



Assemblée générale

Distr. générale
12 février 2019
Français
Original : anglais

Comité de l'information

Quarante et unième session

29 avril-10 mai 2019

Point 8 de l'ordre du jour provisoire*

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

Activités du Département de la communication globale : services d'information

Rapport du Secrétaire général

Résumé

On trouvera dans le présent rapport, établi en application de la résolution [73/102 B](#) de l'Assemblée générale, un résumé des principales avancées enregistrées par le Département de la communication globale entre juillet 2018 et janvier 2019 pour faire en sorte que ses services d'information contribuent à mieux faire connaître les activités de l'Organisation des Nations Unies partout dans le monde.

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 multimédias 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. La Division de l'information et des médias gère aussi le site Web de l'ONU et ses collections audiovisuelles et photographiques historiques et met à la disposition des parties intéressées toute une gamme de produits et de services d'information.

Les activités entreprises au titre des autres sous-programmes du Département, 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.198/2019/2](#) et [A/AC.198/2019/4](#), respectivement).

* [A/AC.198/2019/1](#).



I. Introduction

1. Dans sa résolution [73/102 B](#), l'Assemblée générale a pris acte des rapports du Secrétaire général sur les activités du Département de l'information, renommé « Département de la communication globale » à compter du 1^{er} janvier 2019, présentés au Comité de l'information pour examen à sa quarantième session ([A/AC.198/2018/2](#), [A/AC.198/2018/3](#) et [A/AC.198/2018/4](#)) et prié le Secrétaire général de continuer de rendre compte de ces activités au Comité.
2. Le Département fournit ci-après les informations demandées sur les services d'information.
3. Le présent rapport contient une description des services assurés par la Division de l'information et des médias du Département de la communication globale, une place spéciale étant accordée à la production de contenus multimédias multilingues ainsi qu'aux réformes engagées pour toucher un public plus large dans des endroits plus divers. Le Département utilise de multiples plateformes pour mobiliser la jeunesse, faire connaître les priorités de l'Organisation et donner aux populations les moyens d'agir en les informant, notamment les médias sociaux, l'Internet, des vidéos, des photos, la presse écrite, la télévision et la radio. Il encourage en outre le respect du principe du multilinguisme des sites Web qu'il administre et de tous les autres contenus qu'il crée, aussi bien pour les plateformes numériques que pour les plateformes traditionnelles.

II. Aperçu général

4. Le Département de la communication globale conçoit et met à la disposition du grand public et de ses partenaires des médias (radio, presse écrite, télévision, plateformes numériques, etc.) des produits d'information fiables et nuancés sur des sujets d'actualité, et ce dans les six langues officielles de l'ONU ainsi qu'en swahili et en portugais. Pour ce faire, il s'appuie sur les priorités et orientations définies par le Comité de l'information, notamment en procédant régulièrement à des études d'impact et à des évaluations, en utilisant des formats adaptés à différents publics et en nouant des partenariats avec diverses organisations des médias et d'autres organismes de diffusion pour renforcer, dans la plus grande transparence, le soutien dont jouissent les activités de l'Organisation.
5. Au cours de l'année écoulée depuis la quarantième session du Comité, le Département a continué de veiller au respect du multilinguisme sur toutes ses plateformes d'information et s'est assuré que l'utilisation des technologies nouvelles et émergentes ne se faisait pas au détriment des outils de communication traditionnels, tels que la radio, la télévision et les vidéos, qui permettent à des entités de plus petite taille de faire entendre leur voix. Il a en outre redoublé d'efforts pour toucher des publics plus jeunes, en créant des contenus novateurs et en les diffusant au moyen de supports de communication traditionnels et nouveaux.

III. Numérique

A. Site Web de l'ONU

6. Pendant la période à l'examen, le Département a continué de défendre le principe du multilinguisme du site Web de l'ONU (www.un.org) et souligné la nécessité de se plier à cette exigence fondamentale lors de la création de nouveaux

sites et pages Web et de l'organisation de campagnes de communication stratégiques clefs ainsi que de repenser les sites existants en tenant compte de cet impératif.

7. Les contenus ayant trait aux questions d'actualité et aux diverses campagnes menées par l'Organisation étant parmi les plus consultés par le public sur le site Web de cette dernière, le Département s'est efforcé, dans ses activités de création de nouveaux contenus, de tenir compte de la question du multilinguisme dès la phase de planification. Par exemple, de nouvelles pages de rappels des faits ont été publiées pour les journées internationales de l'ONU et divers traités, conventions et accords ainsi que pour trois questions d'importance mondiale, à savoir celles de l'égalité des sexes, de l'élimination de la pauvreté et des migrations internationales. La page d'accueil principale du site de l'Organisation a par ailleurs été mise à jour afin d'attirer l'attention du public, dans les six langues officielles, sur divers domaines d'action prioritaires, concernant notamment le climat, l'égalité des sexes et l'élimination de la pauvreté. Une nouvelle page visant à faire la promotion de campagnes telles que celle des 16 journées de mobilisation contre la violence sexiste (du 25 novembre au 10 décembre) a également été lancée dans les six langues.

