



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

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

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

联合国教育、
科学及文化组织

Report by the Director-General on the execution of the programme (34 C/5) (01 January - 30 June 2008)

Public Information

Part II.C – Programme-related services

Paragraphe 10312

Chapter 3 – Public information

Regular budget: Activities (rounded to \$ thousand)	
Planned: \$ 2,566,000	Actual: \$ 629,000

34 C/5 Expected Results	Achievements	Challenges/ Lessons Learnt	Cost-Effectiveness	Sustainability (Indicators or Measures)	Recommendations by the Executive Board
<p>Élaboration et mise en œuvre d'un plan de communication global visant à promouvoir les thèmes prioritaires de l'UNESCO et concordant avec les priorités du programme.</p>	<p>Plan de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 203 événements du plan de communication ont eu lieu dans le 1^{er} semestre et 73 ont bénéficié d'actions de BPI (communiqués de presse, avis au média, reportages photos, in focus Web) - Au total, 318 événements ont été intégrés pour l'année 2008. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le plan de communication lancé dans une phase expérimentale en 2007 est maintenant devenu une pratique établie au sein du Secrétariat avec la participation active de tous les Secteurs. • La mise en place progressive d'un nouvel outil informatique (NICE) permettra d'intégrer tous les systèmes existants ayant trait aux événements et à leur programmation, mise en œuvre et évaluation. 	<p>Cet outil qui devrait être disponible en production dès 2009 évitera la duplication des informations pour nos différents supports et une économie de ressources nécessaires.</p>	<p>La mise en place d'un plan de communication comportant une meilleure planification, coordination et mesure de l'impact de nos activités permet de mieux anticiper, programmer et organiser les activités à venir.</p>	
<p>Poursuite du développement du portail unesco.org (dans les six langues de travail de la Conférence générale, au moins pour les documents de base), reconnu par les usagers comme outil efficace d'information et de partage des connaissances dans les domaines de compétence de l'Organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Increase in the content available on the web portal in the six working languages • The average monthly page views on the portal were over 6.7 million, representing a ten percent increase from 2007 + 900 000 UNESDOC documents viewed by month. • User testing completed on the portal with a series of improvements recommended for the user interface. 	<ul style="list-style-type: none"> • Need to coordinate content to ensure its relevance to the audience in the geographic/linguistic area concerned. 	<p>Funds were decentralized to field units for local translation in order to save costs.</p>	<p>Dependent on human and financial resources available for translation and putting texts online.</p> <p>Technical platform needs to be consolidated in order to sustain increase in content production.</p>	
<p>Élaboration et diffusion de l'information destinée aux médias.</p>	<p><u>Presse écrite</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • To July 16, 62 press releases and 46 media advisories sent to the press worldwide; 84,657 articles in which UNESCO is featured, monitored in newspapers, magazines and online information sites around the world (50, 501 in Europe, 17,846 in North America). Some highlights: BBC programme on UNESCO's Goodwill Ambassadors aired in May; programme on intangible cultural heritage aired during prime time on <i>France Inter</i> in July; DG op-ed on aid to education published in <i>Le Figaro</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Information needs to be timely and relevant to target audience. 	<p>A news-based approach to public information is extremely cost-effective. BPI does not have the resources necessary for major public awareness or advertising campaigns.</p>		

