



Assemblée générale

Distr. générale
12 février 2018
Français
Original : anglais

Comité de l'information

Quarantième session

1^{er}-11 mai 2018

Point 8 de l'ordre du jour**

**Examen des rapports présentés
par le Secrétaire général**

Activités du Département de l'information : services d'information

Rapport du Secrétaire général

Résumé

Le présent rapport, établi en application de la résolution 72/90 B de l'Assemblée générale, récapitule les principales avancées réalisées par le Département de l'information entre septembre 2017 et mars 2018 pour mieux faire connaître, grâce aux services d'information, les activités de l'Organisation des Nations Unies dans le monde entier.

Les services d'information, qui constituent l'un des trois sous-programmes du Département, sont assurés par la Division de l'information et des médias. Ils ont pour vocation de diffuser, sur différentes plateformes multimédia et dans plusieurs langues, des produits d'information de qualité, pertinents et à jour sur les activités de l'Organisation, d'étendre la portée géographique de cette diffusion et d'accroître la fréquence d'utilisation de ces produits par les organes d'information et d'autres utilisateurs.

Les activités entreprises par le Département au titre des deux autres sous-programmes, à savoir les services de communication stratégique et les services de diffusion et de partage du savoir, font l'objet de rapports distincts du Secrétaire général ([A/AC.198/2018/2](#) et [A/AC.198/2018/4](#), respectivement).

* Nouveau tirage pour raisons techniques (8 mars 2018).

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



I. Introduction

1. Dans sa résolution [72/90](#) B, l'Assemblée générale a pris acte des rapports du Secrétaire général sur les activités du Département de l'information présentés au Comité de l'information pour examen à sa trente-neuvième session ([A/AC.198/2017/2](#), [A/AC.198/2017/3](#) et [A/AC.198/2017/4](#)) et prié le Secrétaire général de continuer de rendre compte de ces activités au Comité.
2. Le Département présente ci-après les informations demandées sur les services d'information.
3. Dans le présent rapport, le Secrétaire général décrit les services fournis par la Division de l'information et des médias et met en lumière les progrès accomplis en ce qui concerne la production de contenus multilingues à l'intention des médias, notamment la radio, la télévision, la vidéo, la photographie, la presse écrite, Internet et les médias sociaux. Il met également l'accent sur le respect du principe du multilinguisme dans les sites Web administrés par le Département et dans tous les autres contenus créés par celui-ci, aussi bien pour les plateformes numériques que pour les plateformes traditionnelles.

II. Aperçu

4. Le Département produit et met à disposition des produits d'information fidèles et actuels destinés au grand public dans le monde entier et aux médias partenaires, en s'adaptant à l'évolution rapide des modes de consommation de l'information tout en continuant de produire des contenus pour les médias traditionnels. Le Département, qui travaille dans les six langues officielles de l'ONU ainsi qu'en swahili et en portugais, s'appuie sur les priorités et orientations définies par le Comité de l'information pour toucher un public de plus en plus large sur les plateformes audio, vidéo et numériques et dans la presse écrite.
5. Pour donner suite au vœu du Comité, qui a souhaité que le Département prenne l'habitude de s'autoévaluer afin de cibler ses messages et produits en vue d'un maximum d'impact et de retentissement, le Département a recours à des mesures d'évaluation et de retour d'information, comme l'étude d'impact effectuée à la demande du Comité en 2016. Dans le cadre de cet effort, la Division de l'information et des médias a mis au point un tableau de bord plus ciblé, constitué d'indicateurs quotidiens destinés à permettre un suivi statistique et à mesurer l'audience et l'intérêt du public pour ses différentes offres Web.
6. Le Département a également créé des fonctionnalités multimédias spécialement conçues pour informer avec clarté le grand public sur différentes plateformes. Citons à titre d'exemple un nouveau pôle d'information créé sur le site Web de l'Organisation (www.un.org/fr) sous le nom « L'essentiel de l'ONU ». Disponible dans les six langues officielles, il propose des informations faciles d'accès sur les activités et priorités de l'Organisation, qui visent à dissiper les mythes en présentant les faits. Parallèlement, le Département a produit une courte vidéo explicative intitulée « Le saviez-vous ? », qui a été adaptée en plusieurs langues. Pour les usagers des médias sociaux, une série de 16 images portant sur la façon dont l'ONU change la vie des gens partout dans le monde a été légendée dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais.

III. Numérique

A. Site Web de l'ONU

7. Au cours de la période du 1^{er} janvier au 29 novembre 2017, le site Web principal de l'Organisation (www.un.org) – portail multilingue de l'ONU dans le monde entier – a enregistré une croissance de 7,5 % de son audience, avec 42 millions de visiteurs uniques (nombre de personnes visitant un site Web), et une augmentation de 5 % de l'intérêt accordé au contenu, avec 144 millions de pages vues (nombre de fois qu'un contenu est vu).

8. Le site Web en anglais continue d'enregistrer le plus grand nombre d'utilisateurs (voir fig. I), et c'est sur les sites en anglais, en arabe et en espagnol que ce nombre a le plus augmenté (voir fig. II).

Figure I

Nombre de visiteurs uniques par langue, du 1^{er} janvier au 29 novembre 2017

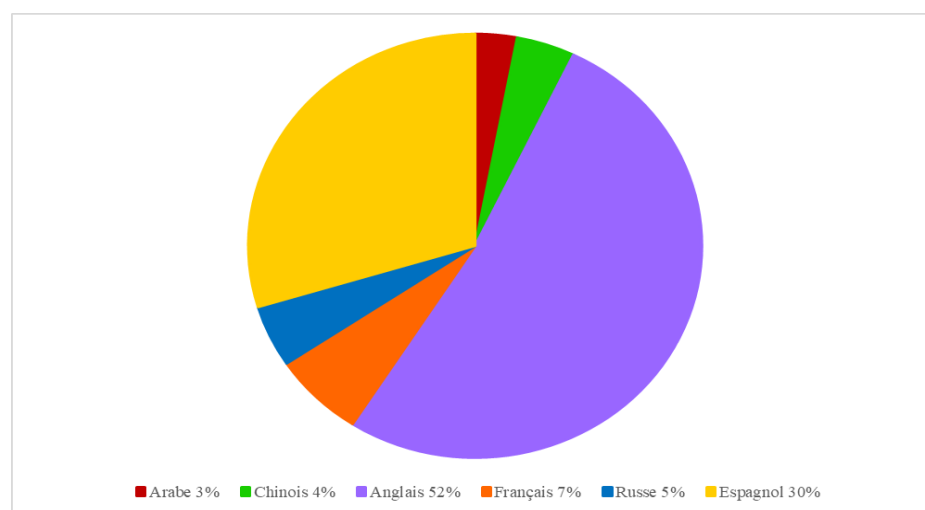
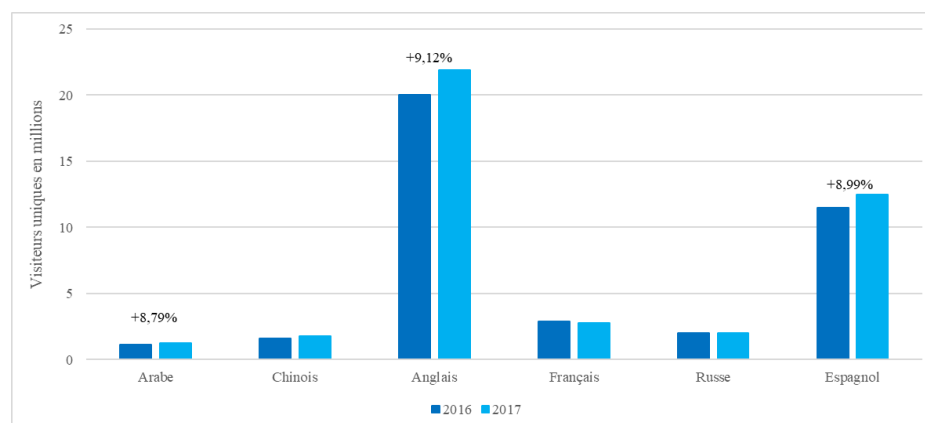


Figure II

Évolution du nombre de visiteurs uniques par langue, du 1^{er} janvier au 29 novembre 2017

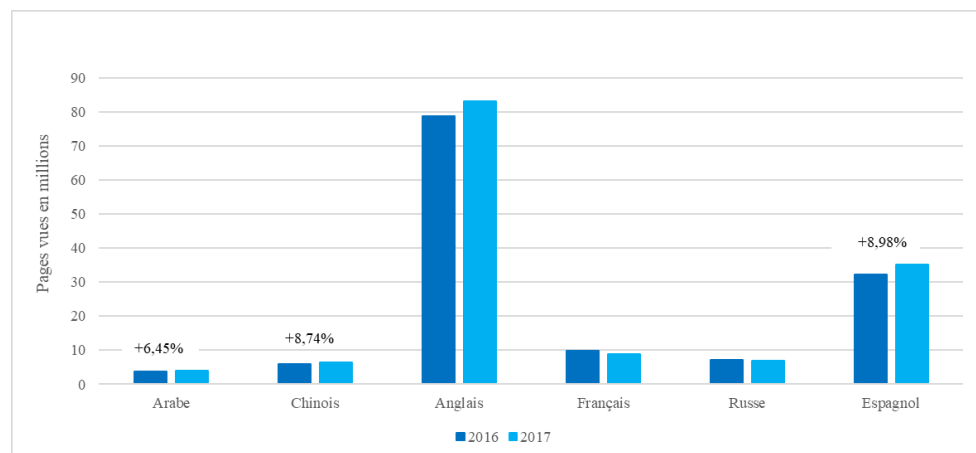


9. Les sites Web en espagnol, en chinois et en arabe sont ceux qui ont enregistré la plus forte hausse de l'intérêt accordé au contenu, avec une croissance respective de

plus de 8,9 %, 8,7% et 6,4 % (voir fig. III). Le Département continuera de suivre et d'analyser le comportement du public en s'appuyant sur les données disponibles afin de mettre au point des méthodes optimales pour réduire les écarts d'audience entre les langues.