8. Au cours de la période considérée, des sites Web ont été créés, chacun dans les six langues officielles de l'Organisation, au sujet de cinq nouvelles journées internationales des Nations Unies, à savoir la Journée mondiale de la créativité et de l'innovation (21 avril), la Journée mondiale des abeilles (20 mai), la Journée internationale du parlementarisme (30 juin), la Journée internationale des langues des signes (23 septembre) et la Journée internationale de la couverture sanitaire universelle (12 décembre).

9. Le Département a travaillé en étroite collaboration avec différentes entités des Nations Unies pendant la période considérée afin de s'assurer que leur présence en ligne respectait les exigences du multilinguisme. Parmi les projets notables, on peut citer ceux concernant :

a) les sites Web du Conseil de sécurité (www.un.org/fr/sc) et de ses organes subsidiaires (www.un.org/securitycouncil/content/committees-working-groups-and-ad-hoc-bodies) ;

b) le site Web du Répertoire de la pratique du Conseil de sécurité (www.un.org/securitycouncil/content/repertoire/structure) ;

c) le site Web du Bureau de lutte contre le terrorisme (www.un.org/fr/counterterrorism/).

10. Au cours de la période considérée, le Département a ouvert plusieurs autres sites multilingues, dont une page consacrée aux opérations de consolidation de la paix des Nations Unies (www.un.org/peacebuilding/fr), qui présente des informations ayant trait aux activités que mène l'ONU en la matière, notamment par l'intermédiaire de la Commission de consolidation de la paix, du Fonds pour la consolidation de la paix et du Bureau d'appui à la consolidation de la paix.

11. L'un des pages les plus populaires du site Web de l'ONU est celle portant sur les objectifs de développement durable (www.un.org/sustainabledevelopment/fr/). Ainsi, entre le 1^{er} janvier et le 30 novembre 2018, cette page a été consultée 15 millions de fois. Les utilisateurs y ont par ailleurs passé 7,43 % de temps supplémentaire, ce qui témoigne d'une prise de conscience accrue de leur part. Cette page Web a été reconfigurée pour répondre aux normes de l'Organisation et publiée à nouveau dans les six langues officielles.

12. En octobre 2018, un nouveau site consacré à l'action climatique et à la préparation du Sommet sur le climat convoqué par le Secrétaire général, qui doit se

tenir en septembre 2019, a été lancé dans les six langues officielles (www.un.org/fr/climatechange/) ; en décembre, il avait été consulté 228 889 fois.

13. En coopération avec le Département de l'Assemblée générale et de la gestion des conférences, l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (ONU-Femmes) et le Bureau des ressources humaines, le Département a lancé un site Web dans les six langues officielles de l'Organisation présentant des conseils et des outils pratiques pour la prise en compte des considérations de genre dans l'expression linguistique (www.un.org/fr/gender-inclusive-language/). Il s'agit là d'un aspect essentiel de la stratégie de l'ONU sur la parité des sexes, ce projet s'étant d'ailleurs classé parmi les finalistes du Prix du Secrétaire général en 2018.

14. Afin de mieux faire connaître l'initiative de réforme du Secrétaire général et d'en assurer la transparence, un site Web disponible dans les six langues officielles de l'ONU a été créé à son sujet, en coopération avec le Département des stratégies et politiques de gestion et de la conformité (anciennement Département de la gestion) et le Bureau de l'informatique et des communications (<https://reform.un.org/fr>). Ce site propose des informations générales, des dossiers et des points d'actualité sur les trois piliers de cette réforme.

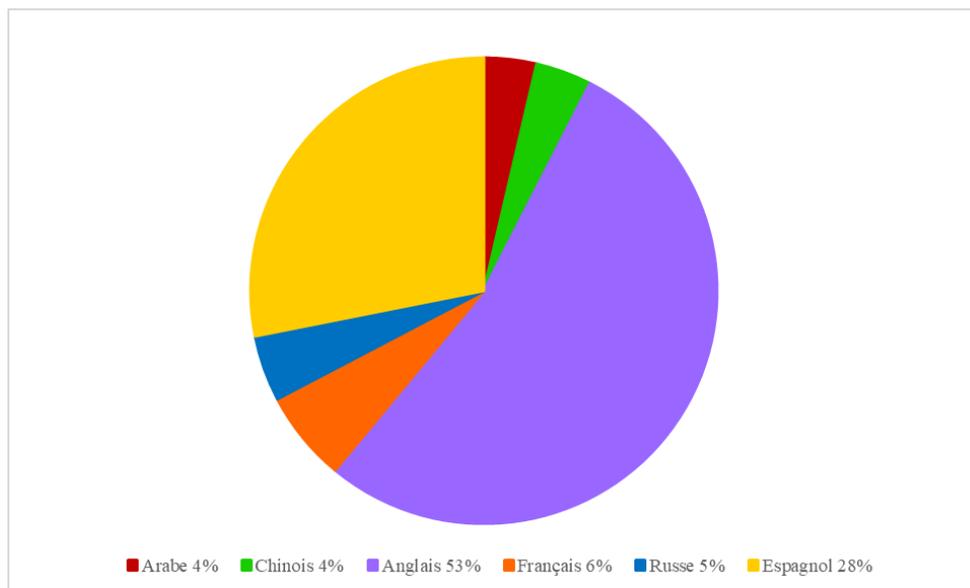
15. En collaboration avec le Bureau de la Représentante spéciale du Secrétaire général pour les migrations internationales, le Département a mis au point un site Web multilingue consacré à la Conférence intergouvernementale pour l'adoption du Pacte mondial sur les migrations (www.un.org/fr/conf/migration/), tenue en décembre 2018 à Marrakech (Maroc). Lancé en août 2018, ce site, qui existe dans les six langues officielles de l'Organisation, contient des informations sur la Conférence et les manifestations organisées en parallèle ainsi que divers liens utiles. On y trouve par ailleurs des contenus vidéo et audio, des articles d'actualité, des communiqués de presse, des photos et des déclarations. En décembre 2018, il avait été consulté 269 855 fois.

