

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

23 maart 2018

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

**betreffende het gebruik van sociale media in
digitale diplomatie**

(ingediend door de heer Peter Luykx)

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

23 mars 2018

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

**concernant l'utilisation des médias sociaux
dans le domaine de la diplomatie numérique**

(déposée par M. Peter Luykx)

N-VA	:	Nieuw-Vlaamse Alliantie
PS	:	Parti Socialiste
MR	:	Mouvement Réformateur
CD&V	:	Christen-Democratisch en Vlaams
Open Vld	:	Open Vlaamse liberalen en democraten
sp.a	:	socialistische partij anders
Ecolo-Groen	:	Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
cdH	:	centre démocrate Humaniste
VB	:	Vlaams Belang
PTB-GO!	:	Parti du Travail de Belgique – Gauche d'Ouverture
DéFI	:	Démocrate Fédéraliste Indépendant
PP	:	Parti Populaire
Vuye&Wouters	:	Vuye&Wouters

Afkortingen bij de nummering van de publicaties:

DOC 54 0000/000: Parlementair document van de 54^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
 QRVA: Schriftelijke Vragen en Antwoorden
 CRIV: Voorlopige versie van het Integraal Verslag
 CRABV: Beknopt Verslag
 CRIV: Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)

PLEN: Plenum
 COM: Commissievergadering
 MOT: Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

Abréviations dans la numérotation des publications:

DOC 54 0000/000: Document parlementaire de la 54^e législature, suivi du n° de base et du n° consécutif
 QRVA: Questions et Réponses écrites
 CRIV: Version Provisoire du Compte Rendu intégral
 CRABV: Compte Rendu Analytique
 CRIV: Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)

PLEN: Séance plénière
 COM: Réunion de commission
 MOT: Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

Bestellingen:
 Natieplein 2
 1008 Brussel
 Tel.: 02/ 549 81 60
 Fax: 02/549 82 74
 www.dekamer.be
 e-mail: publicaties@dekamer.be

De publicaties worden uitsluitend gedrukt op FSC gecertificeerd papier

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

Commandes:
 Place de la Nation 2
 1008 Bruxelles
 Tél.: 02/ 549 81 60
 Fax: 02/549 82 74
 www.lachambre.be
 courriel: publications@lachambre.be

Les publications sont imprimées exclusivement sur du papier certifié FSC

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Socialemediaplatformen hebben de manier waarop mensen met elkaar communiceren gerevolutioneerd. Door hun laagdrempelig karakter zijn ze voor de bevolking een primaire reflex geworden, zowel bij het documenteren van de kleine en grote gebeurtenissen in hun leven, als als een invloedrijke bron voor nieuws en informatie, alsook als het platform van hun politieke, sociale en culturele participatie.

Buitenlandse zaken en sociale media

Door de voortdurende technologische vooruitgang spelen sociale media een steeds belangrijkere rol in het beleidsinstrumentarium van de overheid. Zo ook bij buitenlandse betrekkingen: het gebruik van digitale platformen versterkt de nationale boodschap en draagt bij tot het correct in beeld brengen van het land, haar instellingen, beleid en troeven. Het stimuleert het contact met expats en creëert mogelijkheden voor snelle informatieverstrekking aan burgers in het buitenland.

De afgelopen jaren hebben ministeries van buitenlandse zaken wereldwijd geïnvesteerd in socialemediaplatformen en experimenteren ze volop met hun mogelijkheden in steeds meer onderdelen van hun beleid. Al deze vernieuwingen worden gevat onder modewoorden als digitale, cyber-, twitter-, of e-diplomatie. Voor de auteurs van deze resolutie zijn ze echter gewoon onderdeel van het voortdurende veranderende DNA van de diplomatie: de basisfunctie blijft immers gelijk, namelijk de belangen van het land met de beste middelen verdedigen. Cyberdiplomatie vervangt de traditionele face-to-face diplomatie niet, maar complementeert ze. De digitale dimensie is een nieuw medium dat, indien correct geïmplementeerd, enorme mogelijkheden biedt om de ambities van buitenlands beleid te bereiken.