Figure III

Intérêt accordé au contenu, par langue, du 1^{er} janvier au 29 novembre 2017



10. Le temps passé par visite sur le site Web de l'Organisation des Nations Unies a également augmenté, passant de 2,5 minutes à 3 minutes en moyenne par page et par visiteur. Cette durée est significative au regard des normes du secteur et traduit l'intérêt suscité auprès du public.

11. Le Département, qui gère le site Web principal, a continué d'exiger des départements auteurs qu'ils respectent strictement le principe du multilinguisme lorsqu'ils lui soumettent des demandes de nouvelles pages ou de nouveaux sites, et il a poursuivi son travail avec des partenaires tels que les universités afin d'accroître le nombre de contenus de fond disponibles sur l'ensemble du site Web et de parvenir à l'égalité entre les langues. Toutes les pages principales administrées par la Section des services Web du Département sont multilingues et pleinement accessibles aux personnes en situation de handicap.

12. Les sites d'importance lancés au cours de la période considérée comprennent :

- Le site du Bureau de lutte contre le terrorisme (www.un.org/fr/counterterrorism/);
- Combattre l'exploitation et les abus sexuels (www.un.org/preventing-sexual-exploitation-and-abuse/fr/);
- L'Espace médias Objectifs de développement durable (www.un.org/sdgmédiazone/);
- L'Initiative Spotlight pour éliminer la violence à l'égard des femmes et des filles (<http://www.un.org/fr/spotlight-initiative/>).

13. Des sites de moindre importance, multilingues et accessibles aux personnes handicapées, ont également été créés pour les journées internationales nouvellement proclamées.

14. Dans le cadre de son engagement en faveur de l'harmonisation des éléments de l'identité visuelle de l'Organisation entre tous ses sites Web, le Département a repensé le site de l'Assemblée générale (www.un.org/fr/ga/) pour en rendre le contenu plus aisément accessible et consultable. Le site Web du Président de l'Assemblée générale, entièrement multilingue, a été relancé en septembre sous un format complètement

restructuré qui améliore l'expérience de navigation et met mieux en valeur les axes prioritaires de l'action du Président.

15. Au cours de la période considérée, la page d'accueil du site Web de l'ONU (www.un.org) a été mise à niveau et plusieurs fonctionnalités nouvelles ont été ajoutées pour améliorer l'expérience de l'utilisateur et la rendre plus attrayante. Ces changements ont permis d'augmenter le nombre d'éléments multimédias sur le site, et notamment d'ajouter des sections vidéo et photo, des graphiques sur les questions mondiales dont s'occupe l'ONU, et des reportages hebdomadaires fournis par des organisations du système des Nations Unies. Entre autres nouveautés techniques, un bouton « Faites un don » a été ajouté sur le site en juillet 2017 pour permettre aux visiteurs de donner aux organismes, fonds et programmes qui acceptent les dons. Plus de 2 000 dons ont ainsi été obtenus.

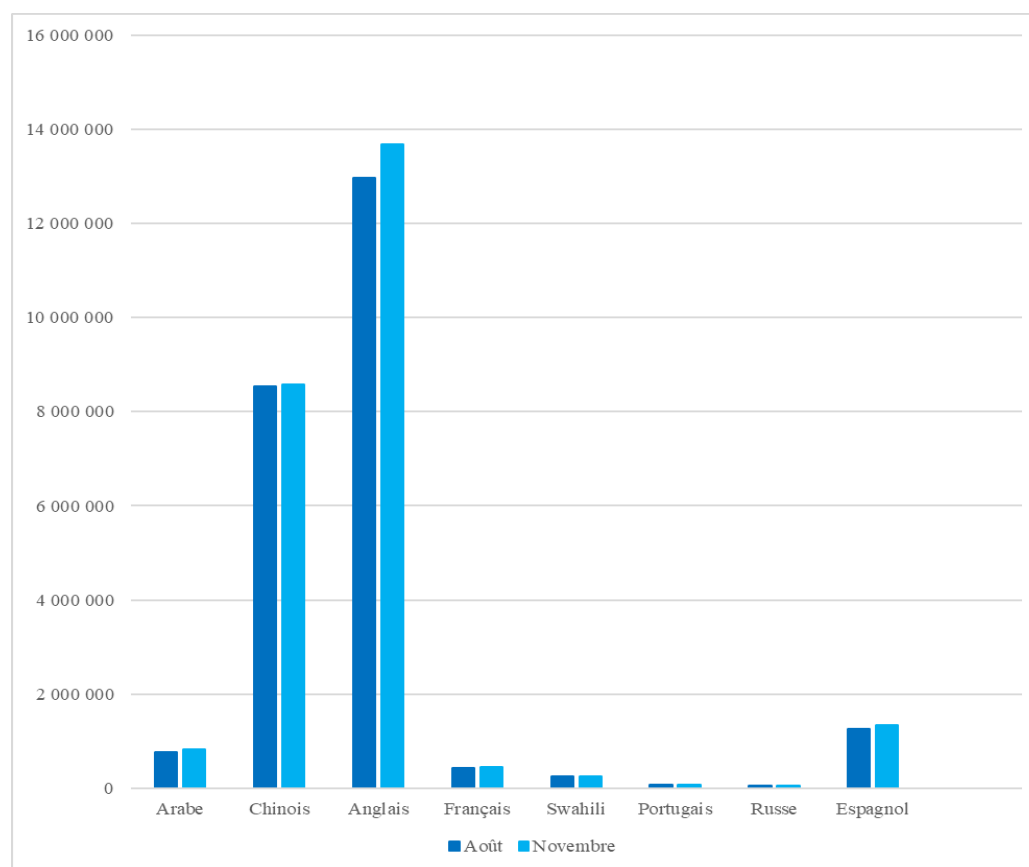
16. Le Département continue de superviser et de gérer l'application du dispositif de mesure d'audience du site principal aux autres plateformes Web sur lesquelles l'Organisation est présente, ce qui lui permettra de mesurer de manière équilibrée et impartiale la diffusion et l'impact de tous les contenus publiés par l'Organisation, indépendamment de la plateforme sur laquelle ces contenus sont consommés.

B. Médias sociaux

17. À sa trente-neuvième session, le Comité de l'information a prié le Département de lui faire rapport sur la façon dont il s'y prendrait pour assurer un meilleur équilibre entre les langues, conformément au principe du multilinguisme, en développant sa présence sur les médias sociaux. En août 2017, le Département a renforcé ses activités multilingues sur les médias sociaux en confiant la gestion des comptes emblématiques de l'Organisation à une seule et unique équipe multilingue. Dès le début, l'équipe a œuvré dans le sens de l'égalité entre les langues en mettant au point et en appliquant la stratégie multilingue globale du Département en matière de médias sociaux. La création de cette équipe a permis au Département de communiquer de manière plus cohérente et d'avoir un impact plus large dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais.

18. L'audience et l'intérêt qu'engendrent les comptes emblématiques se sont sensiblement accrus depuis la création de l'équipe multilingue chargée des médias sociaux. Au cours des quatre premiers mois d'existence de la nouvelle équipe, ces comptes ont attiré plus d'un million d'adeptes ou d'abonnés supplémentaires, ce qui a porté, en janvier 2018, leur nombre total (en comptant Facebook, Instagram, Twitter, WeChat et Sina Weibo) à plus de 30 millions toutes langues confondues (voir fig. IV).

Figure IV
Nombre d'abonnés sur les comptes emblématiques de l'ONU sur les médias sociaux, par langue, entre août et novembre 2017



19. S'il est vrai que l'audience et l'intérêt accordé au contenu sont allés croissant toutes langues confondues, ils ont été particulièrement élevés parmi le public arabe et espagnol. Ainsi, la version espagnole d'une vidéo créée à l'occasion de la commémoration du soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme a été visionnée plus de 900 000 fois. De même, une vidéo en arabe portant sur les secours humanitaires déployés par l'ONU au Yémen a été regardée au moins 350 000 fois.

20. Au cours du débat général de haut niveau de l'Assemblée générale à sa soixante-douzième session, l'équipe multilingue chargée des médias sociaux a publié plus d'une centaine de contenus uniques sur « l'espace médias sociaux VIP », y compris des messages délivrés directement par des dirigeants mondiaux. Au nombre des éléments les plus populaires figurait un entretien vidéo avec le Secrétaire général diffusé en direct sur Facebook, qui a été visionné plus d'un million de fois au cours du débat de haut niveau, ce qui en fait la vidéo de l'Organisation la plus populaire de tous les temps sur Facebook.

