropriées aux organisations de jeunesse. Un projet important de l'UNESCO est le programme INFOJEUNESSE, réseau international d'information sur les problèmes de la jeunesse, composé d'autorités gouvernementales ainsi que d'agences et d'organisations de jeunesse. La recherche et la production de contenus dans ce domaine s'inscrivent essentiellement dans le cadre de l'élaboration d'outils et de lignes directrices spécifiques et de la publication de livres et de CD-ROM sur la situation des jeunes dans le monde.

32. L'UNESCO a lancé un programme de recherche sur l'initiation aux médias qui vise à encourager les jeunes à garder une attitude critique à leur égard. En mars 2003, l'atelier de Thessalonique a élaboré, pour les enseignants, un cursus commun d'éducation aux médias dans la région de la Méditerranée ainsi qu'une stratégie régionale pour son intégration aux programmes d'enseignement. Il était indispensable de renforcer la coopération avec les institutions de recherche des médias, les autorités réglementaires nationales et les établissements d'enseignement,

au moyen d'actions de recherche et en élaborant des politiques qui visent à moderniser les programmes d'enseignement secondaire dans la région.

Recherche en communication

33. La recherche a toujours joué un rôle important dans les travaux de communication de l'UNESCO qui s'intéresse aussi à l'étude de la communication, processus social. Avec sa politique de développement continu et sa vocation toujours plus participative, l'UNESCO invite chercheurs et praticiens, journalistes, fonctionnaires et enseignants à contribuer activement à la définition de ses orientations et programmes, en particulier par des approches régionales et décentralisées. Cette démarche a été articulée en novembre 2001 lors d'une réunion d'experts à l'Université de Leicester.

34. Les plus récents travaux de recherche et résultats d'expériences ont été publiés avec succès dans un ouvrage collectif sur les médias communautaires, intitulé *Challenges to Development* (Paris, mars 2002). Le soutien de l'UNESCO à la recherche en communication et en information comporte ce qui suit :

- a) Renforcement de la liberté de la presse et de l'indépendance et du pluralisme des médias;
- b) Promotion de l'éducation aux médias dans les programmes de l'enseignement formel;
- c) Centres multimédia communautaires, télécentres polyvalents et participation sociale;
- d) Impact social, culturel et politique des TIC;
- e) Diversité culturelle et linguistique dans le cyberspace, les TIC et le téléenseignement.

Initiative BABEL

35. Cette initiative a pour objet de promouvoir le multilinguisme sur l'Internet en vue de rendre son contenu et ses services accessibles et plus équitables pour ses usagers du monde entier. Le projet, qui se fonde sur l'application des TIC, vise à favoriser la diversité culturelle et linguistique, à prévenir la ségrégation linguistique et à protéger les langues menacées de disparition.

Équité entre hommes et femmes

36. L'UNESCO a poursuivi son analyse de la marginalisation des femmes dans les médias nationaux et de ses conséquences sur leur accès aux activités de communication pour le développement. On peut dire que si cet accès leur est barré, c'est en raison de leur sous-représentation dans les médias.

37. Un manuel pratique intitulé « Women in the digital age » (Les femmes à l'ère du numérique) présente, exemples à l'appui, les domaines clés dans lesquels les femmes pourraient mettre à profit l'Internet. L'UNESCO a donc lancé, avec l'Agence panafricaine d'information, un bulletin intitulé « Femmes d'Afrique » pour diffusion dans tout le continent. Il s'agit surtout ici d'améliorer le niveau de compétence professionnelle des femmes journalistes afin d'accroître leur participation aux médias nationaux.

IV. Fonds des Nations Unies pour l'enfance

38. L'UNICEF organise désormais sa coopération au stade de la programmation, et l'axe explicitement sur les droits de l'enfant et de la femme et sur le plan stratégique à moyen terme (2002-2005), ce qui a des répercussions majeures sur ses programmes de communication. Ceux-ci ont subi deux changements : d'une part, ils font une plus large place à la dimension participative de la communication, ce qui signifie qu'ils font davantage appel à la participation active des acteurs à tous les stades de la programmation en matière de communication, de l'étude préalable à l'analyse, à la planification et à la mise en œuvre, et ce, de manière plus délibérée et plus systématique; d'autre part, ils sont davantage axés sur les enfants, les femmes et les communautés les plus vulnérables. L'UNICEF reconnaît que la communication en faveur de l'évolution des comportements et du changement social est l'une des composantes de programmation les plus importantes pour obtenir les résultats recherchés pour les enfants, car ces résultats sont largement déterminés par l'évolution des attitudes et comportements des individus, des familles, des communautés, de la société civile et des décideurs et exigent une participation et une démarginalisation accrues.

39. L'élaboration d'interventions stratégiques et pragmatiques en matière de communication se fonde de plus en plus sur des travaux de recherche participative et d'autres formes de consultation visant à associer les communautés au processus. Au siège, les nouvelles directives de programmation, en cours de formulation, comprennent des modules de formation à la planification stratégique en matière de communication et à la participation communautaire. En outre, plusieurs études réalisées sur l'intégration de la participation communautaire, de la communication participative et des initiatives visant à atteindre les exclus et les plus défavorisés définissent l'état de l'art dans ce domaine. Les initiatives ainsi recensées et largement diffusées sont une source d'enseignements qui peuvent être adaptés à différentes situations.