Het gemak van toegang tot sociale media in vergelijking met andere methoden maken het in tijden van budgettaire schaarste een interessante keuzemogelijkheid om meer dynamische *content* te creëren en de jongere generaties te bereiken. Drie voorname gebruiksmogelijkheden kunnen door digitale diplomatie versterkt worden: de publieke diplomatie, de consulaire dienstverlening en crisiscommunicatie.

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les médias sociaux ont révolutionné la communication entre les humains. Grâce à leur facilité d'accès, l'utilisation de ces médias est en effet devenue un réflexe primaire pour la population: ces médias permettent de documenter les petits et les grands événements de la vie quotidienne; ils sont une source influente de nouvelles et d'informations; et il s'agit aussi de plates-formes de participation politique, sociale et culturelle.

Affaires étrangères et médias sociaux

Les progrès technologiques continus ont pour conséquence que les médias sociaux sont un outil de plus en plus important de l'arsenal politique dont disposent les autorités publiques, y compris dans le domaine des relations extérieures. En effet, l'utilisation des plates-formes numériques renforce le message national et contribue à une bonne présentation du pays, de ses institutions, de ses politiques et de ses atouts. Elle favorise le contact avec les expatriés et crée des canaux d'information rapide pour les citoyens à l'étranger.

Ces dernières années, les ministères des Affaires étrangères du monde entier ont investi dans les médias sociaux et largement exploité leur potentiel dans un nombre croissant de domaines de la politique. Toutes ces innovations sont désignées à l'aide de mots à la mode: diplomatie numérique, cyberdiplomatie, diplomatie sur Twitter ou encore e-diplomatie. Nous estimons quant à nous que ces innovations font partie intégrante du patrimoine génétique, en mutation constante, de la diplomatie, dont la fonction fondamentale reste cependant inchangée: défendre les intérêts nationaux avec les meilleurs outils. La cyberdiplomatie ne remplacera pas la diplomatie traditionnelle en tête-à-tête mais elle peut la compléter. Les outils numériques sont de nouveaux outils qui, lorsqu'ils sont bien utilisés, offrent d'énormes possibilités d'atteindre les objectifs fixés en matière de politique étrangère.

La facilité d'accès des médias sociaux en fait une alternative intéressante par rapport à d'autres canaux de communication en période de pénurie budgétaire en permettant de créer des contenus plus dynamiques et d'atteindre les jeunes générations. La diplomatie numérique permet de renforcer trois fonctions essentielles: la diplomatie publique, les services consulaires et la communication de crise.

Sociale media als beleidsinstrument

Versterkte aanwezigheid van ons diplomatieke corps op digitale platformen maakt het mogelijk nationale regionale en internationale gebeurtenissen van nabij op te volgen, informatie te verzamelen, belangrijke beïnvloeders te identificeren en het diplomatiek netwerk te vergroten. Door het proactief beheren van beeld en reputatie (beeldvoeren) kan de diplomatie ze de verwezenlijkingen van het eigen land in de kijker zetten en beleidskeuzes verdedigen. De boodschap kan worden afgestemd op de interesses en unieke eigenschappen van het lokaal publiek om de acceptatie te bevorderen. Het maximaliseren van het potentieel aan digitale diplomatie kan niet enkel een krachtige politieke impact hebben, ook het participatieve potentieel van sociale media is enorm. Goed gebruik van sociale media plaatst de diplomaat in het midden van het debat. Hierdoor wordt een band tussen overheid en burger gecreëerd of kan in dialoog worden getreden met de inwoners van de gastlanden, die anders nooit een diplomatieke post zouden betreden.