21. Consciente que chaque plateforme de médias sociaux a des critères qui lui sont propres en matière de contenus et que la plupart des adeptes et abonnés de ces médias sont submergés d'informations, l'équipe des médias sociaux a mis au point une stratégie plus personnalisée et ciblée visant à adapter le contenu publié sur chaque plateforme en fonction des catégories d'audience qui la consultent, en s'appuyant de plus en plus sur les données de profil, plutôt que de chercher simplement à attirer les

utilisateurs vers des plateformes multiples. Cette méthodologie adaptée à l'audience et axée sur les données a permis à l'équipe de centrer ses activités de production autour de deux types de contenus : des contenus d'actualité, attrayants, optimisés pour chaque langue et le public de chaque plateforme ; et des contenus illustrant expressément l'impact, l'utilité et le rapport coût-efficacité des activités de l'ONU.

IV. Services d'information

22. Le travail des services d'information multimédias multilingues a connu d'importants changements ; en effet, on leur demande de plus en plus de contribuer à promouvoir les grandes conférences et campagnes. Avec l'accroissement de la demande, les groupes ont travaillé de concert sur toutes les plateformes pour produire et diffuser des contenus actuels, attrayants qui puissent être utilisés par la radio et les autres médias partenaires et diffusés dans le monde entier.

23. Le Département a pris acte des déclarations faites par les délégations à la trente-neuvième session du Comité de l'information en ce qui concerne la nécessité de communiquer avec des publics aux profils démographiques très divers tout en continuant de produire des contenus audio pour la radio et des programmes pour les médias traditionnels. Le Département continue de s'efforcer de combler le fossé numérique en veillant à ce que l'information parvienne à l'ensemble du public, par les médias traditionnels comme par les nouveaux médias, dans différentes langues et sur différentes plateformes. Les équipes chargées de l'information et de la vidéo nouent de nouveaux partenariats avec les organes extérieurs de médias aussi bien traditionnels que nouveaux afin d'accroître la diffusion de l'information.

A. Vidéo et télévision

Production vidéo

24. La Section de la vidéo a continué de produire une multitude de reportages en différentes langues pour ses partenaires de télédiffusion internationaux. En outre, elle a accru sa production de contenus vidéo multilingues pour différentes plateformes, en se rapprochant des publics jeunes à la faveur de partenariats, et en sous-titrant les vidéos destinées à être visionnées sur appareil mobile. Elle s'emploie à améliorer la communication avec les jeunes en mettant en place des partenariats avec des plateformes à dominante mobile telles que NowThis, qui touche 65 millions de jeunes en diffusant des contenus via la téléphonie mobile et les médias sociaux. La Section a également commencé à étudier la possibilité de créer des films de réalité virtuelle mettant en exergue les efforts que fait l'Organisation pour atteindre des populations reculées afin de leur porter assistance.

25. Au cours de la période considérée, la Section a produit des vidéos pour des manifestations de haut niveau, dont une manifestation organisée en prélude à la réunion de haut niveau sur la prévention de l'exploitation et des atteintes sexuelles et l'Initiative Spotlight de l'Union européenne et de l'ONU visant à éliminer la violence à l'égard des femmes et des filles. Une vidéo sur les changements climatiques produite à l'intention des chefs d'État et de gouvernement et diffusée à l'ouverture de la session de l'Assemblée générale a été visionnée plus de 100 000 fois sur les comptes emblématiques de l'ONU sur les médias sociaux ; elle a ensuite été remaniée pour le One Planet Summit organisé en décembre 2017 à Paris par la Banque mondiale, l'ONU et le Gouvernement français.

26. D'autres vidéos mettant en exergue le nouveau Bureau de lutte contre le terrorisme, le travail des États Membres et les manifestations organisées à l'occasion

de la Journée mondiale de l'aide humanitaire ont été mises à disposition dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais. Une vidéo sur le climat produite à l'occasion de la tenue de la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques à Bonn (Allemagne) en novembre 2017 a été traduite en chinois et en français.

27. Pour susciter l'intérêt des jeunes, la Section de la vidéo a travaillé en partenariat avec NowThis pour produire un film autour de la nouvelle Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse, qu'elle a suivie dans les coulisses à l'occasion de sa première participation à une session de l'Assemblée générale. Elle a produit dans la foulée un sujet sur une petite fille yézidie relatant les atrocités qu'elle avait vécues. Le témoignage de cette petite fille et le travail effectué par l'ONU pour soutenir les Yézidis ont été évoqués dans un vidéoreportage de NowThis sorti en novembre 2017.

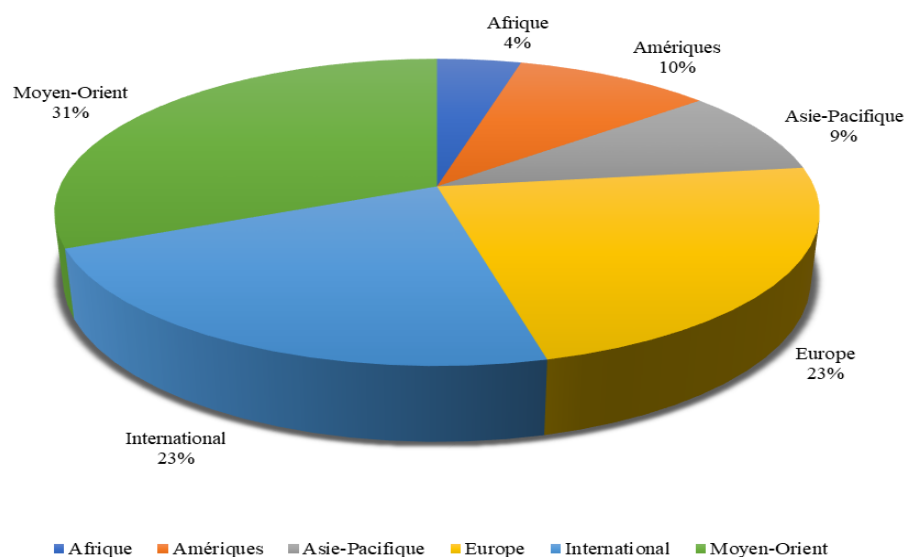
UNifeed

28. UNifeed, le programme de syndication de vidéos d'actualité du Département, a continué d'être une source essentielle d'images de premier plan pour les diffuseurs du monde entier ; en effet, il leur fournit en temps utile des vidéos de qualité tournées au Siège à New York, dans les missions de maintien de la paix ainsi que dans plus de 40 organismes, fonds et programmes partenaires.

29. En septembre 2017, les contenus fournis par UNifeed avaient été diffusés 7 147 fois dans le monde entier. Entre septembre et décembre 2017, les diffuseurs ont utilisé 25 683 fois des images d'UNifeed, une part importante (31 %) de ces diffusions émanant d'organismes de télédiffusion du Moyen-Orient (voir fig. V).

Figure V

Diffusion des contenus fournis par UNifeed, par région, entre septembre et décembre 2017



30. Pour toucher les diffuseurs où qu'ils soient dans le monde, UNifeed recourt désormais à l'encodeur LiveU, qui lui permet de transmettre des contenus depuis des zones reculées. Cette technologie a été utilisée pour la première fois en octobre 2017, au cours du voyage du Secrétaire général dans les zones des Caraïbes touchées par les ouragans. UNifeed a également pu retransmettre en direct de la République centrafricaine les activités du Secrétaire général et fournir des contenus destinés à

être utilisés par les plateformes des organes d'information multimédias du Département.

Télévision en ligne des Nations Unies

31. Le Département est constamment en quête de moyens d'améliorer et de développer les services de diffusion sur le Web, en direct et à la demande, sur une variété de plateformes, dont les téléphones mobiles. La plupart des réunions publiques tenues à New York, à Genève et à La Haye, de même que les points de presse, les interventions devant les médias, les manifestations spéciales et autres grandes conférences des Nations Unies, ont fait l'objet d'une couverture en direct et d'une diffusion à la demande par l'intermédiaire de la télévision en ligne des Nations Unies, dans les six langues officielles.

32. Le site Web touche un nombre croissant de publics dans plus de 210 pays et territoires. Plus de 60 000 vidéos ont été mises à disposition sur le site pour un accès à la demande.

33. Pour la première fois, le Département a diffusé le débat général de l'Assemblée générale en direct sur quatre plateformes : la télévision en ligne des Nations Unies et la chaîne des Nations Unies sur YouTube, Facebook et Twitter (@UNWebTV). Cette diffusion sur plusieurs plateformes a permis à plus de 10 millions d'utilisateurs de suivre le débat en direct dans 217 pays et territoires. De plus, une vidéo de chacune des déclarations prononcées au débat général a été mise en ligne pour un accès à la demande dans les six langues officielles.