40. La communication participative permet à l'UNICEF de placer les communautés au centre de leur propre développement et de renforcer leurs capacités au moyen d'approches innovantes, telles que l'évaluation fondée sur des appréciations diverses, qui articulent le développement autour du dialogue.

41. Une vaste initiative de communication, fondée sur le principe « Ce que tout adolescent a le droit de savoir », fait clairement appel à la participation des adolescents, à toutes les étapes, et prévoit pour ce faire de renforcer leurs capacités. Elle confie aux jeunes le soin de procéder à la collecte de l'information avec l'assistance de l'UNICEF et de divers experts.

La session extraordinaire consacrée aux enfants et son suivi

42. Le Forum des enfants (5-7 mai 2002) et la session extraordinaire de l'Assemblée générale consacrée aux enfants (New York, 8-10 mai 2002) ont été des modèles de participation faisant appel aux enfants et aux adultes. La session extraordinaire et ses manifestations connexes ont rassemblé des dirigeants mondiaux, des délégations nationales, des représentants de communautés et des centaines d'enfants. Pour la première fois dans l'histoire de l'Organisation des Nations Unies, des jeunes ont pris la parole à l'Assemblée générale au nom des

enfants pour présenter des idées novatrices et des solutions créatives aux problèmes de développement qui les touchent directement.

43. Les voies créées expressément pour la session extraordinaire ou en réponse à celle-ci continuent de favoriser la participation des jeunes à la communication pour le progrès. Les bureaux nationaux de l'UNICEF se sont résolument attachés à sensibiliser et à mobiliser l'opinion publique dans le cadre de la campagne intitulée « Dites oui pour les enfants », à laquelle ont pris part 95 millions de personnes en vue de créer un monde digne des enfants.

44. La communication pour le développement est aussi un moyen de plaider pour les droits de l'enfant, d'influencer l'action législative et l'opinion publique et de mobiliser des ressources en faveur des enfants. La Directrice de la communication de l'UNICEF préside actuellement le groupe de travail des Nations Unies sur la communication pour les objectifs du Millénaire pour le développement, qui coordonne les activités de communication des organisations et institutions du système des Nations Unies quant aux objectifs du Millénaire pour le développement (OMD). L'UNICEF a également apporté sa contribution, sous forme d'apports financiers et d'idées, au partenariat pour la promotion des OMD entre l'ONU, la British Broadcasting Corporation et le Ministère britannique du développement international.

Activités de communication dans les bureaux extérieurs

45. La communication regroupe des fonctions qui relèvent de deux catégories : la communication pour l'appui aux programmes et la communication pour les relations publiques. Dans le premier cas, le but recherché est avant tout d'atteindre des objectifs des programmes de pays, alors que, dans le deuxième, il s'agit de s'acquitter d'une fonction de représentation qui répond à une attente nationale, régionale et mondiale vis-à-vis de l'UNICEF.

46. La prise de conscience des différences professionnelles entre fonctionnaires chargés de la communication pour l'appui aux programmes et fonctionnaires chargés de la communication pour les relations publiques a récemment conduit à l'élaboration de nouvelles définitions d'emploi. Arrêtées et publiées en 2000, elles couvrent tous les postes de ces deux catégories dans les bureaux extérieurs de l'UNICEF, des conseillers régionaux aux assistants des bureaux de pays.

47. Depuis que ces précisions ont été apportées, les bureaux extérieurs de l'UNICEF ont pu recruter des agents possédant les compétences qu'exigent la communication participative, l'autonomisation communautaire, ainsi que la planification stratégique, la mise en œuvre et l'évaluation de la communication.

Formation et renforcement des capacités

48. Le module de formation intitulé « Communiquer pour faire évoluer et changer les comportements », mis au point et testé dans plusieurs pays depuis 1998, est désormais prêt dans sa version définitive. L'un des principaux avantages de ce processus de formation est qu'il permet aux participants d'acquérir les principes et les processus de base en matière de planification stratégique de la communication pour le développement tout en planifiant le volet communication d'un programme de pays.

49. Pour mieux appuyer le renforcement des capacités dans les régions et les pays, l'UNICEF entreprend une évaluation des capacités de communication, en commençant par cinq des sept régions où il est actif. Il pourra ainsi constituer un fichier des spécialistes de la communication auxquels les pays et les régions pourront faire appel. L'évaluation permettra aussi d'identifier les institutions à renforcer pour faciliter la formation ou d'étayer les programmes par la communication.

50. L'UNICEF a signé avec le Center for Communication Programs de l'Université Johns Hopkins un mémorandum visant à renforcer les capacités locales et régionales et à améliorer la qualité de la planification, de la mise en œuvre et de l'évaluation de la communication.

51. Les priorités stratégiques actuelles de l'UNICEF – lutte contre le VIH/sida; protection de l'enfance; développement intégré du jeune enfant; immunisation élargie; éducation des filles – sont au centre de toute la communication pour le développement. Des campagnes audiovisuelles pour l'éducation des filles et la lutte contre le VIH/sida ont été lancées au niveau mondial et des actions du même type sont en préparation pour les autres actions prioritaires.