Vanuit centrale of specifieke accounts kunnen consulaire medewerkers in realtime relevante vragen beantwoorden en potentiële probleemmeldingen monitoren. Met een 24/7-onlinehelpdesk kan er in deze volatiele tijden meer ingezet worden op actieve informatieverstrekking en hulpverlening bij aanslagen, rampen of politieke onrust aan landgenoten in het buitenland. Concrete tips, info of zelfs een luisterend oor kan landgenoten in nood al een heel eind verder helpen.

Bijblijven vereist constante innovatie van de staten en de digitale competitie neemt hand over hand toe. Grote internationale en regionale spelers hebben een gevestigde digitale aanwezigheid, tonen grote betrokkenheid met het publiek en ontwikkelden de nodige expertise in het online bereiken van doelen.

FOD Buitenlandse Zaken op sociale media

Ook bij ons was er een merkbare verhoogde inzet van de FOD Buitenlandse Zaken op sociale media. Zo werden het hoofdbestuur en het diplomatiek netwerk versterkt met bijkomende accounts op Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, blogs, onlinenieuwsbrieven ... en wordt er geëxperimenteerd met Yammer om het sociaal contact tussen personeelsleden te stimuleren. Een internationaal consultancybureau voor communicatie werd ingeschakeld om de onlinestrategie helpen vorm te geven. De dienst Pers en Communicatie van het departement werkt nauw samen met het Nederlands

Les médias sociaux comme instrument politique

La présence renforcée de notre corps diplomatique sur les plateformes numériques permet de suivre de près les événements nationaux, régionaux et internationaux, de recueillir des informations, d'identifier les principaux influenceurs et d'élargir le réseau diplomatique. En gérant de manière proactive l'image et la réputation (gestion de l'image), la diplomatie peut mettre en lumière les réalisations de son pays et défendre ses choix politiques. Le message peut être adapté aux intérêts et aux spécificités du public local afin de favoriser l'acceptation. La maximisation du potentiel de la diplomatie numérique n'a pas seulement un impact politique puissant, le potentiel participatif des médias sociaux est lui aussi énorme. Le bon usage des médias sociaux place le diplomate au centre du débat. Cela crée un lien entre les autorités et le citoyen ou permet de dialoguer avec les résidents des pays d'accueil, qui autrement ne seraient jamais entrés dans un poste diplomatique.

À partir de comptes centraux ou spécifiques, le personnel consulaire peut répondre aux questions pertinentes en temps réel et analyser les éventuelles notifications de problèmes. En ces temps de volatilité, un service d'assistance en ligne accessible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 peut être utilisé pour fournir aux compatriotes à l'étranger des informations et une assistance plus actives en cas d'attentats, de catastrophes ou de troubles politiques. Des conseils concrets, des informations ou même une oreille attentive peuvent être d'un grand secours pour les compatriotes en détresse.

Rester dans le coup requiert des États qu'ils innover constamment et la compétition numérique ne cesse de s'intensifier. Les grands acteurs internationaux et régionaux ont une présence numérique bien établie, font preuve d'un grand engagement envers le public et ont développé l'expertise nécessaire pour atteindre leurs objectifs en ligne.

Le SPF Affaires étrangères dans les médias sociaux

Chez nous aussi on observe une utilisation sensiblement accrue des médias sociaux par le SPF Affaires étrangères. L'administration centrale et le réseau diplomatique ont ainsi été renforcés par l'adjonction de comptes supplémentaires sur Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, de blogs, de bulletins d'information en ligne... et Yammer est expérimenté pour stimuler les contacts sociaux entre les membres du personnel. Un cabinet international de conseil en communication a été sollicité pour contribuer à l'élaboration de la stratégie en ligne. Le département Presse et Communication du

Instituut voor Internationale Betrekkingen Clingendael en met het Finse ministerie van Buitenlandse Zaken rond het thema *Diplomacy in the Digital Age*. De FOD tracht de posten te stimuleren en te ondersteunen door het aanbieden van technische en praktische ondersteuning bij het uitbouwen van socialemedia-accounts. Specifieke richtlijnen rond sociale media en contacten met de pers werden ontwikkeld, en een breder scala aan bronmateriaal wordt centraal aangereikt.