Chaîne des Nations Unies sur YouTube

34. À la fin de 2017, l'audience de la chaîne des Nations Unies sur YouTube (www.youtube.com/unitednations) dépassait 41 millions de personnes, ce qui représentait une croissance de 57 % par rapport à l'année précédente. Le nombre d'abonnés, qui avoisine désormais 200 000, a augmenté de 70 %. La chaîne d'information en continu du Département, administrée par son Groupe des installations de télédiffusion, est également disponible sur YouTube. Des milliers de commentaires ont été partagés par les utilisateurs.

Couverture en direct, émissions et équipements de télévision

35. Le Département a continué de fournir aux médias du monde entier, notamment aux organismes de télédiffusion, des enregistrements audiovisuels des manifestations, transmis en haute définition, *in extenso* et en direct, dans les six langues officielles. Les manifestations retransmises comprennent les séances de l'Assemblée générale et du Conseil de sécurité, les conférences de presse et les rencontres avec les médias, ainsi que les conférences internationales parrainées par des organisations du système des Nations Unies. Le studio de télévision de l'Organisation a également produit des messages vidéo du Secrétaire général et d'autres hauts responsables de l'ONU.

B. Radio, presse écrite et multimédia

36. L'une des grandes réalisations de l'année écoulée a été la création d'une nouvelle plateforme d'information intégrée, ONU Info (<https://news.un.org/fr/>), dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais, qui permet dorénavant la publication sur une seule et même plateforme multilingue de contenus textuels, radiophoniques, photographiques, vidéo et graphiques. Cette nouvelle plateforme a radicalement changé la façon dont le Département diffuse ses contenus, actualités ou reportages de fond. La réunion sur une même plateforme de tous les formats de

contenus et l'uniformisation de la technologie sous-jacente permettent de contribuer à l'égalité entre les langues.

37. Par le site Web multimédia, le grand public comme les stations de radio partenaires ont accès sur un unique pôle d'information en ligne aux actualités et aux reportages de fond, fichiers audio, microvidéos, textes et photographies, et peuvent même se les faire envoyer par courriel dans les huit langues susmentionnées. Conformément à la pratique suivie dans le secteur, le portail d'information comprend des fonctionnalités telles que l'option « Pocket », qui permet à l'utilisateur de sauvegarder l'article qui l'intéresse afin de le lire plus tard, une liste de diffusion permettant d'écouter ou de visionner plusieurs contenus à la suite, des fils d'actualités et de nombreux outils de partage. Eu égard à la généralisation de l'accès aux technologies de communication mobile dans le monde, une grande partie des contenus de l'Organisation est maintenant créée sous une forme facilement accessible sur mobile. Au cours de la période considérée, l'application la plus populaire de l'Organisation, « UN News Reader », a été perfectionnée, enrichie pour ce qui est de l'offre de médias, et elle est proposée en plusieurs langues.

38. Les huit groupes linguistiques chargés d'ONU Info couvrent l'actualité de l'ensemble du système des Nations Unies et produisent des reportages sur les activités et les priorités de l'Organisation tout en répondant aux besoins de leurs publics respectifs et en traitant des questions qui les intéressent particulièrement.

39. Le Groupe linguistique arabe a couvert pour les organes de presse traditionnels comme pour les nouveaux médias des sujets d'actualité comme la migration et les réfugiés ainsi que la paix et la sécurité. À l'intention des jeunes du monde arabe, qui utilisent de plus en plus les médias numériques, le Groupe a adapté sa couverture en vue d'une diffusion sur les médias sociaux. Il a également organisé des interviews avec des fonctionnaires de l'ONU travaillant dans la région arabe, notamment les coordonnateurs des opérations humanitaires pour l'Iraq et le Yémen, des hauts fonctionnaires de l'ONU s'occupant de la crise syrienne, ainsi que les représentants en Jordanie, au Liban et en République arabe syrienne du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés, du Fonds des Nations Unies pour la population et du Fonds des Nations Unies pour l'enfance. Le Représentant spécial du Secrétaire général pour la Libye et Chef de la Mission d'appui des Nations Unies en Libye, qui a accordé une interview peu après sa nomination, a pu expliquer dans l'article dont il a fait l'objet à cette occasion sur ONU Info son projet et ses priorités au peuple libyen et au grand public.

40. Durant les réunions de haut niveau de l'Assemblée générale, le Groupe linguistique arabe a représenté une source crédible d'information pour le public au niveau régional ainsi que pour les représentants des médias et d'autres organisations. L'un des épisodes à marquer d'une pierre blanche à cet égard a été la réaction d'un représentant de l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (ONU-Femmes) dans la région immédiatement après l'annonce de la décision de l'Arabie saoudite de lever l'interdiction de conduire imposée aux femmes. Communiquée dans les différentes langues, cette information a eu un grand retentissement sur les différentes plateformes. Autre sujet traité suscitant un intérêt particulier, la nouvelle de l'adoption d'une résolution de l'Assemblée générale sur le statut de Jérusalem a également provoqué de vives réactions sur les médias sociaux. Au cours de la période considérée, le Groupe a également mis en exergue les activités menées par les États Membres à l'appui de l'ONU, telle la contribution d'Oman à la numérisation des archives audiovisuelles de l'Organisation.

41. Le Groupe linguistique chinois a renforcé ses partenariats stratégiques avec des stations de radio de premier plan, dont la radio nationale chinoise, Radio Beijing, Radio Shanghai et Radio Chine internationale. Grâce aux duplex qu'il a programmés

avec la radio nationale pendant les heures de grande écoute, il a mis les informations concernant l'Organisation à portée d'un public estimé à des millions de personnes. À l'occasion de la Journée de la Terre, ONU Info, en mettant ses programmes sur l'environnement à la disposition de Radio Shanghai, a pu toucher un public estimé à 50 millions d'auditeurs en Chine centrale et orientale.

42. Le Groupe linguistique chinois a poursuivi ses efforts pour accroître l'audience hors de Chine en concluant, dans le cadre du réseau international chinois de télédiffusion, des partenariats avec plus de 40 stations de radio en langue chinoise dans toutes les régions du monde. Des stations de New York et de Melbourne ont ainsi régulièrement diffusé des programmes d'information et de reportage du Groupe. Une liaison établie avec ces stations à l'occasion du Nouvel An chinois a permis de toucher des auditoires en Amérique du Nord et en Australie.

43. Le Groupe a également obtenu des résultats tangibles avec ses contenus multimédias. La vidéo dans laquelle le Ministre chinois des affaires étrangères faisait part de ses vues durant le débat général a été visionnée plus de 1 600 000 fois, et une série de vidéos de la visite effectuée par le Secrétaire général en octobre 2017 dans les pays des Caraïbes frappés par les ouragans a été regardée environ 42 000 fois sur la plateforme vidéo Miaopai de Sina Weibo.

44. Le Groupe linguistique anglais a continué de diriger la production de contenus d'actualité novateurs pour un public divers aussi bien que des contenus « indémodables » dans lesquels il fournit des réponses concises à des questions de base sur l'Organisation. C'est ainsi qu'a vu le jour, à la soixante-douzième session de l'Assemblée générale, le premier « @UNGA today », courte vidéo coproduite quotidiennement au cours du débat de haut niveau par ONU Info et ONU Vidéo et braquant les projecteurs sur des moments clefs de la journée. Ces vidéos ont été parmi les plus populaires des produits affichés sur les médias sociaux en septembre 2017, puisqu'elles ont été visionnées près de 50 000 fois sur Twitter et Facebook. Le trafic généré sur le site Web d'ONU Info en anglais s'est chiffré entre septembre et décembre 2017 à plus de 3 millions de pages vues. Durant le débat de haut niveau de l'Assemblée, le nombre de pages vues a fait un bond de quelque 200 %. ONU Info a également fait l'objet de beaucoup d'attention sur les médias sociaux, où il a bénéficié d'une croissance soutenue, avec près de 500 000 abonnés sur Facebook et plus de 300 000 sur Twitter.

45. Les produits radiophoniques de l'ONU en anglais ont continué d'enregistrer de bons résultats, puisque quelque 250 000 téléchargements ont été effectués par les stations de radio partenaires et les auditeurs durant la période de septembre à décembre. Les podcasts sont actuellement en passe de se muer en rendez-vous hebdomadaire autour d'un éventail de questions incontournables comme la lutte antiterroriste, le maintien de la paix et le harcèlement en ligne.

46. La production imprimée et radiophonique du Groupe linguistique français d'ONU Info a continué de s'étoffer, attirant des utilisateurs de toute la planète. Le débat de haut niveau de l'Assemblée générale a donné lieu à un pic de fréquentation, le nombre de pages vues par semaine dépassant alors de 20 % le chiffre moyen. Durant ce débat, le Groupe a interviewé les chefs d'État et de gouvernement du Burkina Faso, de Madagascar, de la République centrafricaine et du Sénégal, ainsi que le Représentant spécial du Secrétaire général pour l'Afrique centrale et l'Envoyé spécial du Secrétaire général pour la région des Grands Lacs. Les produits radiophoniques du Groupe ont été téléchargés au moins 100 000 fois par les radiodiffuseurs partenaires et par des auditeurs du monde entier.