Tendances

52. Tout d'abord, la communication est de plus en plus perçue comme faisant partie intégrante de la programmation au niveau des pays, plutôt que comme un ajout de dernière minute. Ensuite, si la communication au niveau des pays était par le passé orientée sur les activités stratégiques de sensibilisation et de mobilisation sociale, depuis quelques années on commence à comprendre que la communication pour l'appui aux programmes, c'est-à-dire la stratégie de communication qui s'adresse particulièrement aux familles, aux communautés et aux particuliers, pour favoriser une modification consciente des comportements, est aussi une activité stratégique indispensable et qu'elle doit être associée aux deux autres pour favoriser une évolution durable de la société. Par ailleurs, on fait un usage de plus en plus systématique des données des travaux de recherche dans la planification des interventions stratégiques de communication.

53. La mobilisation sociale continue d'être un moyen très largement utilisé au niveau des pays afin d'inciter les organisations de la société civile à contribuer aux objectifs de développement, et de créer un climat de changement. Les organisations non gouvernementales, les organisations religieuses et le secteur privé se sont de plus en plus mobilisés en vue de différents programmes, depuis les actions menées aux côtés de chefs religieux au Soudan jusqu'aux journées nationales de vaccination dans tous les pays où la poliomyélite sévit. D'autres organisations de la société civile, comme les universités et les associations médicales, s'engagent de plus en plus comme partenaires de l'UNICEF pour atteindre différents objectifs de développement.

Enjeux

54. Des progrès restent à faire pour toucher les exclus et gérer les situations d'urgence, deux objectifs à privilégier dans les programmes de communication. Le recours à la planification stratégique de la communication aux fins de l'éradication de la poliomyélite dans les situations de crise a toutefois permis aux pays d'adapter les méthodes en usage, créant ainsi une riche expérience à recenser et faire

connaître, pour que leurs enseignements soient pris en considération dans les directives de communication existantes.

V. Fonds des Nations Unies pour la population

55. Le Programme d'action de la Conférence internationale sur la population et le développement énonce les priorités ci-après pour les activités de plaidoyer du FNUAP en matière de communication : a) susciter un consensus autour des principes et objectifs définis dans le Programme d'action; b) promouvoir la santé et les droits génésiques; c) accorder une priorité accrue aux jeunes et aux personnes déplacées; d) tenir compte des problèmes de population dans le développement; e) plaider en faveur de l'équité entre les sexes, de l'émancipation des femmes et de la collaboration avec les hommes; et f) mobiliser des ressources à l'appui de la santé génésique et face aux problèmes de population.

56. Afin de faciliter les activités portant sur la population et le développement, la santé génésique et l'équité entre les sexes, la stratégie de communication du FNUAP vise à assurer la complémentarité entre les activités de plaidoyer et d'autres stratégies de communication qui revêtent une importance critique pour la mise en œuvre du Programme d'action et la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement. Il s'agit notamment des activités de communication, d'éducation et de mobilisation sociale et communautaire en vue de la modification des comportements, qui sont menées à trois niveaux : mondial ou interrégional, régional et national.

57. Le FNUAP, qui coparraine l'ONUSIDA, axe ses activités sur la prévention du VIH/sida. Compte tenu des problèmes particuliers que pose le VIH/sida pour les communicateurs en matière de population et de développement, le Fonds a organisé en 2001 la huitième Table ronde interinstitutions sur la communication pour le développement, en collaboration avec le Panos Institute, la Rockefeller Foundation et l'UNESCO.

58. Les activités de communication du FNUAP sont axées sur la promotion de l'équité entre les sexes et de l'émancipation des femmes. Les efforts déployés pour améliorer l'aptitude des pays à promouvoir le souci d'équité entre les sexes et à encourager l'égalité entre hommes et femmes mettent l'accent sur le rôle essentiel du plaidoyer, de l'information, des connaissances et de la sensibilisation pour améliorer la concertation et encourager les changements d'attitude et de comportement.

59. L'amélioration de la santé génésique des adolescents et des jeunes est une des priorités du FNUAP. Sachant que beaucoup des attitudes, styles de vie et préoccupations propres à l'un ou l'autre sexe s'acquièrent durant les premières années de l'adolescence, les stratégies de communication ont pour but de créer un climat propice à la santé et au développement des adolescents.

60. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication offrent une occasion supplémentaire de faire participer et de faire entendre les populations quant aux questions de population et de développement. À cet égard, les permanences téléphoniques sont de plus en plus utilisées dans le cadre des programmes de pays du FNUAP pour divers groupes d'âge. Elles le sont aussi dans les campagnes médiatiques ou en association avec les services de santé génésique.

Le FNUAP favorise également l'élaboration de messages relatifs à la Conférence internationale sur la population et le développement, convaincants et adaptés aux différentes cultures, en collaborant avec les réseaux locaux de radiodiffusion et les organisations locales qui s'occupent de la santé, de l'éducation, des jeunes et des femmes.

61. Au niveau mondial, les activités de plaidoyer continuent de viser à faire prendre conscience à la communauté internationale et aux médias internationaux de l'importance des objectifs de la Conférence pour réaliser les objectifs du Millénaire pour le développement. Elles visent en outre à aider à mobiliser des ressources pour les programmes de population et de santé génésique.