Er is er nog ruimte voor verbetering. De *Digital Diplomacy Review*, dat een rangschikking maakt van de ministeries van buitenlandse zaken overal ter wereld rangschikte ons land in 2016 maar op de 60^{ste} plaats van de 209 landen, voor 2017 was dit slechts de 70^{ste} plaats, onder Kosovo en boven Jordanië. Onze directe buurlanden staan allen stevig in de top 10 van meest vooruitstrevende spelers. Dit is echter maar één bron, en ook al kunnen er vragen gesteld worden over de gevolgde methodologie, een bijkomende inspanning door Buitenlandse Zaken is zeker onontbeerlijk.

Naar de toekomst

Op sociale media gebeurt steeds meer in realtime: mensen willen live toegang tot informatie en nieuws hebben. Maar mensen willen ook direct toegang hebben tot informatie, ze wachten niet meer tot journalisten het gefilterd of geframed hebben en wenden zich rechtstreeks tot de bron. Ook de informatie zelf wordt door de snel evoluerende technologie ook alsmaar rijker.

Naar de toekomst is een gecoördineerde coherente aanpak met een stevige onderliggende architectuur een absolute must om te voldoen aan deze verzuchtingen. Duidelijke richtlijnen moeten eigenheid en variatie in de communicatie mogelijk maken, maar vooral de belangrijke boodschappen met een hogere frequentie bij een breder publiek laten aankomen. Identificatie van de doelgroep en aangepast taalgebruik zijn hierbij elementair. Een groter aantal interactieve websites voor ambassades, socialemedia-accounts voor alle diplomatieke posten is een basisvereiste. Ons diplomatiek personeel moet met de opdracht te experimenteren, de juiste instrumenten, kennis en ondersteuning krijgen, om tot een sterk responsieve online-aanwezigheid te komen. Live streaming van evenementen, betere coördinatie met regionale handelsagentschappen, agendering voor *flying consuls*,...

département travaille en étroite collaboration avec l'Institut néerlandais des Affaires internationales *Clingendael* et le ministère finlandais des Affaires étrangères sur le thème de la diplomatie à l'ère numérique. Le SPF cherche à stimuler et soutenir les postes en offrant un soutien technique et pratique dans le développement des comptes des médias sociaux. Des directives spécifiques sur les médias sociaux et les contacts avec la presse ont été élaborées, et une gamme plus large de documents de référence est fournie au niveau central.

Il est toutefois possible de faire nettement mieux. Le *Digital Diplomacy Review*, qui établit un classement des ministères des Affaires étrangères à travers le monde n'a classé notre pays qu'à la 60^e place sur 209 pays en 2016 et seulement à la 70^e place en 2017, après le Kosovo et avant la Jordanie. Nos voisins directs sont tous solidement ancrés dans le top 10 des acteurs les plus à la pointe. Ce classement n'est certes qu'une source parmi tant d'autres et on peut ici aussi s'interroger sur la méthodologie adoptée. Toutefois, il est évident que les Affaires étrangères doivent faire des efforts supplémentaires.

À l'avenir

Les activités des médias sociaux se déroulent de plus en plus souvent en temps réel: les gens veulent avoir accès à l'information et aux actualités en direct. Mais ils veulent également avoir directement accès à l'information, ils n'attendent plus que les journalistes l'aient filtrée et traitée et ils vont directement se servir à la source. Grâce à l'évolution rapide de la technologie, l'information même devient elle-aussi de plus en plus riche.