47. Parmi les sujets traités, le travail des spécialistes des lois antiterroristes à l'Organisation des Nations Unies ou la visite du robot humanoïde Sophia à l'occasion

d'une manifestation de l'ONU ont suscité le plus grand intérêt, tout comme les reportages ayant trait à des manifestations et des questions touchant à l'Afrique francophone ou aux questions de santé et aux changements climatiques, y compris la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques, tenue en novembre 2017. Lorsque le Secrétaire général s'est rendu en République centrafricaine en octobre 2017, le Groupe linguistique français a assuré une couverture complète de l'événement en ligne, sous forme audio et vidéo, pour répondre aux besoins de son public cible. La visite effectuée le même mois par le Secrétaire général dans les îles des Caraïbes ravagées par les ouragans Irma et Maria a bénéficié d'un important suivi sur les plateformes d'ONU Info en français sur les médias sociaux, dont le nombre d'abonnés n'a cessé de croître au cours de l'année écoulée.

48. Le Groupe linguistique français a renforcé sa programmation à l'intention de l'Afrique francophone, en couvrant, notamment, les activités des envoyés dans la région et des hauts responsables de l'action humanitaire, ainsi que des représentants des missions de maintien de la paix des Nations Unies au Mali, en République centrafricaine et en République démocratique du Congo. Le Groupe a travaillé avec la Section Afrique du Département afin de sélectionner des sujets en prise directe avec les publics cibles. Il a en outre renforcé ses efforts pour créer ou produire la version française de vidéos comme *The Week in Review* et *The Week Ahead*, et produire la version française de vidéos créées par d'autres groupes linguistiques d'ONU Info. Il a également interviewé des responsables de l'Organisation internationale de la Francophonie, dont sa Secrétaire générale, Michaëlle Jean, et sa nouvelle observatrice permanente à New York.

49. Le Groupe linguistique swahili est resté une importante source d'informations pour les publics d'Afrique de l'Est et de la diaspora. Il a couvert notamment le Programme de développement durable à l'horizon 2030, les droits de l'homme et le rôle joué par des pays fournisseurs de contingents comme le Kenya et la République-Unie de Tanzanie en matière de maintien de la paix. Il a renforcé sa production multimédia en créant la version swahilie de plusieurs vidéos, y compris la plupart des messages du Secrétaire général, et privilégiant la qualité et l'impact. Cet impact s'est d'ailleurs largement intensifié, puisque le nombre d'abonnés à la chaîne YouTube du Département en swahili a augmenté de 150 %. Le Groupe a également conclu de nouveaux partenariats au cours de la période considérée, y compris en Somalie et en République-Unie de Tanzanie, avec des stations de radio traditionnelles ou numériques ainsi que des blogs en ligne.

50. Dans le sillage des attaques meurtrières perpétrées en décembre 2017 contre des soldats de la paix tanzaniens en République démocratique du Congo, le Groupe linguistique swahili, en collaboration avec le Centre d'information des Nations Unies à Dar es-Salaam, a joué un rôle essentiel en recueillant des informations et en obtenant des images de partenaires comme l'Organisme national tanzanien de télédiffusion pour une diffusion sur l'ensemble des plateformes et des langues, ainsi qu'en portant le message de l'Organisation aux locuteurs swahilis. Son interview du Ministre tanzanien des affaires étrangères, qui a permis de transmettre rapidement des informations précises, a été largement rediffusée.

51. Le Groupe linguistique portugais, en collaboration avec des médias partenaires appartenant ou non au système des Nations Unies, s'est adressé à un public réparti entre l'Amérique latine, l'Afrique lusophone, l'Europe et l'ensemble de la diaspora, chez qui la nomination du Secrétaire général avait suscité un intérêt particulier. De nouveaux partenariats ont été mis en place au cours de la période considérée avec des organes de presse traditionnels ou des nouveaux médias, notamment à Cabo Verde, en Angola et au Brésil.

52. Le Groupe linguistique portugais a poursuivi son programme d'information quotidien, *Destaque ONU News*, qui propose des interviews avec des ambassadeurs lusophones et des hauts fonctionnaires de l'ONU. Le public peut participer, par ses commentaires et ses questions, dans le cadre de plateformes numériques interactives, et certains segments ont été repris par d'autres organes de presse. Le Groupe a également réalisé des interviews sur Facebook Live, dont celle du commandant de la force de la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti, menée en septembre 2017 en amont de la fermeture de la Mission, qui a été visionnée par plus de 70 000 personnes en moins de 24 heures. Durant le débat de haut niveau de l'Assemblée générale, le Groupe a interviewé des chefs d'État et de gouvernement lusophones. Son interview du Président de la République fédérative du Brésil a été diffusée dans tout le pays par le réseau brésilien NBR et reprise par d'autres organes populaires.

53. Le Groupe linguistique russe a continué de s'affirmer comme source fiable d'information sur les travaux de l'Organisation des Nations Unies pour le public russophone du monde entier. Il a couvert par des bulletins d'information et des reportages des questions internationales d'importance considérable dont est saisie l'Organisation, comme la migration, les changements climatiques, les droits de l'homme, le maintien de la paix, le développement durable et la condition de la femme, tout en produisant des contenus sur des domaines présentant un intérêt particulier pour le public russophone. Au cours de la période considérée, le Groupe a joué un rôle moteur dans la mise au point et la mise à l'essai du nouveau site intégré d'ONU Info dans le cadre de la première phase du lancement du site en huit langues.

54. Les reportages multimédias du Groupe linguistique russe ont été repris et rediffusés par un nombre croissant d'agences de presse, de diffuseurs, d'organes de la presse écrite, d'organisations non gouvernementales et d'établissements d'enseignement. Le public participe également de façon plus active, attiré par les techniques multimédias créatives qu'utilise le Groupe pour communiquer l'information. À titre d'exemple, le Groupe a produit et adapté de courtes vidéos et d'autres documents multimédias et produit des versions en langue russe de contenus existants pour contribuer au respect du multilinguisme et pour mettre davantage de produits en langue russe à la disposition du grand public. Il recourt également aux plateformes d'information numériques pour développer et mobiliser davantage son public et accroître le nombre de visites sur la page Web d'information multimédia.

55. Le Groupe linguistique espagnol s'est mis en contact avec des partenaires radiophoniques potentiels aux quatre coins du monde pour continuer d'étendre la portée de sa couverture médiatique. Au cours de la période considérée, il a produit quotidiennement des émissions radiophoniques d'actualité et a conçu des reportages multimédias sur un large éventail de sujets, dont la migration, les droits de l'homme et le développement durable. La couverture en espagnol de l'ouverture de la session de l'Assemblée générale proposait des interviews avec le Président de la République du Panama, le Vice-Président de la République argentine et le Ministre mexicain des affaires étrangères. L'un des faits saillants du mois de décembre a été la couverture de la réunion préparatoire organisée à Puerto Vallarta (Mexique) en vue de tirer le bilan du processus d'élaboration d'un pacte mondial sur les migrations : un grand nombre de participants ont été interviewés et de nombreux articles ont été publiés, en coopération avec le Centre d'information des Nations Unies à Mexico.

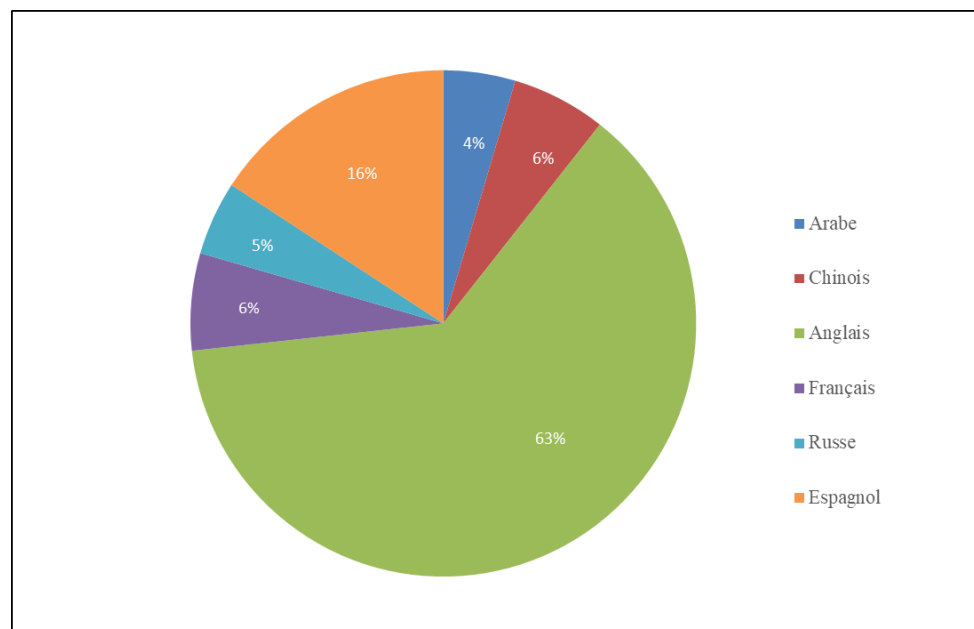
56. Les deux articles d'actualité les plus populaires sur le site Web d'ONU Info en espagnol portaient tous deux sur les mesures adoptées par l'ONU après le tremblement de terre survenu en septembre dans le centre du Mexique. Les tweets en espagnol qui ont suscité le plus d'intérêt (400 000 vues et 15 155 réactions) portaient sur le référendum catalan. La contribution la plus populaire du Groupe linguistique

espagnol sur Facebook a été une courte vidéo datée du 19 septembre 2017 dans laquelle le Président de la République du Guatemala prononçait un discours sur la Commission internationale contre l'impunité au Guatemala, et qui a fait l'objet de 1 855 réactions.