16. Un nouveau site Web entièrement remanié et restructuré a été lancé dans toutes les langues de l'Organisation au sujet du Bureau de l'administration de la justice (www.un.org/fr/internaljustice/). On y trouve des informations détaillées sur le système de justice interne de l'ONU ainsi que de nombreux contenus multimédias.

17. Le site UN.org, qui sert de point d'entrée multilingue vers le système des Nations Unies dans tous les pays du monde, est la plateforme numérique des Nations Unies la plus consultée. Le taux moyen de fréquentation de cette page entre le 1^{er} janvier et le 30 novembre 2018 a augmenté de 2,9 % par rapport à la même période de 2017, le nombre d'utilisateurs atteignant 43,7 millions. Le nombre de vues a quant à lui progressé de 2 millions pour atteindre 147 millions.

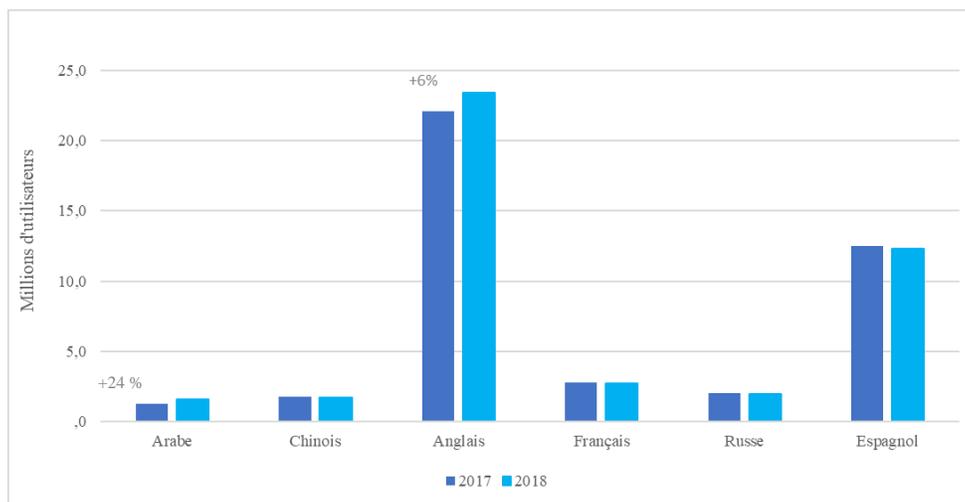
18. La répartition de l'audience du site Web entre les différentes langues est restée stable, bien que la part des versions arabe et anglaise ait légèrement augmenté (voir fig. 1).

Figure 1
Répartition des parts d'audience par langue (1^{er} janvier au 30 novembre 2018)



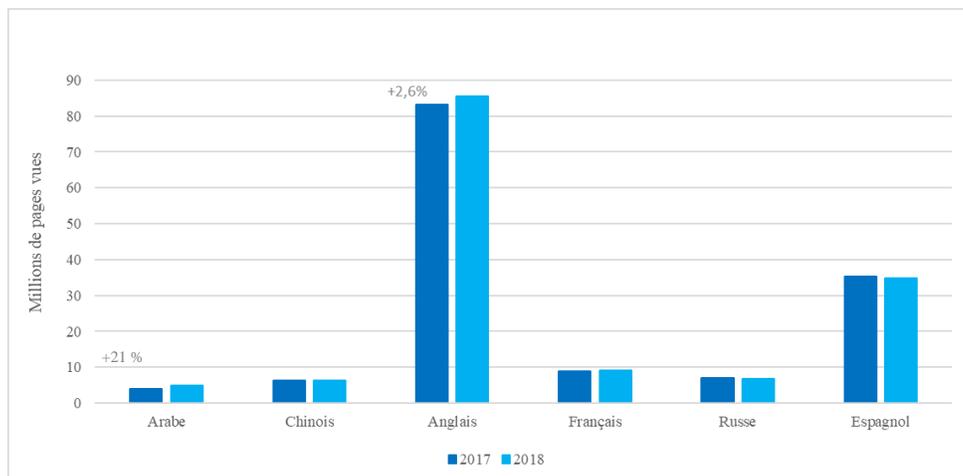
19. Ce sont les versions arabe et anglaise du site Web qui ont enregistré la plus forte croissance du nombre d'utilisateurs, avec une progression de 24 % dans le cas de la version arabe (voir fig. 2).

Figure 2
Évolution du nombre total d'utilisateurs, par langue (par rapport à la même période de 2017)



20. S'agissant du nombre total de pages vues, ce sont également les versions anglaise et arabe du site Web qui ont suscité le plus d'intérêt, ce chiffre ayant augmenté de 21 % pour la version arabe (voir fig. 3).