À l'avenir, il sera absolument nécessaire d'adopter une approche coordonnée cohérente dotée d'une architecture sous-jacente solide afin de satisfaire ces ambitions. Des directives claires doivent permettre de garantir la spécificité et la variété de la communication, mais surtout une diffusion des messages importants à une fréquence accrue de sorte qu'ils touchent un plus large public. Il est élémentaire à cet égard d'identifier le groupe cible et d'utiliser un langage adapté. Il convient en premier lieu de développer davantage de sites web interactifs pour les ambassades, ainsi que d'ouvrir des comptes sur les médias sociaux pour tous les postes diplomatiques. Notre personnel diplomatique doit, pour expérimenter cette nouvelle mission, avoir accès aux outils, aux connaissances et à un soutien adéquats pour aboutir à une présence en ligne forte et réactive. Diffuser en direct sur internet certains événements, assurer une meilleure coordination avec des agences régionales pour le commerce, gérer les calendriers des consuls volants, etc.

Sociale media moeten een essentieel worden in het instrumentarium van de moderne diplomaat. Het is de hoop van de auteurs van deze resolutie dat de FOD Buitenlandse Zaken verder bouwt aan een kritische cyberdiplomatie door haar digitale voetafdruk te vergroten op sociale media. Dit door een duidelijke strategie voor sociale media te ontwikkelen, die openingen laat voor innovatie en experimenteren, maar ook aantrekkelijk en gezaghebbende content produceert voor haar volgers. Deze strategie moet passen in een groter algemeen digitaal transformatieplan waarbij steeds meer consulaire diensten online geplaatst worden.

Peter LUYKX (N-VA)

Les médias sociaux doivent devenir un des principaux éléments de l'arsenal du diplomate moderne. Nous espérons que le SPF Affaires étrangères continuera de développer une cyberdiplomatie critique en renforçant son empreinte numérique sur les médias sociaux. Il faut pour cela qu'il développe une stratégie claire pour les médias sociaux, qui autorise l'innovation et l'expérimentation, mais qui permette également de produire du contenu attrayant et fiable à l'intention de ses données. Cette stratégie doit s'intégrer dans un plus grand plan de transformation numérique global, l'objectif étant que de plus en plus de services consulaires aient une présence en ligne.

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

DE KAMER VAN VOLKSVERTEGENWOORDIGERS,

A. gelet het groeiende belang van digitale technologie en sociale media bij de ontplooiing van diplomatieke activiteiten wereldwijd, het principe onderschrijvend dat als we het digitale debat niet opnemen, we ons argument verliezen;

B. stipt aan dat naast centrale accounts in beheer van de FOD Buitenlandse Zaken, 73 posten van onze diplomatieke posten beschikken over een eigen Facebook- en 16 over een Twitteraccount;

C. neemt akte van het antwoord van minister Reynders op de schriftelijke vraag van Kamerlid Peter Luykx van 23 februari 2016 (54/068) dat getuigt van het belang dat de regering hecht aan gebruik van sociale media door haar diplomatieke posten, die ze actief aanspoort deze aan te wenden;

D. verwijst naar de site *Focus on Belgium* dat met de operationele doelstelling “het op een positieve manier onder de aandacht brengen van België en zijn beleid”, opgenomen in de bestuursovereenkomst (2016-2018) van de FOD Buitenlandse Zaken;

E. merkt op dat momenteel een redactieteam voor *Focus on Belgium* actief is voor de selectie en redactie van nieuwe items, die gebruikt kunnen worden door de diplomatieke posten;

F. stelt vast dat de diplomatieke posten veel autonomie genieten in het bepalen of, waar, hoe en hoe vaak ze actief zijn. De FOD Buitenlandse Zaken treedt louter ondersteunend op. De samenhang is duidelijk zoek en de frequentie wordt overgelaten aan de inzet en het vermogen van het lokale personeel;

G. is er zich van bewust dat versnippering van communicatie over teveel accounts of aanspreekpunten hen onvoldoende in staat stelt om invloed op te bouwen om door de informatiemuur te breken. Ook interactie tussen accounts binnen het platform is nodig om een adequaat draagvlak te creëren;