62. Les nouveaux cadres de développement accordent également une grande importance aux activités de plaidoyer liées à la Conférence et le FNUAP a exploité toutes les possibilités qui s'offraient pour veiller à ce qu'il soit tenu compte des questions de population, de santé génésique et des aspects sexospécifiques dans les politiques et plans nationaux ou sectoriels. Ses activités de plaidoyer contribuent à faire que les préoccupations de population et de santé génésique soient pleinement prises en compte dans les cadres internationaux et nationaux de développement, y compris dans les rapports nationaux sur la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement (OMD), dans les politiques et plans nationaux de réduction de la pauvreté, dans les plans sectoriels de développement, dans les bilans communs de pays et les plans-cadres des Nations Unies pour l'aide au développement, dans les appels communs en faveur des pays en conflit, ainsi que dans les situations d'urgence et d'après-conflit.

VI. Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida (ONUSIDA)

63. L'ONUSIDA tient compte de l'importance des programmes de communication pour encourager la création d'un climat sociopolitique plus propice à la prévention, au traitement et à la réduction de l'incidence du VIH/sida. Le programme de communication d'ONUSIDA poursuit deux objectifs : il appuie la mission assignée au Programme, chef de file dans la lutte contre le VIH/sida et il encourage des activités de communication visant à modifier les comportements dans le cadre des interventions de large portée et des divers services destinés à prévenir la maladie.

64. La Déclaration d'engagement sur le VIH/sida adoptée lors de la session extraordinaire de l'Assemblée générale consacrée à la maladie, en juillet 2001, souligne le rôle joué par la communication dans la prévention et le traitement du VIH/sida. L'ONUSIDA reconnaît qu'en l'absence d'une forte composante de communication, les objectifs énoncés dans la Déclaration ne pourront être effectivement réalisés.

65. La session extraordinaire a été organisée à un moment opportun et a constitué un tournant dans la campagne internationale de lutte contre l'épidémie mondiale du VIH/sida. La large publicité faite par les médias du monde entier a largement contribué au succès de cette rencontre qui, d'après le Secrétariat de l'ONU, était sans précédent pour une manifestation organisée par l'ONU. La stratégie de communication élaborée à cette occasion a innové en coordonnant les efforts de l'ensemble du système des Nations Unies et en exploitant les atouts de chacun des

partenaires. Elle a en outre servi à promouvoir l'appel lancé par le Secrétaire général et son initiative en faveur du Fonds mondial de lutte contre le sida, la tuberculose et le paludisme.

66. De plus, l'ONUSIDA a fait connaître à des publics divers les aspects critiques de l'épidémie par le biais des médias et des moyens de communication traditionnels. Le Programme réalise une gamme d'instruments et de matériels pour influencer sur les décisions de politique générale. Le rapport de 2002 sur l'épidémie mondiale du VIH/sida, les bulletins épidémiologiques annuels et plusieurs autres publications phares sont le fondement sur lequel s'appuient les efforts de communication du Programme pour appeler l'attention sur la propagation de l'épidémie.

67. Le site Web d'ONUSIDA est devenu une des principales sources d'information pour les médias et le grand public. Il a été consulté par plus d'un million d'internautes lors de rencontres importantes consacrées au VIH/sida, notamment lors de la Journée mondiale de lutte contre le sida et à l'occasion des conférences internationales et régionales à ce sujet.

68. L'ONUSIDA fournit en outre un appui aux programmes destinés à modifier les comportements, mis en œuvre aux niveaux national et mondial. Ses activités actuelles dans ce domaine sont guidées par les objectifs énoncés dans la Déclaration d'engagement, qui appelle tous les États Membres à faire en sorte que d'ici à 2005, tous les pays disposent d'une vaste gamme de programmes de prévention – y compris d'information, d'éducation et de communication – tenant compte des spécificités culturelles et disponibles dans les langues locales, qui visent à diminuer les comportements à risque, à encourager des comportements sexuels réfléchis, à réduire les dangers liés à l'usage de la drogue et à élargir l'accès aux préservatifs pour les hommes et les femmes, à des seringues propres, à la fourniture de sang non contaminé, au traitement des infections sexuellement transmissibles et à des services d'orientation et de dépistage gratuits.

69. La stratégie de communication sur le VIH/sida mise en œuvre par l'ONUSIDA a été appliquée au niveau des pays pour élaborer des stratégies nationales de programmation de la communication. Le Programme fournit un appui technique aux groupes thématiques de l'ONU et aux programmes nationaux de lutte contre le sida dans le monde entier.

70. Avec le FNUAP et l'OMS, l'ONUSIDA a en outre accueilli une consultation internationale sur la commercialisation parallèle des préservatifs et la communication, qui a rassemblé des spécialistes de ces questions afin qu'ils examinent des stratégies pour remédier au manque de préservatifs dans le monde. Les équipes interorganisations mises sur pied par l'ONUSIDA pour lutter contre la transmission du VIH/sida de la mère à l'enfant et parmi les jeunes élaborent également des stratégies de communication et de plaidoyer.

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

71. En appui à l'application de la résolution 51/172 et des recommandations énoncées lors de la Table ronde interorganisations sur la communication pour le développement, le Groupe de la communication pour le développement, établi par le Service de la vulgarisation, de l'éducation et de la communication de l'Organisation

des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), axe ses efforts sur les domaines d'action prioritaire suivants :

- a) Recensement et évaluation des besoins de communication en vue du développement agricole et rural;
- b) Application de politiques, de stratégies et d'approches de communication appropriées et utilisation de médias et de messages adaptés;
- c) Conception et mise en œuvre d'activités de formation à la communication pour renforcer les capacités nationales;
- d) Utilisation efficace des méthodes et technologies de communication en milieu rural.