Figure 3
Évolution du nombre de pages vues, par langue (par rapport à la même période de 2017)



21. Des six versions du site Web, la version arabe est celle dont le nombre d'utilisateurs et la fréquentation ont proportionnellement le plus progressé, grâce entre autres aux efforts déployés pour y présenter des documents revêtant un intérêt particulier pour le public arabophone. La progression soutenue du nombre d'utilisateurs et de la fréquentation du site Web de l'ONU en langue arabe concerne également d'autres plateformes, notamment les médias sociaux.

22. La durée de consultation des pages est restée pratiquement inchangée par rapport à la même période l'année précédente, les utilisateurs ayant continué d'y passer en moyenne un peu moins de trois minutes, et ce quelle que soit la langue, ce qui traduit l'intérêt véritable et continu du public.

B. Médias sociaux

23. Le Département a continué de renforcer l'aspect multilingue de ses comptes officiels sur les réseaux sociaux. Pendant la période considérée, il a interagi avec ses abonnés du monde entier, qu'il a régulièrement informés, dans huit langues (six langues officielles, swahili et portugais) des travaux et priorités de l'Organisation. Son public s'est accru de façon régulière sur diverses plateformes de communication influentes et populaires, telles que Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Tumblr, Twitter, VK, WeChat, Sina Weibo et YouTube.

24. Dans un souci d'efficacité, le Département n'a cessé d'adapter sa stratégie globale en faveur du multilinguisme sur les réseaux sociaux à la réalité de la situation et de partager ses expériences avec l'ensemble du Secrétariat et ses bureaux hors Siège. Il joue un rôle de premier plan dans l'élaboration des composantes en ligne de la communication numérique sur diverses questions essentielles, notamment les changements climatiques, les migrations et la réforme de l'Organisation.

25. Parmi les messages multilingues les plus lus sur les réseaux sociaux pendant la période considérée, on retrouve ceux ayant trait aux objectifs de développement durable, aux mesures prises par l'Organisation pour faire face aux mouvements à grande échelle de réfugiés et de migrants, à la suppression de la violence à l'égard des femmes, à l'épidémie d'Ebola en République démocratique du Congo et à la situation au Mali, en République centrafricaine, en République arabe syrienne et au

Yémen, ainsi qu'à la question de Palestine. Les messages relatifs à la Journée internationale de la paix et au soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme ont également fait l'objet d'une attention particulière. Le Département s'emploie à améliorer la prise de conscience de l'influence qu'exercent les États Membres sur les opérations de maintien de la paix des Nations Unies et de leurs contributions à ces opérations.

26. Pour sensibiliser les plus jeunes aux activités de l'Organisation, le Département a travaillé en étroite collaboration avec le Bureau de l'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse afin de mettre au point des contenus numériques visuels spécialement conçus pour le lancement de la Stratégie des Nations Unies pour la jeunesse et pouvant être partagés. En décembre 2018, ces images, présentées sous la forme de gifs – ou graphiques bitmap, avaient été vues plus de 25 millions de fois sur la page ONU du site Giphy. Le Département continue par ailleurs de renforcer sa présence sur Instagram, plateforme populaire auprès des jeunes, dont il se sert, parallèlement à IGTV (variante d'Instagram spécifiquement axée sur les vidéos), pour partager des photos et des contenus éphémères (ou « stories »). L'attention portée aux informations que publie l'ONU sur IGTV est semblable, voire supérieure, à celle dont bénéficient les contenus qui y sont postés par les médias, notamment de grandes chaînes de télévision, ou d'autres utilisateurs, ce qui montre que les efforts déployés par l'Organisation pour toucher les jeunes en s'adaptant rapidement aux nouvelles technologies portent leurs fruits.

27. Toutes langues confondues, le nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU sur les réseaux sociaux a augmenté de 14 % entre janvier et octobre 2018, soit une progression de près de 6 millions d'utilisateurs en 10 mois. Cette croissance a été mesurée pour chacune des langues individuellement (voir fig. 4 à 12).

Figure 4

**Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU
(de janvier à octobre 2018)**

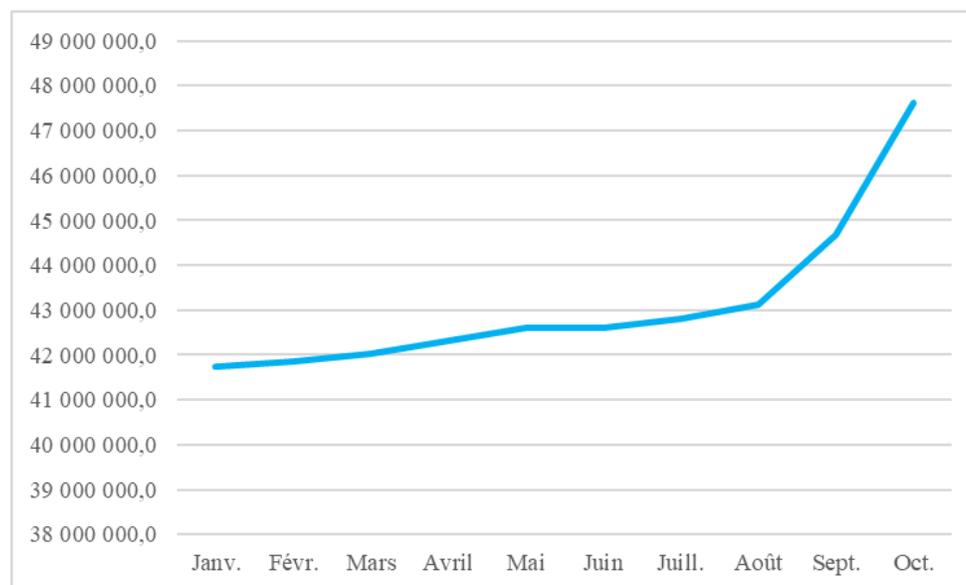


Figure 5
Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en arabe
(de janvier à octobre 2018)