H. noteert dat onze diplomatieke posten in de praktijk maar zelden in debat gaan over hun boodschappen en de hoofdinspanning blijft bij het delen van nieuws rechtstreeks van de bron;

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

LA CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS,

A. vu l'importance croissante des technologies numériques et des médias sociaux dans le déploiement des activités diplomatiques au niveau mondial, et considérant qu'il nous serait préjudiciable de ne pas entrer dans l'ère numérique;

B. soulignant qu'outre les comptes centraux gérés par le SPF Affaires étrangères, septante-trois de nos postes diplomatiques disposent d'un compte Facebook et seize postes d'un compte Twitter;

C. prenant acte de la réponse du ministre Reynders à la question écrite du député Peter Luykx du 23 février 2016 (54/068) témoignant de l'importance accordée par le gouvernement à l'utilisation des médias sociaux par ses postes diplomatiques, qui les encourage activement à les utiliser;

D. renvoyant au site *Focus on Belgium*, dont l'objectif opérationnel “contribuer à une perception positive de la Belgique et de sa politique” est inscrit dans le contrat d'administration (2016-2018) du SPF Affaires étrangères;

E. soulignant qu'une équipe rédactionnelle se charge aujourd'hui de sélectionner et de rédiger, pour *Focus on Belgium*, de nouvelles entrées pouvant être utilisées par les postes diplomatiques;

F. constatant que les postes diplomatiques jouissent d'une grande autonomie dans la détermination de leurs activités, de leurs lieux, formes et fréquence, le rôle du SPF Affaires étrangères se bornant à un rôle d'appui, et observant que la cohérence fait défaut et que la fréquence des activités dépend de la volonté et des moyens du personnel local;

G. consciente que le morcellement de la communication entre de trop nombreux comptes ou points de contact ne permet pas à ces intervenants d'acquérir une influence suffisante pour se faire entendre, une interaction étant également nécessaire entre ces comptes sur les plateformes afin d'y établir une assise adéquate;

H. observant que nos postes diplomatiques ne se concertent que rarement, en pratique, à propos de leurs messages et qu'ils se concentrent principalement sur le partage d'informations récoltées à la source;

I. wijst erop dat in de diplomatieke posten het doorgaans de ambtenaren van de buitencarrière of lokale medewerkers zijn die het beheer van de sociale media voor hun rekening nemen, bovenop hun vaste taken;

J. betreurt dat er geen duidelijke lijn gehanteerd wordt in het taalgebruik voor de communicatie: sommige pagina's berichten in het Engels, andere zijn tweetalig, ééntalig Frans of enkel beschikbaar in de taal van het gastland;

K. signaleert de nood aan zogenaamde *dark social*-oplossingen om de bevolking aanvullend de mogelijkheid op directe, open en vooral private communicatie met de FOD Buitenlandse Zaken of diplomatieke posten via sociale media;

L. houdt er rekening mee dat een internationaal consultancybureau voor communicatie werd ingeschakeld om de onlinestrategie van de FOD Buitenlandse Zaken helpen vorm te geven;

M. moedigt aan dat de dienst Pers en Communicatie nauw samenwerkt met het Nederlands Instituut voor Internationale Betrekkingen Clingendael en met het Finse ministerie van Buitenlandse Zaken rond het thema *Diplomacy in the Digital Age*;

N. concludeert uit het *Digital Diplomacy Review 2017* dat België slechts de 70^{ste} plaats inneemt wat digitale ontplooiing van haar diensten op vlak van buitenlands beleid betreft;

VRAAGT DE FEDERALE REGERING OM:

1. een strategisch onderbouwde architectuur te ontwikkelen voor het netwerk van socialemedia-accounts voor buitenlandse zaken, met actieve aanwezigheid van iedere diplomatieke post op relevante socialemediaplatformen, maar prioriteit aan de sterke *hubs*; alsook de mogelijkheid te onderzoeken voor aanvullende digitale ambassades waar er geen fysieke presentie is;