72. Pendant des années, la FAO a promu et défendu le rôle de la communication dans le développement durable. Plus récemment, elle a accordé une attention particulière à l'apparition de nouveaux médias, instruments et stratégies de communication. Son groupe de la communication pour le développement mène à la fois des activités normatives et des activités sur le terrain, qui vont de la formulation de méthodes, de politiques et de stratégies à la conception, la mise en œuvre et l'évaluation de projets. L'accent est mis sur la dispense aux gouvernements de renseignements techniques relatifs à la communication dans le cadre des politiques de développement et sur la mise en place de systèmes de communication nationaux propres à appuyer les initiatives de développement. La formation aux compétences et aux méthodes de communication est également importante pour recenser les stratégies de communication efficaces et rentables intéressant des publics ou des messages particuliers.

Renforcement des capacités de communication pour le développement

73. La mise en valeur des ressources humaines grâce au renforcement des connaissances et au partage de l'information est un facteur déterminant face au problème de la sécurité alimentaire dans les pays en développement. La FAO a dispensé une formation à des radiodiffuseurs ruraux au Mali, au Burkina Faso et dans d'autres pays de l'Afrique francophone afin de les aider à élaborer des programmes qui tiennent compte des besoins d'information ruraux.

74. La FAO a une expérience et des compétences spécialisées pour appuyer les activités de renforcement des capacités ci-après :

- a) Formation des radiodiffuseurs ruraux. L'Organisation collabore avec l'Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires, qui a un réseau mondial, en vue de former les radiodiffuseurs aux techniques de reportage pour les questions d'agriculture et de sécurité alimentaire;
- b) Appui à la conception et à la mise en œuvre de stratégies nationales de communication dans divers pays africains (notamment le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Cap-Vert et la Guinée-Bissau). L'Organisation a collaboré avec des décideurs nationaux de plus de 20 pays africains afin de les aider à élaborer des stratégies et des plans d'action nationaux en matière de communication.

Radios rurales

75. La FAO continue d'accorder une importance particulière à l'utilisation des radios rurales, qui sont un des moyens de communication les plus répandus dans les pays en développement. L'Organisation a ainsi accueilli deux manifestations importantes, qui ont rassemblé des professionnels de la radio des pays du Nord et du Sud, afin qu'il échangent des idées et des données d'expérience sur la diffusion des connaissances et des informations aux fins de la promotion du développement rural et agricole : un atelier international sur la radio rurale, organisé sur le thème : « Les nouvelles technologies de l'information et de la communication au service de la radio rurale » et un atelier sur les radios en milieu rural et la sécurité alimentaire.

Technologies de l'information et de la communication

76. La FAO a mené des études en vue de recenser les stratégies de communication novatrices et d'évaluer le rôle des nouvelles TIC dans le développement rural. Le rôle que peuvent jouer ces nouvelles technologies pour améliorer la productivité agricole et la sécurité alimentaire a été exploré et exploité avec succès dans un certain nombre d'applications, notamment le Réseau virtuel de vulgarisation, de recherche et de communication (VERCON) et le Réseau d'information des agriculteurs.

77. Le Réseau virtuel VERCON vise à resserrer les liens entre les organismes de vulgarisation et de recherche agricoles – et au sein de ceux-ci – en leur permettant de préparer, d'échanger, de stocker et de saisir des informations. Un projet de réseau a été mis en œuvre par le Gouvernement égyptien, avec l'aide du programme de coopération technique de la FAO. À la suite de ce projet, des plans sont élaborés en vue de transposer cette initiative dans tous les gouvernorats du pays. Le réseau prépare actuellement d'autres propositions pour le Bhoutan, l'Ouganda et l'Inde.

78. Le Réseau d'information des agriculteurs est un réseau de ruraux qui ont recours aux outils et aux moyens de communication en vue de faciliter la production, la collecte et l'échange de connaissances et d'informations entre eux et avec les organisations intermédiaires qui travaillent avec eux. La FAO contribue à combler la fracture numérique dans les régions rurales en reliant les stations de radio locales à l'Internet et elle forme les radiodiffuseurs à la collecte et à l'adaptation des informations pour améliorer la productivité agricole et la sécurité alimentaire. Elle collabore en outre avec les pays membres et d'autres organismes des Nations Unies pour formuler des stratégies de communication nationales intégrant les technologies d'information par l'Internet et les moyens de communication traditionnels, notamment les radios rurales. Des méthodes communes d'utilisation intégrée des médias et des TIC ont été élaborées avec des organisations partenaires, telles que l'UNESCO, pour des applications destinées à combler la fracture numérique dans certaines des communautés les plus pauvres des pays en développement. Le projet de radio par l'Internet, Kothmale, mis en place par l'UNESCO et la proposition de la FAO sur le thème « Relier la radio rurale à l'Internet », même s'ils poursuivent des objectifs différents, suivent le même principe et peuvent offrir des occasions de collaboration entre les deux organisations.