57. Dans l'ensemble, c'est la version anglaise d'ONU Info qui a reçu le plus grand nombre de visites parmi les six langues officielles, avec 63 % du nombre total de pages vues (voir fig. VI). Entre septembre et décembre 2017, le site d'ONU Info a enregistré un nombre cumulé de 4 938 863 pages vues dans les six langues officielles.

Figure VI

Nombre de pages vues par langue, entre septembre et décembre 2017



V. Autres services

A. Photothèque et archives audiovisuelles

58. La Photothèque a distribué 102 000 photos en haute résolution au cours de la période considérée et répondu à plus de 7 800 demandes émanant d'États Membres, de médias, d'éditeurs, d'organisations du système des Nations Unies et du grand public.

59. La Photothèque a continué de recourir aux médias sociaux pour faire connaître les travaux de l'Organisation. Le compte Flickr a enregistré 2 millions de vues supplémentaires au cours de l'année écoulée, ce qui porte le nombre de vues cumulé à 37 millions. La Photothèque a également créé une série d'albums thématiques afin de proposer aux utilisateurs des contenus présentant des photos de l'ONU qui puissent être facilement partagées sur les réseaux sociaux.

60. La page Facebook de la Photothèque des Nations Unies a été visitée 9 600 fois par mois en moyenne tout au long de l'année 2017. En janvier 2018, la page Twitter de la Photothèque avait plus de 84 000 abonnés.

61. En raison du caractère urgent conféré par le Comité de l'Information à la numérisation des archives audiovisuelles historiques de l'Organisation, le

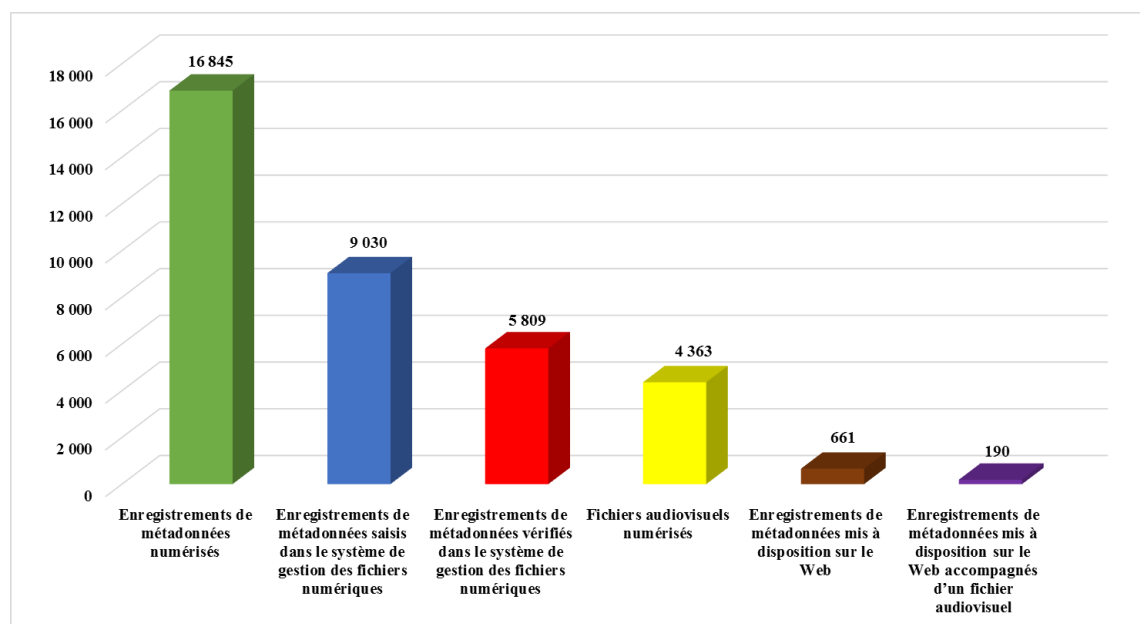
Département a mis à exécution son projet de numérisation sur cinq ans, qui a été rendu possible par un don du Gouvernement omanais.

62. Les films, vidéos et enregistrements audio les plus menacés de dégradation, d'obsolescence ou de disparition totale sont traités à titre prioritaire, ainsi que tout ce qui a trait aux principales réunions et manifestations ayant eu lieu de 1945 aux années 80. En parallèle, l'équipe a sélectionné les documentaires télévisés et séries produits par le Département qui avaient une valeur à long terme. Toutes les versions linguistiques disponibles sont en cours de numérisation.

63. Le projet porte sur la création des fichiers numériques eux-mêmes ainsi que sur l'assurance qualité et la numérisation des métadonnées correspondantes, grâce auxquelles les produits audiovisuels peuvent être identifiés et faire l'objet de recherches et sont plus facilement consultables et accessibles. Après un premier projet pilote en 2016, la numérisation proprement dite a commencé au cours du deuxième trimestre de 2017, à la suite du choix d'un prestataire de services. À la fin de 2017, près de 16 845 importants enregistrements de métadonnées avaient été numérisés et 9 030 autres avaient été saisis dans le système de gestion des fichiers numériques du Département. (voir fig. VII).

Figure VII

État d'avancement du projet de numérisation, en janvier 2018



64. Le fonds audiovisuel des Nations Unies ne cessant d'augmenter, le Département étudie différents systèmes de préservation à long terme reposant sur les normes internationales et les meilleures pratiques de conservation numérique des archives audiovisuelles. Il travaille en étroite collaboration avec le Bureau de l'informatique et des communications, qui assure le volet technique, pour garantir que la solution choisie soit conforme aux normes informatiques.

B. Communiqués de presse

65. Dans le cadre de ses services d'information, la Section des communiqués de presse du Département a continué d'assurer avec diligence et fidélité la couverture

intégrale de l'ensemble des séances publiques des organes principaux de l'Organisation des Nations Unies et de leurs grands organes subsidiaires, ainsi que de certains points de presse et conférences de presse. Communiqués de presse et résumés de séance ont été distribués à l'échelle mondiale, en ligne et dans le cadre du réseau mondial de centres d'information des Nations Unies.

66. Entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2017, la Section a produit 1 901 communiqués de presse en anglais et en français, totalisant 10 462 pages. Cette production comprend des résumés de séances (782), des communiqués de presse concernant des déclarations faites par des responsables de l'Organisation (895) et des résumés et transcriptions de points de presse et de conférences de presse (224). Sur ce nombre, 427 communiqués de presse ont porté sur la partie principale de la session de l'Assemblée générale, tenue de mi-septembre à décembre 2017, et notamment sur les séances plénières de l'Assemblée et les séances des six grandes commissions.

67. Au total, 474 communiqués de presse portaient sur le Conseil de sécurité, notamment sur les séances tenues au niveau ministériel sur le règlement des conflits au Moyen-Orient et en Afrique du Nord et la lutte contre la menace terroriste dans la région, la lutte contre le financement du terrorisme et de l'extrémisme violent, et les femmes et la paix et la sécurité. Les débats de fond portant sur l'ensemble des questions dont est saisi le Conseil, y compris le sort des enfants en temps de conflit armé, la non-prolifération des armes nucléaires, la paix et la sécurité en Afrique, les tribunaux pénaux internationaux et la protection des civils, ont été résumés orateur par orateur. Les déclarations du Conseil à la presse ont également été couvertes. 38 autres communiqués de presse concernaient le Conseil économique et social et portaient notamment sur sa session de fond, tenue au cours de la période considérée. En outre, 694 communiqués de presse portaient sur des déclarations, des observations et des messages du Secrétaire général et de la Vice-Secrétaire générale ainsi que sur des contenus provenant d'autres bureaux et départements de l'ONU.

68. Les statistiques recueillies à l'aide du programme Google Analytics montrent qu'entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2017, les sites Web consacrés à la couverture des réunions et aux communiqués de presse en anglais et en français ont enregistré une augmentation du nombre d'utilisateurs, de pages vues et de sessions par rapport à la même période en 2016. Le site en anglais a enregistré une augmentation de 19 % du nombre de sessions, de 46 % du nombre d'utilisateurs et de 15 % du nombre de pages vues. Sur le site en français, le nombre de sessions a augmenté de 20 %, le nombre d'utilisateurs de 44 % et le nombre de pages vues de 13 %.

69. Une comparaison avec la même période en 2016 indique qu'en pourcentage, la plus forte augmentation du nombre de sessions en ligne (113 %) a été constatée, pour le site en anglais, dans la région de l'Afrique centrale (voir fig. VIII), et, pour le site en français, dans les Caraïbes (76 %) (voir fig. IX).