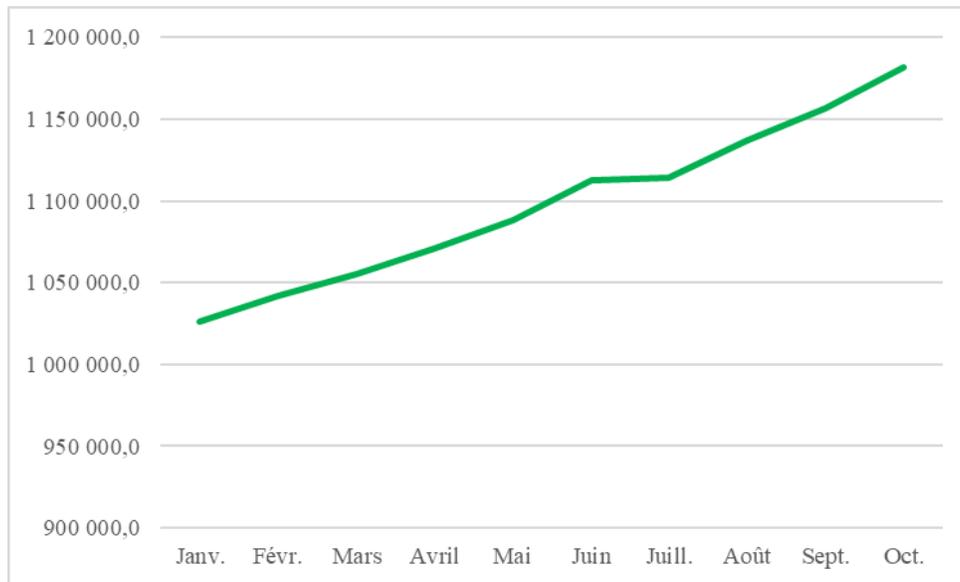


Figure 6
Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en chinois
(de janvier à octobre 2018)

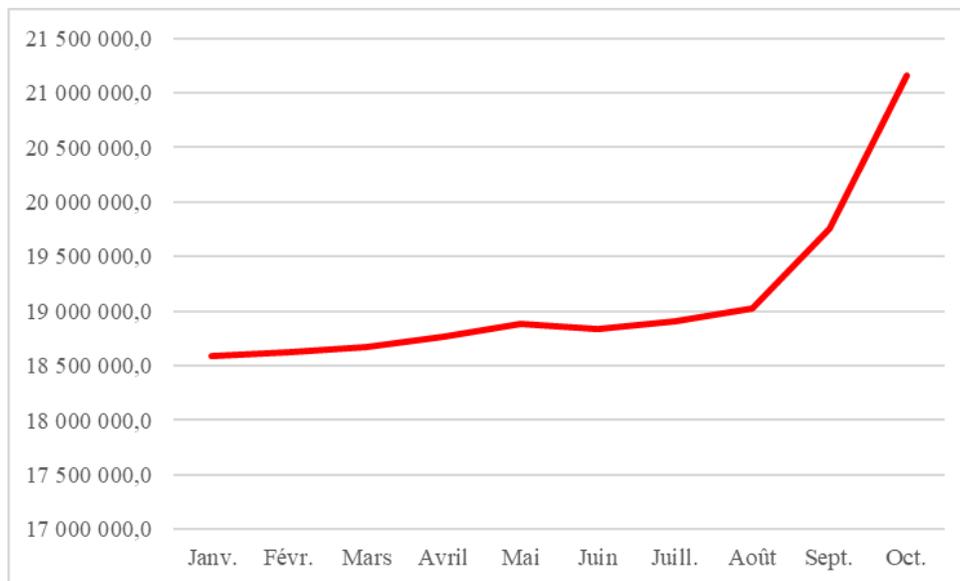


Figure 7
**Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en anglais
(de janvier à octobre 2018)**