2. onze diplomaten noodzakelijke kennis over software en digitale technologieën en online-actoren bij te brengen om hen te wapenen in hun missie om kernboodschappen bij het juiste doelpubliek over te brengen; hen hierbij ook actief te stimuleren om nieuwe communicatiemiddelen te gebruiken;

3. de consulaire communicatie te verbeteren door directe en persoonlijke kanalen op sociale media te creëren die onze burgers in crisissituaties tijdig te

I. soulignant qu'au sein des postes diplomatiques, ce sont généralement les agents de la carrière extérieure ou les agents locaux qui se chargent de gérer les médias sociaux, en plus d'effectuer leurs tâches habituelles;

J. déplorant l'absence de consignes claires concernant l'emploi des langues dans la communication, certaines pages étant rédigées en anglais, d'autres bilingues, d'autres uniquement disponibles en français ou d'autres encore seulement dans la langue du pays d'accueil;

K. soulignant la nécessité d'utiliser un réseau social discret pour permettre également à la population de communiquer avec le SPF Affaires étrangères ou les postes diplomatiques de manière directe, ouverte et surtout privée sur les médias sociaux;

L. considérant que le SPF Affaires étrangères a fait appel à un bureau international de consultance en communication pour l'assister dans l'élaboration de sa stratégie numérique;

M. encourageant le service Presse et Communication à collaborer étroitement avec l'Institut néerlandais des relations internationales Clingendael et le ministère finlandais des Affaires étrangères sur la thématique de la diplomatie à l'ère du numérique;

N. observant que la Belgique n'occupe que la 70^e place du classement du *Digital Diplomacy Review 2017* pour ce qui est du déploiement numérique de ses services dans le domaine de la politique étrangère;

DEMANDE AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL:

1. de développer une architecture stratégique pour le réseau des comptes de médias sociaux des Affaires étrangères, avec la présence active de chaque poste diplomatique sur les plateformes de médias sociaux pertinents, mais en accordant la priorité aux *hubs* puissants; ainsi que d'examiner la possibilité d'instaurer des ambassades numériques complémentaires là où il n'y a aucune présence physique;

2. de fournir à nos diplomates les connaissances nécessaires concernant les logiciels, les technologies numériques et les acteurs en ligne afin de les aider dans leur mission de communication de messages essentiels au public cible adéquat; et de les inciter activement à utiliser de nouveaux moyens de communication;

3. d'améliorer la communication consulaire en créant des canaux directs et personnels sur les médias sociaux qui permettent de communiquer en temps utile avec

woord kunnen staan en de algemene dienstverlening verbeteren;

4. actiever gebruik te maken van de kracht van connectieve technologieën op sociale media om te communiceren over noodsituaties in eigen land of gastland en de evolutie van het bijhorend reisadvies;

5. bijkomend aanvullende *dark social*-oplossingen zoals WhatsApp en Facebook Messenger te ontwikkelen, om landgenoten met vragen of in nood de mogelijkheid van open communicatie te bieden, met de nodige privacy-vereisten;

6. te voorzien in periodieke monitoring en evaluatie van de beschikbare data uit sociale media om de effectiviteit en reikwijdte van de communicatie te analyseren, alsook de voorhanden data te organiseren en systematiseren en beschikbaar stellen volgens hun relevantie in het gastland;

7. de moeilijke evenwichtsoefening van tegelijk controle en creativiteit te maken. Digitale aanwezigheid houdt van spontaniteit maar duidelijke hiërarchische richtlijnen zijn noodzakelijk om de boodschap te beheersen;

8. de onlinepagina's inhoudelijk beter de constitutionele realiteit te laten weerspiegelen en aan het buitenland te tonen hoe het federale België echt in elkaar zit en wat de troeven van de deelstaten zijn, evenals de pagina's vaker te gebruiken als doorgeefluik voor economische en culturele initiatieven van de regio's;