Appui sur le terrain pour la lutte contre le VIH/sida

79. Le VIH/sida a d'importantes répercussions économiques et sociales pour les familles et les ménages ruraux. La maladie tue des personnes qui sont dans les années les plus productives de leur vie, décime la population active et appauvrit les ménages. La FAO considère à présent que l'épidémie du VIH/sida est un thème pertinent pour l'agriculture et la sécurité alimentaire et fait donc partie intégrante de ses activités. L'Organisation et le FNUAP mènent au Cameroun et au Mali des projets destinés à promouvoir la santé génésique et l'équité entre les sexes. Le projet du Cameroun vise à faciliter l'accès des hommes et des femmes aux services de santé. Celui du Mali a pour objectif de modifier les attitudes et les comportements des hommes à l'égard du droit des femmes à l'accès aux services de santé génésique et aux responsabilités socioéconomiques en société.

VIII. Programme des Nations Unies pour le développement

80. Le Programme des Nations Unies pour le développement a fait des technologies de l'information et des communications au service du développement l'un de ses six principaux domaines de priorité en 2000, convaincu qu'en les intégrant à la coopération et aux solutions de développement, les pays en développement et leurs partenaires parviendraient ensemble à combler de manière inédite et plus efficace le fossé économique, social et numérique actuel qui les sépare.

81. Le PNUD a choisi une approche ouverte et globale destinée à mieux maîtriser les stratégies et programmes nationaux et à les rendre plus efficaces et plus viables. Il aide actuellement les programmes et politiques dans une soixantaine de pays par son Fonds d'affectation spéciale thématique pour les TIC au service du développement qui fonctionne depuis le début de 2002. Il appuie actuellement les programmes de 15 de ces pays, en attendant d'y ajouter 16 autres dans le cadre de la rationalisation de ses objectifs stratégiques et en vue d'encourager la mobilisation des ressources et les initiatives catalytiques. Les innovations stratégiques/politiques se constatent dans des pays tels que le Mozambique où en aidant à redéfinir l'ordre des priorités, à évaluer les coûts et à adopter une approche intégrée, le PNUD a pu très vite améliorer la mobilisation des ressources et le potentiel d'exécution.

82. Les écoles, rurales notamment, sont considérées comme des pôles communautaires d'apprentissage en ligne la vie durant et de vulgarisation de TIC et des services de TIC dans les collectivités. La Fondation Coca-Cola a lancé d'abord en Malaisie, puis en Bolivie, un partenariat novateur sur « l'enseignement en ligne à vie ». Un vaste programme de téléenseignement et de formation pédagogique, d'un montant de 9,4 millions de dollars, a été lancé en Chine occidentale à la fin d'octobre en partenariat avec le Gouvernement chinois (Ministère de l'éducation) et le Département du développement international (Department for International Development du Royaume-Uni). Le PNUD s'est aussi associé à CISCO Systems pour encourager les réseaux entre les milieux universitaires des pays les moins avancés d'Afrique, d'Asie et des États arabes. En 2002, des Volontaires des Nations Unies (TIC) ont été placés dans des universités d'une vingtaine de pays en développement, pour la plupart moins avancés, sous l'égide du Service des Nations Unies pour les technologies de l'information.

83. Le programme de développement de l'information pour l'Asie et le Pacifique du PNUD a entamé en Asie une importante évaluation analytique et politique dont l'objet est de déterminer les pratiques rationnelles et les enseignements à tirer des efforts d'utilisation des TIC pour réaliser les objectifs prioritaires du Millénaire pour le développement. Un projet analogue destiné à un groupe de pays africains est en cours de formulation. Au niveau national, les objectifs de développement et ceux du Millénaire pour le développement pour lesquels les TIC peuvent avoir plus d'effet sont identifiés comme priorités à aborder au moyen des stratégies et de programmes nationaux en ligne.

84. Le PNUD s'est également attaché à aider les pays dans des situations particulièrement difficiles et d'après conflit où les TIC sont un apport précieux à la reconstruction, à la coordination de l'aide et des activités de développement national, ou le renforcement des capacités humaines de la fonction publique et à la fourniture de services publics. En Afghanistan, le PNUD a commencé à aider à la mise en place de TIC en établissant à l'Université de Kaboul un programme CISCO de formation à la mise en réseau en organisant des stages techniques en TIC et en créant aux niveaux national et provincial des centres de formation aux TIC.

IX. Programme des Nations Unies pour l'environnement

85. Le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) collabore et continuera de collaborer de plus en plus avec les institutions apparentées des Nations Unies dans le domaine des communications au service du développement. Sa devise est « L'environnement au service du développement ». Continuer à susciter dans la communauté internationale, le secteur privé et la société civile un vif intérêt pour les questions de l'environnement est une priorité du PNUE. La réalisation de cet objectif exige une stratégie de communication dynamique.

86. La stratégie de communication du PNUE est orientée par sa Division de la communication et de l'information qui complète et valorise le travail organique du PNUE par le biais de publications, de remises de prix et de manifestations telles que la Journée mondiale de l'environnement, avec l'appui de liaisons médiatiques dynamiques et au moyen de communiqués de presse sur papier ou en version vidéo, d'informations d'intérêt public et de tribunes libres sagement placées.

Notre planète

87. La revue trimestrielle du PNUE, *Notre planète*, publie des articles qui font autorité et qui sont rédigés par des sommités. C'est ainsi que l'on retrouve dans les éditions de la période considérée des articles signés par Børge Brende, Ministre norvégien de l'environnement et précédemment Président de la Commission du développement durable; Anwarul Chowdhury, Secrétaire général adjoint de l'ONU et Haut Représentant pour les pays les moins avancés, les pays en développement sans littoral et les petits États insulaires en développement, Richard G. Lugar, Président de la Commission des affaires étrangères du Sénat des États-Unis; Nelson Mandela; et S. M. la Reine Noor de Jordanie.