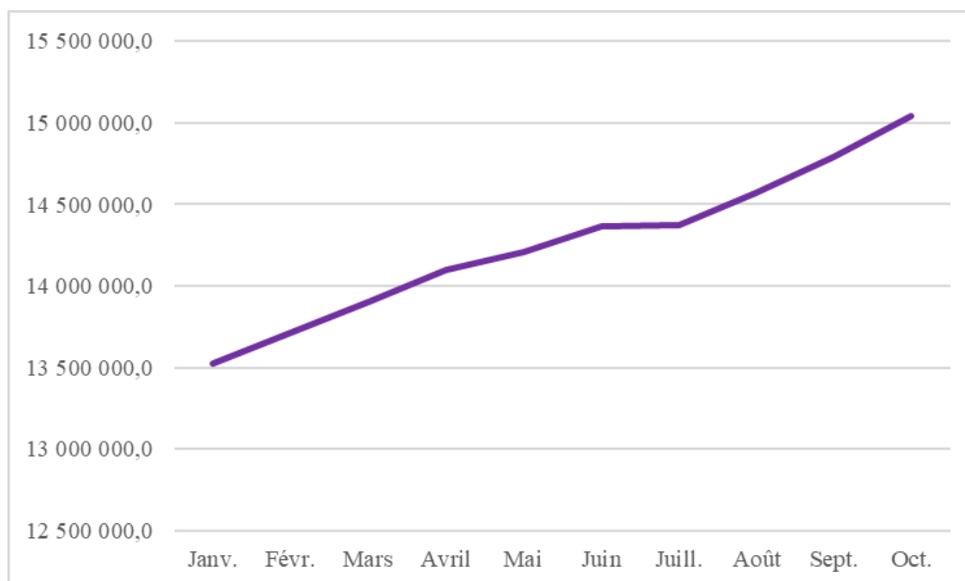


Figure 8
**Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en français
(de janvier à octobre 2018)**

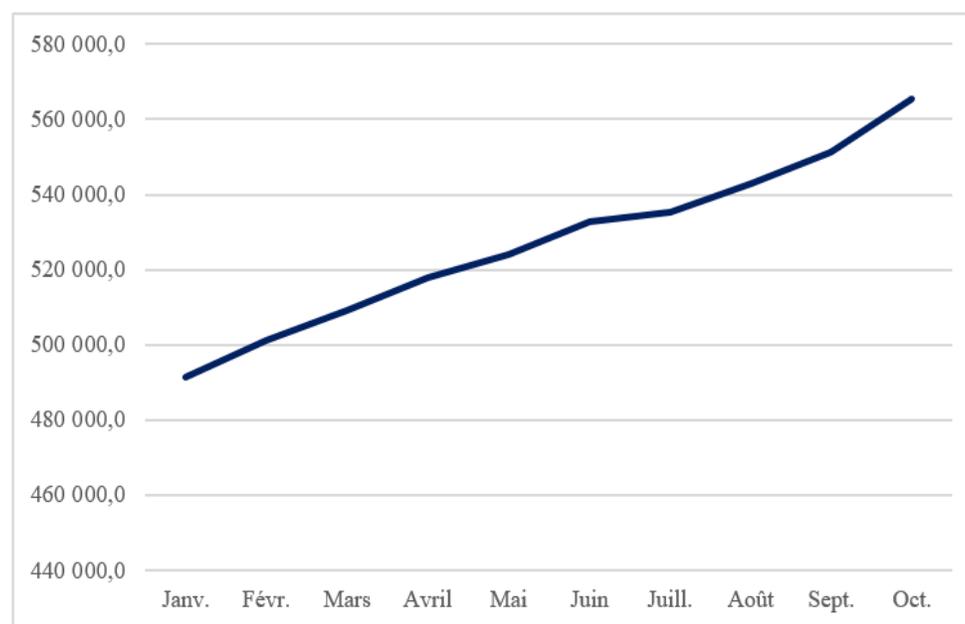


Figure 9
Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en swahili
(de janvier à octobre 2018)

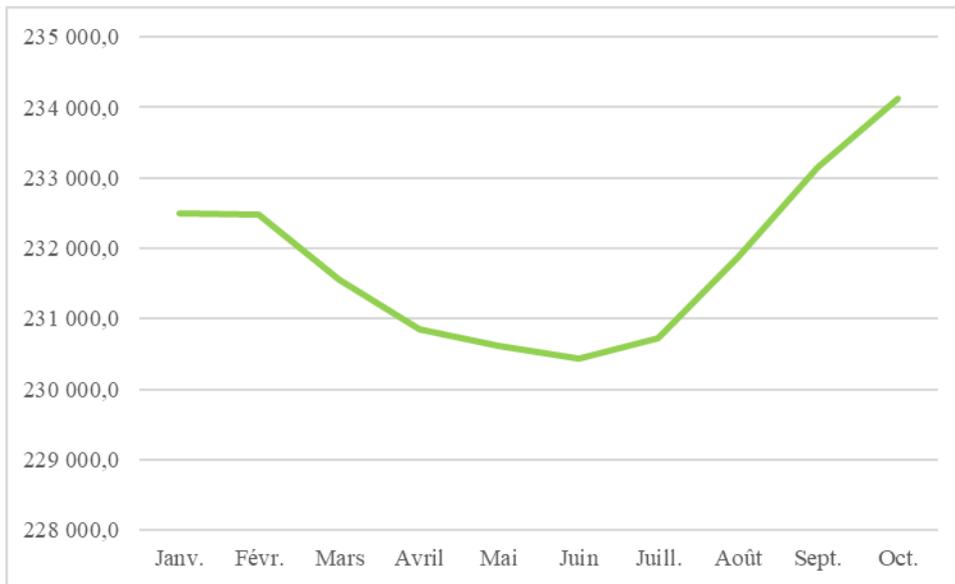


Figure 10
Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en portugais
(de janvier à octobre 2018)