Figure VIII
Augmentation du nombre de sessions par région (site en anglais)
entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2017, par rapport à la même
période en 2016

(En pourcentage)

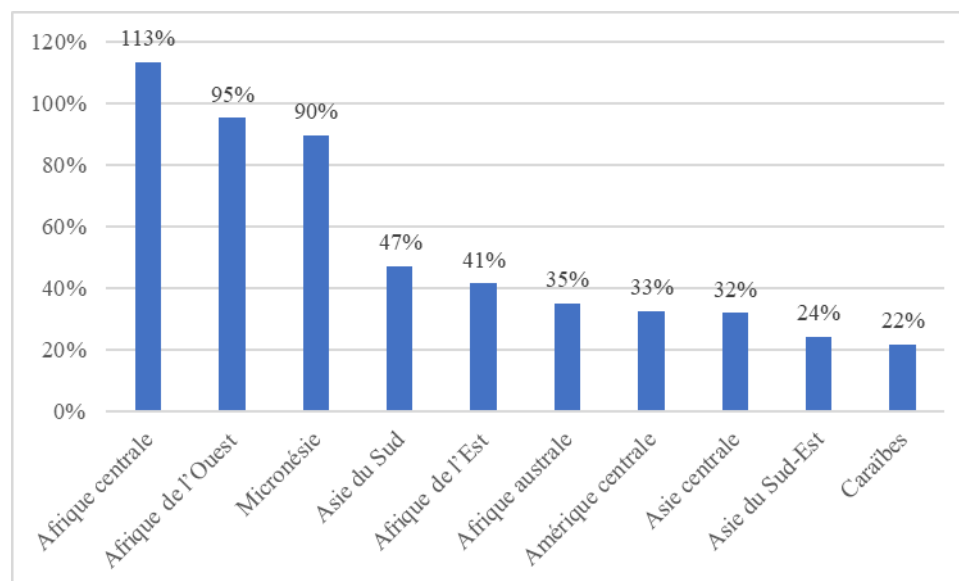
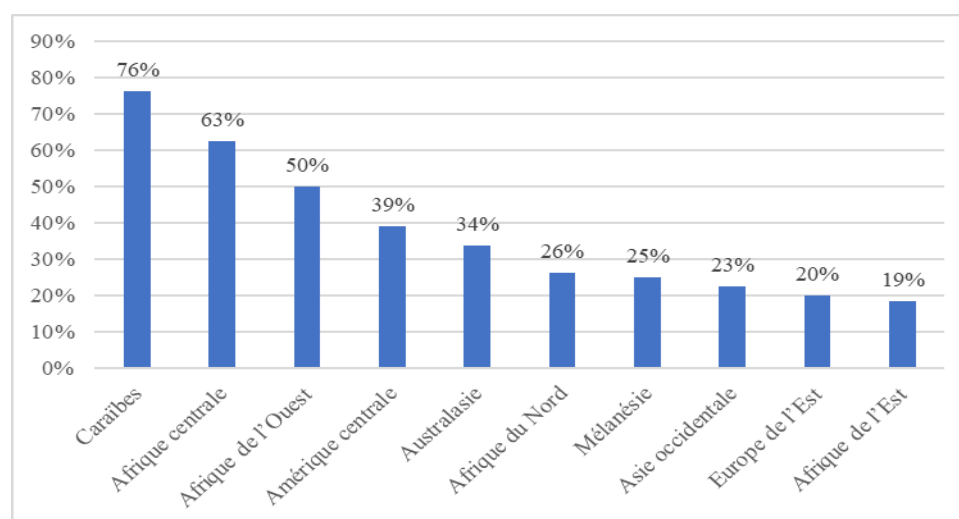


Figure IX
Augmentation du nombre de sessions par région (site en français)
entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2017, par rapport à la même période en 2016

(En pourcentage)



70. En valeur absolue, la plus forte augmentation du nombre de sessions pour le site en anglais a été observée en Asie du Sud, avec 69 488 sessions supplémentaires entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre par rapport à la même période l'année précédente (voir fig. X). Pour le site en français, 12 618 sessions supplémentaires ont été enregistrées depuis l'Afrique de l'Ouest par rapport à la même période en 2016 (voir fig. XI). Pour ce qui est des pays concernés, la plus forte augmentation du nombre de sessions a été observée en Inde pour les produits en anglais relevant de la couverture des réunions et en France pour les produits en français.

Figure X

Augmentation du nombre de sessions (site en anglais) entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2017, par rapport à la même période en 2016

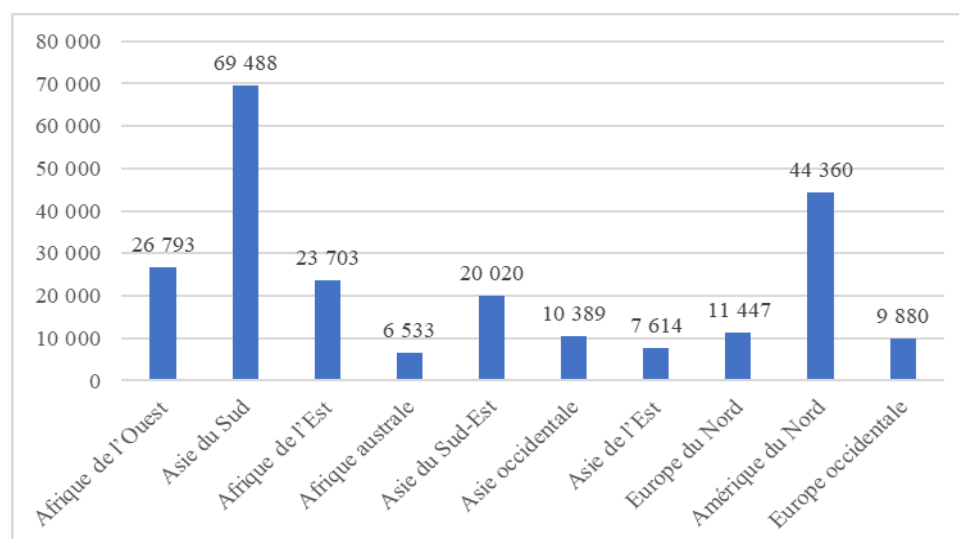
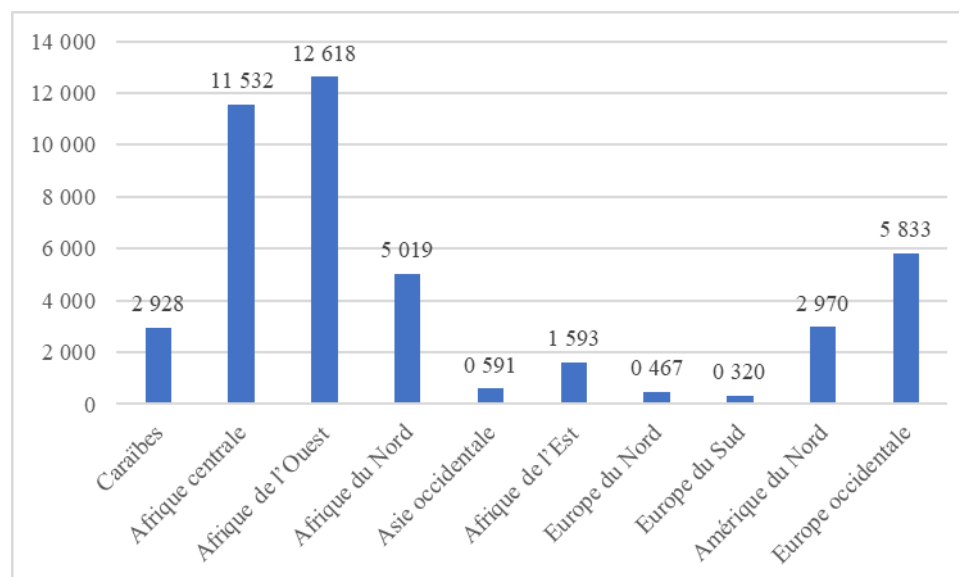


Figure XI

Augmentation du nombre de sessions par région (site en français) entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2017, par rapport à la même période en 2016



71. Le Département a continué de chercher des solutions pour répondre à la demande du Comité, qui a souhaité que les communiqués de presse paraissent dans toutes les langues officielles, et il a poursuivi ses consultations à cet égard avec le Département de l'Assemblée générale et de la gestion des conférences. Le Comité ayant demandé au Secrétaire général de veiller à ce que le Département de l'information dispose, dans toutes les langues officielles, des moyens nécessaires pour mener à bien l'ensemble de ses activités, le Département a demandé des postes supplémentaires et des ressources non affectées à des postes dans le cadre du budget ordinaire pour 2018-2019. Toutefois, la demande de postes supplémentaires n'a pas

été approuvée et des réductions budgétaires ont été imposées par l'Assemblée générale.

C. Accréditations et liaison avec les médias

72. Entre septembre 2017 et mars 2018, le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias du Département a traité environ 3 300 demandes d'accréditation en vue de la couverture de manifestations tenues au Siège de l'Organisation des Nations Unies, notamment pendant le débat général de la soixante-douzième session de l'Assemblée générale et d'autres manifestations de haut niveau. Il a également supervisé l'accréditation des médias pour la réunion préparatoire organisée en décembre 2017 à Puerto Vallarta (Mexique) en vue de tirer le bilan du processus d'élaboration d'un pacte mondial sur les migrations.