L'avenir de l'environnement mondial

88. La publication phare du PNUE *L'avenir de l'environnement mondial* est l'ouvrage de référence prééminent du système des Nations Unies sur l'état actuel de

l'environnement mondial et sur ses liens avec le développement durable. Il s'inspire largement des travaux d'autres organismes des Nations Unies ainsi que de ceux des centres de collaboration, des scientifiques et décideurs du monde entier, et aide ainsi à promouvoir les activités de développement du système. *L'Annuaire de 2003 sur l'avenir de l'environnement mondial* est paru en mars 2004 et son contenu a été largement diffusé dans la presse, notamment les problèmes actuels liés à la surcharge d'azote et à la baisse des ressources halieutiques. Le PNUE a, au cours de la période considérée, publié plusieurs autres rapports, tous accompagnés de communiqués de presse et dont les médias se sont faits largement l'écho.

Meilleure prise de conscience de l'environnement

89. Le PNUE continue à renforcer sa place dans les médias et à mieux faire comprendre l'importance des questions liées à l'environnement qui animent son programme. Ses communiqués de presse sont largement diffusés à travers le monde et contribuent à susciter pour ces questions le vif intérêt des grands organes de presse. Le PNUE est également associé au Television Trust for the Environment, d'expression indépendante et dont les bulletins « Earth Report » sur l'environnement et le développement sont mondialement télévisés par *BBC World* à des millions de téléspectateurs.

90. La Division de la communication et de l'information du PNUE continue de s'associer à de plus en plus de partenaires en vue de mettre la communication au service du développement, à l'aide de la presse audiovisuelle. *Ocean Wonderland*, premier film IMAX au monde sur le milieu sous-marin, a engrangé 6 millions de dollars de recettes dans les 10 mois qui ont suivi sa sortie en février 2003.

91. *Critical Assignment*, film d'action avec un message sur l'environnement, est un autre exemple qui illustre la stratégie d'alliances novatrices du PNUE avec des entreprises pour toucher de nouveaux publics par des messages essentiels sur l'environnement et le développement.

Focus on your World

92. Grâce à ses concours-photos périodiques intitulés « Focus on your World » (Regard sur le monde) et dont le premier a eu lieu en 1999, le PNUE dispose d'une photothèque grandissante d'images saisissantes sur le thème de l'environnement et du développement. Le quatrième concours de ce genre a commencé lors de la Journée mondiale de l'environnement de 2004, le 5 juin à Barcelone et simultanément dans plus de 20 villes du monde.

Internet

93. Au cours de l'année écoulée, le PNUE s'est appliqué à remanier son service Web, à en actualiser le contenu et à y ajouter le français à l'anglais pour renforcer la communication avec les gouvernements, les scientifiques, les milieux d'affaires, les enfants et le grand public.

94. Le lancement en juillet 2003 d'un site analogue basé en Europe a accru la vitesse d'accès de 400 %. Le site reçoit en moyenne plus de 6 millions de visites, soit environ 50 % de plus que l'an dernier. Avec l'aide croissante de la Division de la communication et de l'information, les divisions et les services du PNUE se

servent tous d'Internet pour informer un plus large public des questions de l'environnement et du développement.

Journée mondiale de l'environnement et autres célébrations de l'ONU

95. Le PNUE joue un rôle de pointe ou d'appui dans la diffusion d'informations sur les années et les journées commémoratives des Nations Unies. Pour l'environnement, l'événement marquant du système des Nations Unies est la Journée mondiale de l'environnement célébrée chaque année le 5 juin et qui, sous la direction du PNUE, donne lieu, de par le monde, à des rassemblements, des concerts « verts », des concours scolaires de rédactions et d'affiches et des campagnes de propreté.

96. La Journée mondiale de l'environnement de 2004 a inauguré une tendance avec le lancement à Barcelone et à San Francisco de celle de 2005. San Francisco, ville hôte, s'est déjà lancée dans un vaste programme de collecte de fonds et de sensibilisation sur le thème des villes vertes.

Prix écologiques

97. La grande cérémonie annuelle du PNUE, la remise de son prix Sasakawa de l'environnement continue à susciter un intérêt de plus en plus vif dans le monde. Celui de 2003 a été attribué en novembre à deux lauréats : Xie Zhenhua, Directeur de l'Administration chinoise de protection de l'environnement et Dener Giovanini, défenseur brésilien de l'environnement.

98. La même année, le nouveau prix annuel de l'environnement « Champions of the Earth » a été annoncé. Il sera décerné à la fin de 2004 à six ardents défenseurs et dirigeants écologiques, représentant chacun une région du monde.

Soutien à l'Afrique

99. Le PNUE a apporté un soutien technique et communicationnel à l'initiative écologique du NEPAD, plan d'action cohérent visant à résoudre les problèmes environnementaux du continent dans le cadre de la lutte contre la pauvreté et de la promotion du développement socioéconomique.