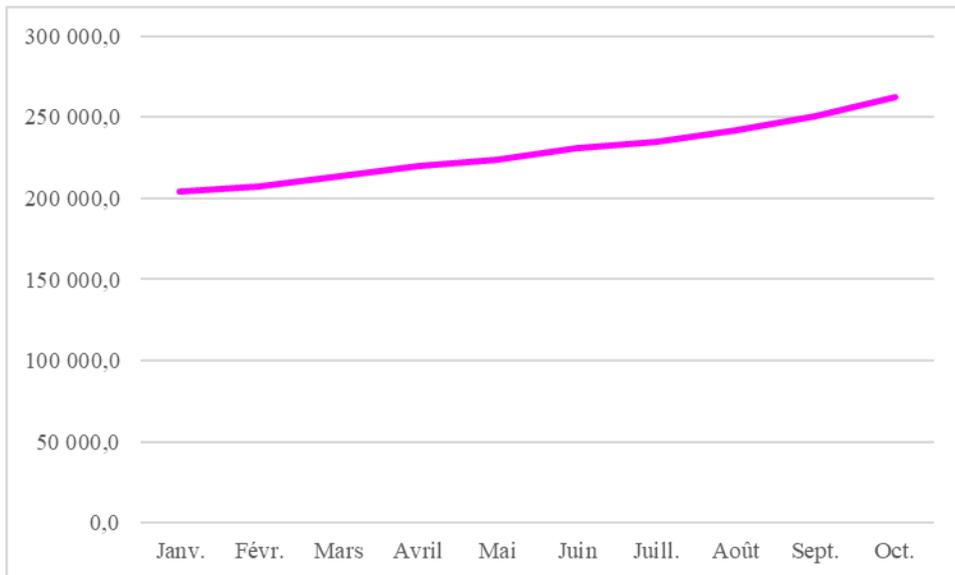


Figure 11
**Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en russe
 (de janvier à octobre 2018)**

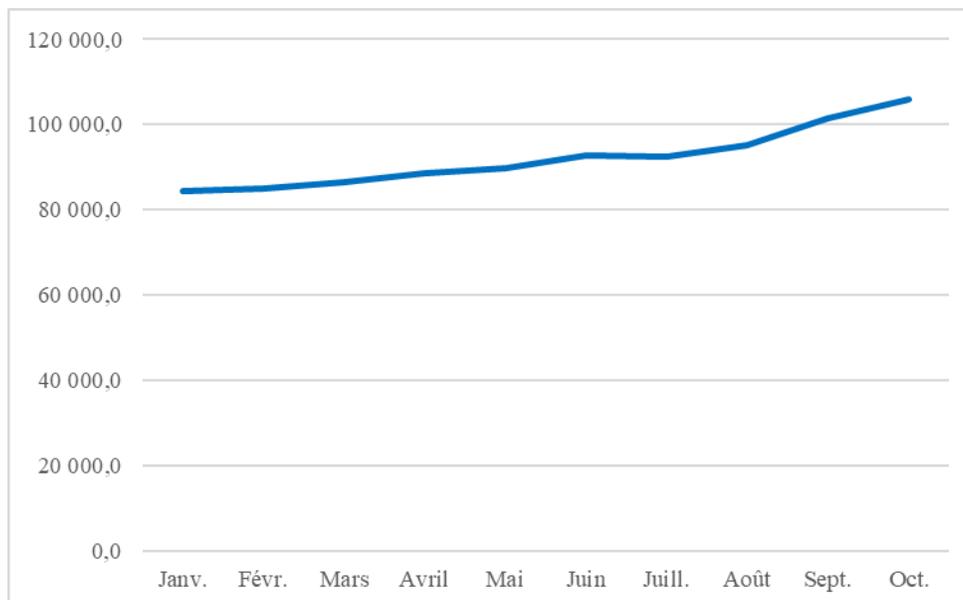
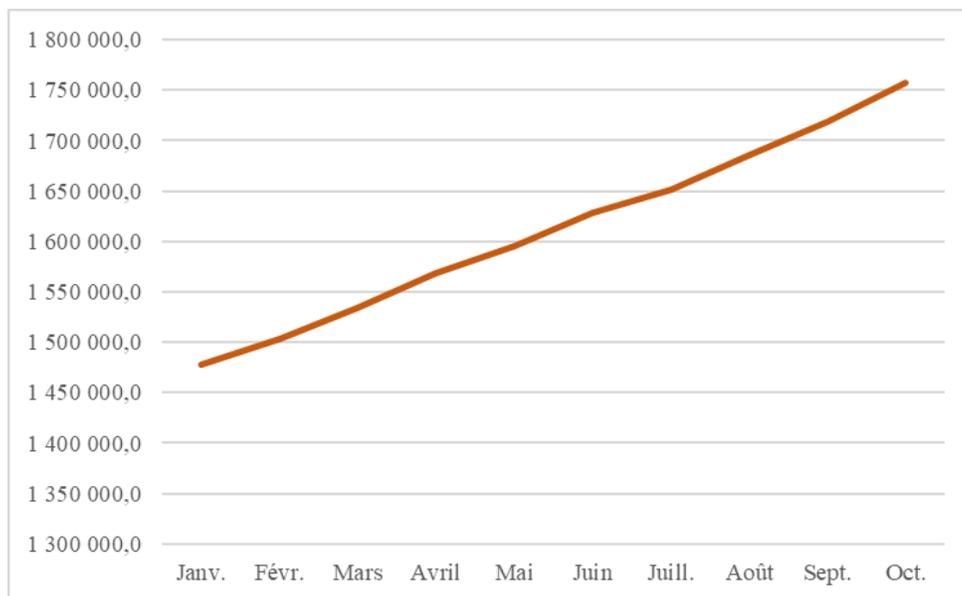