73. En amont du débat général, le Groupe a informé les représentants des médias et des États Membres des dispositions relatives aux médias. Il a coordonné et supervisé la mise en place d'un centre des médias, afin que les journalistes bénéficient de tous les moyens et de l'assistance requis pour pouvoir assurer la couverture de tous les aspects des travaux de l'Organisation durant la période du débat général.

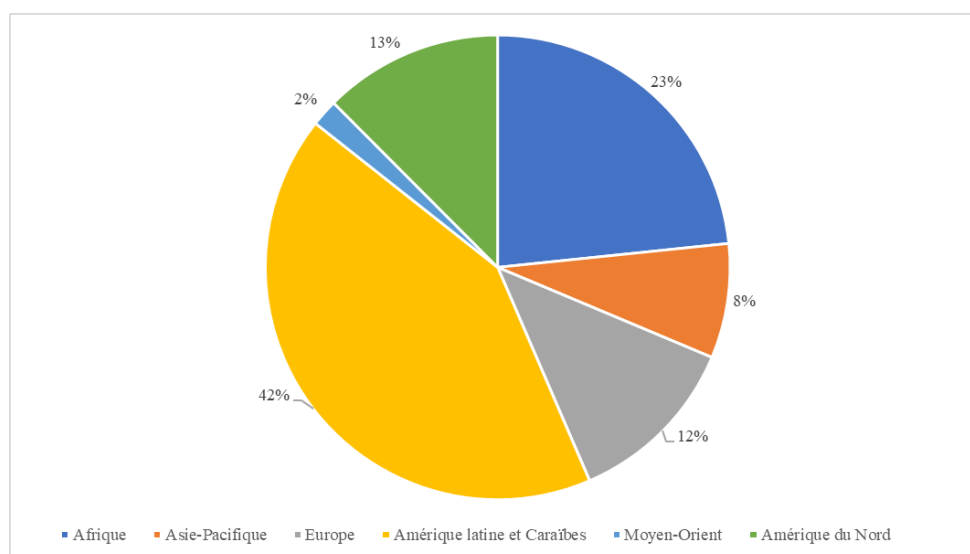
74. Entre septembre et mars, le Groupe a fourni informations et assistance logistique dans le cadre de quelque 430 rencontres avec la presse et points de presse auxquels ont participé 4 000 journalistes. Il a également contribué à la couverture médiatique d'environ 200 réunions bilatérales et séances photos avec le Secrétaire général.

75. Afin de signaler aux médias les réunions et autres manifestations à couvrir, le Groupe a diffusé des alertes, accompagnées d'informations et de documents essentiels, aux membres de la presse et à d'autres clients par l'intermédiaire de son site Web et de listes de diffusion ainsi que via son compte Twitter qui, en janvier 2018, comptait plus de 40 000 abonnés.

D. Partenariats

76. À sa trente-neuvième session, le Comité de l'information a demandé au Département de l'information de continuer de constituer des partenariats pour porter le message de l'Organisation aux quatre coins du monde. Les partenariats actuels de télédiffusion et de radiodiffusion du Département couvrent toutes les régions, le plus grand nombre de partenaires se trouvant en Amérique latine et dans les Caraïbes, puis en Afrique. Les diffuseurs de la région du Moyen-Orient représentent actuellement la plus petite portion des accords officiels de partenariat conclus par le Département, mais les produits réalisés par celui-ci revêtent manifestement un intérêt pour les diffuseurs de cette région, puisque les séquences d'information UNifeed sont diffusées plus fréquemment par les radiodiffuseurs du Moyen-Orient que par ceux de toute autre région.

Figure XII
Répartition des partenaires de la radio et de la télévision des Nations Unies,
par région, en janvier 2018



77. Pour remédier aux problèmes de communication que pose le fossé numérique, le Département a développé ses activités de partenariat avec des médias d'Afrique, région où les médias audiovisuels traditionnels continuent d'avoir la plus forte présence, alors même que l'utilisation des technologies mobiles, y compris la consommation de contenus médiatiques sur smartphone, est en nette croissance. Parallèlement à l'établissement de nouveaux partenariats de radiodiffusion avec des stations de radio FM sur tout le continent, le Département a également mis en place en octobre 2017 un partenariat avec Tuluntulu, application vidéo mobile populaire créée en Afrique du Sud qui permet aux abonnés de l'ensemble du continent de regarder des vidéos en continu sur les réseaux mobiles. Tuluntulu a ajouté les séries *21st Century* et *L'ONU en action*, produites par l'ONU, à la chaîne qu'il gère et à laquelle ont accès tous les abonnés de la plateforme.

78. S'adaptant aux innovations technologiques et à l'évolution des comportements en matière de consommation de contenus, le Département a continué de conclure et de bâtir de nouveaux partenariats dans le secteur des médias non traditionnels. En septembre 2017, la compagnie Xiamen Airlines a projeté dans l'ensemble de ses appareils, immédiatement après le décollage et la communication des consignes de sécurité, une vidéo présentant l'Assemblée générale et la couverture assurée à cet égard par le Département. Cette vidéo promotionnelle a été vue par 2,3 millions de passagers. En janvier 2018, dans le cadre de l'accord qu'elle a conclu avec le Département, cette compagnie a dévoilé, au cours d'une cérémonie spéciale tenue à Charleston (États-Unis), un Boeing 787-9 Dreamliner doté d'une livrée créée sur mesure pour promouvoir les objectifs de développement durable.

E. Suivi de l'information

79. Le Département a continué de suivre la couverture médiatique mondiale de l'activité de l'Organisation des Nations Unies et des grandes questions internationales liées à sa mission, en s'appuyant sur un éventail toujours plus étendu d'organes de presse. Au cours de la période considérée, le Département a fait parvenir coupures de presse quotidiennes et titres de l'actualité aux abonnés du système des Nations Unies

ayant souhaité les recevoir par courriel et contribué à l'analyse de la couverture médiatique de l'activité de l'Organisation, dans le cadre d'un effort global d'évaluation de son impact.

VI. Une culture de l'évaluation

80. Le Département a évalué l'exécution des activités qui lui ont été confiées à l'aide d'un large éventail de données quantitatives et qualitatives. S'appuyant sur le code standard qu'il a intégré à ses sites pour en mesurer et analyser l'audience, le Département puise aussi à d'autres sources d'analyse, y compris le travail de son Groupe de la recherche en matière d'évaluation et de communication et celui qu'effectuent les centres d'information des Nations Unies, ainsi que le suivi de l'information et les analyses de la couverture.

81. Une partie de ce travail d'évaluation nécessitait la mise en place d'un code universel de suivi des utilisateurs permettant de recueillir des données uniformes relatives au trafic sur l'ensemble des sites du Département, y compris tous les nouveaux sites d'information intégrés. L'idée est de présenter toutes ces données sous la forme d'un unique tableau de bord. Ce tableau, qui est en cours d'élaboration, permettra au Département d'avoir une vision plus détaillée du comportement des utilisateurs, et notamment de leurs préférences en matière de contenus et de méthodes d'accès. Par ailleurs, le Département a passé en revue en interne les contenus qu'il produit afin d'évaluer la diffusion, la pertinence et la cohérence du message.

82. Au cours de la période considérée, le Département a évalué l'ensemble des plateformes et services sur lesquels les contenus produits sont mis à disposition en fonction de l'efficacité avec laquelle ils touchent les publics cibles dans le monde, et compte tenu des modes de consommation de contenus et des besoins.

83. Dans le cadre d'un examen continu des données aussi bien qualitatives que quantitatives, le Département est parvenu à analyser plus systématiquement sa prestation au regard des priorités fixées par l'Organisation en matière d'information.

VII. Conclusion

84. Avec pour canevas les orientations données par le Comité de l'information, le Département de l'information poursuit l'examen des services d'information et des médias pour s'assurer qu'ils respectent les plus hauts critères de qualité en mettant à la disposition des publics cibles, dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais, une information actuelle, fidèle et équilibrée sur les grands sujets intéressant l'ONU et les activités qu'elle mène.

85. Le Département a mis son énergie, sa créativité et son initiative au service du multilinguisme dans tous ses programmes et activités, décidant notamment de créer une équipe multilingue chargée des médias sociaux aux fins de la gestion des comptes vedettes de l'Organisation dans les huit langues et du développement de la coopération entre plateformes. Avec ONU Info, le nouveau site Web, l'activité multimédia du Département dans le domaine de l'information offre désormais au public une plateforme unique harmonisée dans chacune des huit langues, avec des fonctionnalités adaptées à leurs publics respectifs.

Depuis la numérisation des archives audiovisuelles historiques de l'Organisation jusqu'à la communication d'images en provenance des zones les plus reculées du monde, le Département s'adapte à l'évolution rapide de l'univers de l'information pour répondre aux besoins de ses publics très divers. En produisant des contenus sur

supports traditionnels comme sur les nouveaux médias, en élargissant son réseau de stations et de diffuseurs partenaires, et en recourant de plus en plus à l'analyse de données pour évaluer et rationaliser sa production, le Département accentue son effort en vue de sensibiliser le public aux activités de l'Organisation et de raffermir le soutien qu'elles suscitent.