9. een charter op te stellen voor persoonlijk en professioneel gebruik van accounts, waarbij enerzijds een duidelijke overzicht van alle officiële kanalen wordt gecreëerd en hun herkenbaarheid vergroot, anderzijds uitgestuurd en lokaal aangeworven personeel, ongeacht hun plaats binnen de hiërarchie, de volle vrijheid gelaten wordt om persoonlijke accounts op te zetten en te netwerken, dit onder de voorwaarde dat duidelijk vermeld wordt dat dit in eigen naam gebeurt en de accounts geen beleidsmatige verklaringen bevatten;

10. in haar strategie transparantie en het opbouwen van een reputatie voorop te stellen door zich te concentreren op feiten en cijfers, alsook steeds de essentiële waarden van onze samenleving te reflecteren. Onze onlinetussenkomsten moeten het verhaal vertellen van wie we zijn: een federale democratie die mensenrechten voorop stelt en op transparante wijze een open dialoog wil aangaan;

nos citoyens en situation de crise et qui améliorent le service général;

4. d'exploiter plus activement la force des technologies connectées sur les médias sociaux pour communiquer des informations sur des situations d'urgence en Belgique ou dans le pays d'accueil ainsi que sur l'évolution du conseil aux voyageurs y afférent;

5. de développer un réseau social discret complémentaire, comme WhatsApp et Facebook Messenger, afin de permettre une communication ouverte avec les compatriotes qui ont des questions ou qui sont en difficulté, avec les exigences de protection de la vie privée que cela suppose;

6. de prévoir une vérification et une évaluation périodiques des données disponibles émanant des médias sociaux afin d'analyser l'efficacité et la portée de la communication, ainsi que d'organiser, de systématiser et de mettre à disposition les données disponibles en fonction de leur pertinence dans le pays d'accueil;

7. d'assurer le difficile équilibre entre contrôle et créativité. La présence numérique suppose de la spontanéité, mais des directives hiérarchiques claires sont nécessaires pour maîtriser le message;

8. de mieux refléter la réalité constitutionnelle dans le contenu des pages en ligne et de montrer à l'étranger le mode de fonctionnement de la Belgique fédérale et les atouts des entités fédérées, ainsi que d'utiliser plus souvent ces pages pour relayer les initiatives économiques et culturelles des régions;

9. d'élaborer une charte relative à l'utilisation personnelle et professionnelle des comptes, qui, d'une part, donne un aperçu clair de tous les canaux officiels et les rend plus visibles, et qui, d'autre part, laisse toute liberté au personnel envoyé à l'étranger et recruté localement, quelle que soit sa place au sein de la hiérarchie, de créer des comptes personnels et de réseauter, pour autant qu'il soit clairement indiqué qu'ils le font en leur nom propre et que les comptes ne contiennent pas de déclarations politiques;

10. d'adopter une stratégie qui privilégie la transparence et la construction d'une réputation en se concentrant sur des faits et des chiffres, ainsi que de toujours refléter les valeurs essentielles de notre société. Nos interventions sur internet doivent refléter ce que nous sommes: une démocratie fédérale qui privilégie les droits de l'homme et qui entend engager de manière transparente un dialogue ouvert;

11. te allen tijde bij haar acties de geest van de Conventies van Wenen aangaande diplomatieke en consulaire relaties te respecteren, maar ook op internationaal vlak de reflectie te maken of een digitale update voor Weense conventies zich aandient.

12 maart 2018

Peter LUYKX (N-VA)

11. de respecter, dans chacune de ses actions, l'esprit des Conventions de Vienne sur les relations diplomatiques et consulaires, mais également de s'interroger à l'échelle internationale si une mise à jour numérique des conventions de Vienne ne s'avère pas nécessaire.

12 mars 2018