	<p>and the <i>South China Morning Post</i> in July; press briefing on Axum organized in May and attended by over 30 French journalists and Paris-based correspondents; workshop organized with the Portuguese delegation and National Commission for a group of key Portuguese journalists in June.</p> <p><u>Audiovisuel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Production et distribution d'un DVD institutionnel en 6 langues sur l'UNESCO. Production terminée. Distribution en cours. • 10 vidéo courtes sans commentaire illustrant les grandes activités des derniers mois ont été produites et distribuées. Ces vidéos sont en ligne sur le web. • Une vidéo avec commentaire sur la convention sur le patrimoine subaquatique a été produite. • Une enquête d'impact dans les média audiovisuels de 16 états membres a été menée du début juin à mi juillet 2008. Les premiers résultats parcellaires montrent que : <ul style="list-style-type: none"> - Les chaînes Al Arabiya et Al Jazeera ont consacré respectivement 2 et 22 sujets à l'UNESCO. - La BBC (toutes chaînes confondues) a consacré pendant la période 100 sujets à l'UNESCO. - CCTV (Chine) a consacré 73 séquences à l'UNESCO. - CNN a consacré 16 sujets à l'UNESCO. - CUBAVISION a consacré 57 sujets à l'UNESCO. Ces résultats encore parcellaires feront l'objet d'une étude approfondie. • Depuis le début du biennium BPI/AUD a distribué des photos à 802 journalistes, responsables de sites web et de publications diverses souhaitant illustrer les activités de l'UNESCO 	<ul style="list-style-type: none"> • Le multilinguisme en vidéo prends beaucoup de temps et est coûteux surtout lorsqu'il s'agit de vidéos ou de légendes ou site web de photos dans des alphabets non latins. <u>Une attention spéciale doit être portée au contrôle de la qualité.</u> • Les résultats complets de l'enquête d'impact menée du 5 juin au 16 juillet 2008 dans 16 états membres feront l'objet d'une étude approfondie qui sera largement distribuée dans le secrétariat. Les premiers résultats de l'enquête montrent que l'UNESCO est de plus en plus perçu, par la presse audiovisuelle, comme une agence des Nations Unies spécialisées dans la culture. Malgré des efforts de communication les activités de l'UNESCO dans le domaine de l'éducation sont très peu couvertes par la presse audiovisuelle. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les distributions par DVD sont coûteuses (main d'œuvre + poste). - Les distributions de vidéo professionnelles par satellite mobilisent du personnel de jour comme de nuit. <p>L'UNESCO a besoin d'une plate-forme de téléchargement automatique de ses vidéos et ses photos.</p>	<p>Il manque au moins 1 poste à l'Unité photo et 2 postes au studio vidéo, même si l'on tient compte que AUD est essentiellement une structure qui se veut légère gérant un maximum de contractants ponctuels.</p>	
<p>Réalisation du programme de publications de l'Organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 26 titres des Editions de l'UNESCO (livres, périodiques, cédéroms) dans les langues officielles, en particulier : 	<ul style="list-style-type: none"> • The new Publications and Distribution policy which is outlined in the DG's blue note of 25 June 2008 places new 			

	<p>12 titres ont été publiés en anglais 7 titres ont été publiés en français 4 titres ont été publiés en espagnol 3 titres ont été publiés en plusieurs langues</p> <ul style="list-style-type: none"> • 8 contrats de coédition dans les langues officielles de l'Organisation ont été négociés. • 6 contrats de cessions de droits pour des publications dans des langues non officielles ont été négociés • 41 autorisations de reproduction d'extraits d'ouvrages dont les droits appartiennent à l'UNESCO ont été accordées. • Plus de 350 recensions et échos concernant les ouvrages publiés par les Éditions UNESCO ont été obtenus, dans la presse et sur des sites spécialisés. This is more than double the figure for the same period in 2005. 	<p>responsibilities on the Organization to include all types of media and to apply high standards of quality control for all types of publications, for sale and for free distribution.</p> <ul style="list-style-type: none"> • The challenge for the first part of 2008 was to bring together a cross section of the Organization to agree on points for revision of the Administrative Manual and provide inputs for the Publication Plan and new guidelines for publications. • The Publications Plan for the 2007-2008 biennium has gathered a vast amount of information on publication projects from sectors, field offices and Institutes. The plan will allow for the monitoring of distribution policies and the evaluation of impact for example through reader surveys. 			
<p>Diffusion de 10 numéros par an de l'édition en ligne du <i>Courrier de l'UNESCO</i> dans les six langues de travail de la Conférence générale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Done, including a remarkable special issue dedicated to Claude Levi-Strauss in honour of his 100th year, published online in June. Since the beginning of this year, visitors to the Courier web site have read a total of 505,039 pages. Most readers access the site directly via internet search engines, links to the Courier posted on other web sites and through UNESCO's home page. • A total of almost 34,000 readers have subscribed to the webzine – 19,000 in the past year alone, during which a concerted effort has been made to improve content and regularity of publication. The clear majority of these subscribers are readers of the English, French and Spanish versions. 	<ul style="list-style-type: none"> • There is a clear need for increased promotional activities to attract more readers, especially for the Russian, Chinese and Arabic versions. There is also a need to enrich the content, but this requires more resources than are available. 	<p>A significant effort has been made to reduce and share costs, but the product remains very expensive to produce given the relatively small number of actual subscribers, especially for the Arabic, Chinese and Russian versions. The Russian version, for example, has only 781 subscribers, the Arabic 818 and the Chinese, just over 1,000.</p>	<p>Sustainable only if we can share production costs or with an increase in BPI's financial resources.</p>	
<p>Organisation du programme de manifestations culturelles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ont été organisées au Siège de l'UNESCO : <ul style="list-style-type: none"> - 33 expositions - 38 mmanifestations culturelles (concerts, spectacles, films défilés de mode) 				