Renforcement des capacités des médias

100. Pour augmenter la qualité et la quantité des reportages consacrés par les médias à l'environnement et au développement, le PNUE s'emploie à renforcer les capacités des journalistes des pays en développement et en transition. À l'intention de 30 journalistes de 19 pays d'Afrique, un atelier sur le reportage écologique a été organisé en décembre 2003 à Addis-Abeba simultanément avec la Conférence panafricaine sur la mise en œuvre des initiatives et le partenariat dans le domaine des ressources en eau. À la même fin, des ateliers analogues ont été organisés à l'intention des journalistes dans d'autres régions.

Participation de la société civile

101. Ces dernières années ont vu s'approfondir les consultations et la réflexion solidaire sur les modalités de renforcement de la coopération entre le PNUE et la société civile face aux problèmes de l'environnement et du développement durable au XXI^e siècle. La stratégie du PNUE visant à associer de plus près la société civile

à ses activités repose sur trois piliers interdépendants : échange d'informations, participation aux programmes et participation aux décisions.

102. Au PNUE, le nouveau service des mandants et des grands groupes étend à tous les grands groupes définis dans Action 21 la gamme des acteurs qui participent avec lui à l'élaboration des politiques.

Les femmes et l'environnement

103. Le PNUE s'est employé en 2003 et 2004 à associer davantage les femmes au développement durable en élaborant un manuel d'orientation et en organisant des ateliers à cet égard. Habilitier les femmes en leur offrant l'accès aux ressources naturelles vitales et en leur en donnant la maîtrise est un aspect majeur de la lutte contre la pauvreté et du développement durable. En juin et juillet 2003 en Côte d'Ivoire et au Tchad, plus de 150 femmes ont participé à deux ateliers qui ont examiné le rôle des femmes pour lutter contre la pauvreté en gérant la biodiversité. La nouvelle publication du PNUE *Women and the Environment*, lancée en mai 2004 lors de la troisième session du Forum permanent sur les questions autochtones, préconise que soit plus largement reconnu le rôle des femmes dans l'écologie et dans l'élimination de la pauvreté.

Campagne pour un monde propre

104. Le PNUE a également étoffé sa Campagne pour un monde propre, l'un de ses succès les plus éclatants avec la société civile. Lancée en 1993 avec un capital d'amorçage du PNUE et la mission de promouvoir et d'encourager une action écologique mondiale positive, cette campagne est devenue l'un des plus vastes projets communautaires mondiaux de protection de l'environnement au point d'inspirer environ 40 millions de participants de plus d'une centaine de pays à assurer l'hygiène et la protection de leur milieu ambiant chaque année.

Enfance et jeunesse

105. Les enfants et les jeunes sont un autre grand groupe avec lequel le PNUE entretient des relations de longue date. Lancée en 2003 et approuvée à l'unanimité par son conseil d'administration, sa nouvelle stratégie dite « Tunza » en faveur de l'enfance et de la jeunesse vise à renforcer les activités du PNUE pour que ce grand groupe de consommateurs – dont les choix de vie influenceront sur le développement durable dans les années à venir – ait son mot à dire dans les décisions et les moyens de s'aider et d'aider les membres de sa communauté à améliorer l'environnement dans le monde.

Sport et environnement

106. Le PNUE travaille dans le domaine des sports et de l'environnement depuis qu'en 1994 il a signé un accord de coopération avec le Comité international olympique (CIO), qui, la même année, allait faire de l'environnement le troisième pilier de l'olympisme à côté du sport et de la culture. Depuis lors, la viabilité écologique a pris de l'ampleur au point de constituer la pierre angulaire de toute procédure d'adjudication du site des Jeux olympiques à un pays donné. Le PNUE collabore également avec d'autres organismes des Nations Unies au sein de l'Équipe de travail interinstitutions des Nations Unies sur le sport au service du développement et de la paix.

107. L'un des grands partenaires du PNUE dans la promotion des sports propices à l'environnement est la Global Sports Alliance qui, basée au Japon, parraine le Forum mondial pour le sport et l'environnement. Plus de 200 participants – athlètes, fédérations sportives, fabricants d'articles de sport et ONG – se sont penchés sur les questions de la viabilité écologique lors du deuxième Forum mondial pour le sport et l'environnement, à Tokyo en novembre 2003.

X. Conclusions et recommandations

108. Les conclusions et recommandations sont les suivantes :

a) **La communication au service du développement est primordiale pour le succès de toutes entreprises de développement et doit donc être mieux intégrée dans la planification économique et sociale;**

b) **Cela demande que des ressources plus importantes soient réaffectées à des programmes de communication plus efficaces, et qu'au niveau national les investissements consacrés au renforcement des capacités, à l'information et à la recherche au niveau national soient accrus;**

c) **Le système des Nations Unies et les mécanismes tels que les tables rondes interinstitutions sur la communication pour le développement ont quelque peu réussi à adopter une approche et des mesures intégrées dans ce domaine. Ce succès appelle un renforcement des synergies entre l'ensemble des partenaires internationaux et nationaux, y compris les pouvoirs publics, les ONG, les donateurs, le secteur privé et les responsables communautaires;**

d) **Les technologies de l'information et des communications sont devenues partie intégrante du processus de développement. Les pays en développement et leurs partenaires devraient redoubler d'efforts pour combler de manière plus novatrice et efficace le fossé numérique actuel qui les sépare en exerçant une plus grande maîtrise sur les programmes nationaux et en faisant en sorte que les programmes et stratégies connexes soient plus efficaces et plus viables.**