<p>Fourniture de services d'information du public dans les États membres.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation d'un séminaire au Siège pour journalistes portugais sur les priorités de l'Organisation, en collaboration avec la Commission Nationale portugaise. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'initiative a été jugée très positive par les participants et par les responsables de la Com. Nat qui ont ainsi pu établir également des relations avec leur presse nationale. 	<p>Le coût du déplacement des journalistes a été pris en charge par la Com.Nat.</p>	<p>Pendant le séminaire, une session d'information a été consacrée aux sources d'information offertes aux journalistes pour qu'ils continuent à suivre l'activité de l'Organisation.</p>	
<p>Développement et intensification de la communication interne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • About 50 UNESCOCOMMUNICATION Newsletters have been addressed. • 17 'Minutes Meetings' have been organised. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internal communication was developed and intensified in particular through a special initiative on the theme of "UNESCO and knowledge-sharing". A one-month cycle of "60 Minutes" meetings and a publication in English and French on this theme involved colleagues from all Sectors, Central Services and from some Institutes. 			
<p>Évaluation de l'impact des partenariats sur l'image et la visibilité de l'UNESCO.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 165 requests for UNESCO's patronage were received by the Secretariat from civil society organizations. • 89 patronages have been already granted. More than 40% of cases pertain to the Culture Sector. Processing delays were significantly shortened: 90% of the requests were processed within less than three months, 26% within less than one month. 	<ul style="list-style-type: none"> • A standardized, logframe-based method for specifying visibility objectives, target audiences, expected results, and indicators has been tested in connection with UNESCO's Communication Plan and will be also applied for the Publications and Distribution Plan. Although this has become a standard obligation related to receiving UNESCO's patronage, only very few impact evaluations were provided to UNESCO. New standard clauses have been introduced into partnership agreements, whereby partners have a responsibility to plan communication activities and to report in their impact. Processing delays for patronage requests can be further shortened through appropriate interactive software. 			
<p>Protection, aux niveaux mondial et national, de l'utilisation appropriée du nom, du sigle et de l'emblème de l'UNESCO ainsi que de ses noms de domaine Internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Intergovernmental programmes make systematic use of linked logos, associating UNESCO's logo with their specific ones. The relevant directives of the Intangible Cultural Heritage Convention make explicit reference to UNESCO's Directives. 	<ul style="list-style-type: none"> • In implementing the relevant Directives and DG/Note a UNESCO Brand Toolkit and an Administrative Circular are being finalized. A core challenge for their application is the further 			

• The World Heritage Committee has, at its last session in July 2008, launched a working group for reviewing relevant branding directives, in order to harmonize them with UNESCO's.

harmonization with specific graphic identities of intergovernmental programmes and conventions. Specific graphic standards remain to be elaborated for publications.