Figure 12
**Nombre total d'abonnés aux comptes officiels de l'ONU en espagnol
 (de janvier à octobre 2018)**



28. Le Département est régulièrement en contact avec des représentants de Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Sina Weibo et d'autres plateformes, qui l'aident à trouver des moyens d'étendre le plus possible son rayonnement et son impact au niveau mondial sans pour autant accroître ses dépenses. Lors des réunions de haut niveau de l'Assemblée générale, des représentants de Facebook et d'Instagram ont contribué à la gestion de l'espace que le Département réserve sur les

réseaux sociaux aux dirigeants mondiaux et participants de haut niveau, qui ont ainsi pu publier des contenus destinés aux utilisateurs de Facebook, Twitter et Instagram. Plus de 125 messages multilingues au contenu unique mettant en lumière les priorités de l'Organisation et des dirigeants présents au débat ont été publiés. Des vidéos en huit langues ont par ailleurs été réalisées dans le studio Facebook Live et visionnées 240 409 fois.

IV. Services d'information

29. Chaque jour, le Département met à la disposition du public des produits multilingues et multimédias, lui garantissant ainsi l'accès à des informations fiables et nuancées sur des sujets d'actualité, présentées sous divers formats traditionnels ou novateurs.

A. Vidéo et télévision

Production vidéo

30. La Section de la vidéo du Département a commencé à utiliser de nouveaux modes de communication et de diffusion de l'information, notamment sur les réseaux sociaux, et à tester diverses techniques innovantes, telles que celles de la réalité augmentée, de la réalité de synthèse et des sites Web adaptatifs.

31. En étroite collaboration avec ONU Info et la Section des services Web du Département, la Section de la vidéo s'est efforcée d'accroître sa production de contenus multilingues.

32. La Section de la vidéo s'attache à toucher un public jeune en ayant recours à des plateformes novatrices, telles que l'application IGTV. Elle a notamment diffusé de courtes vidéos sur la réconciliation en Colombie et au Kosovo, la lutte contre le travail des enfants, les initiatives de protection de la forêt amazonienne, le vécu des ex-combattants de la République démocratique du Congo, le travail mené par l'ONU sur les droits de la procréation au Népal et les investissements réalisés en Jordanie pour sortir les agriculteurs de la pauvreté. Le Département a produit des vidéos en partenariat avec les Jeunes Leaders pour les objectifs de développement durable (nommés par le Secrétaire général) et le Bureau de l'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse.

33. Les équipes chargées de l'information et de la vidéo s'efforcent de plus en plus de coordonner leurs efforts pour produire des contenus multilingues dans le cadre de campagnes thématiques. En août, une vidéo a été diffusée pour présenter une nouvelle initiative du Secrétaire général intitulée « Action pour le maintien de la paix ». Dans le même ordre d'idée, une vidéo disponible dans les six langues officielles de l'Organisation ainsi qu'en swahili et en portugais a été consacrée à la Conférence intergouvernementale chargée d'adopter le Pacte mondial pour des migrations sûres, ordonnées et régulières. Le Département a en outre contribué à l'élaboration d'une vidéo dans ces huit langues sur la vingt-quatrième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. En décembre, quatre vidéos ont été diffusées pour célébrer le soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Les trois premières mettaient à l'honneur Eleanor Roosevelt et sa contribution à la Déclaration, les femmes du monde entier ayant participé à l'élaboration de cette Déclaration et l'initiative « Ajoutez votre voix pour défendre les droits de l'homme ! », alors que la dernière avait pour objet la lecture d'articles de la Déclaration par des jeunes participants au programme YouTube Creators for Change. La Section de la vidéo a

également produit une vidéo explicative intitulée « Qu'est-ce que le Conseil de sécurité ? », qui figure sur le nouveau site Web du Conseil dans les six langues officielles de l'Organisation ainsi qu'en swahili et en portugais.

34. Parmi les vidéos destinées à être diffusées sur les plateformes d'information du Département figuraient un entretien de fin de mandat avec le Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme, Zeid Ra'ad Al-Hussein ; des entretiens réalisés auprès d'expertes et experts des droits de l'homme à l'occasion de leur venue au Siège de l'ONU, à New York, dans le cadre des travaux de la Troisième Commission de l'Assemblée générale ; un entretien avec la nouvelle Haute-Commissaire aux droits de l'homme, Michelle Bachelet. Des vidéos ont par ailleurs été préparées à la suite du décès de l'ancien Secrétaire général, Kofi Annan, notamment un documentaire biographique, une vidéo sur ses funérailles et deux vidéos commémoratives, réalisées au Ghana, pour l'une, et dans l'ensemble du système des Nations Unies, pour l'autre. L'équipe vidéo a en outre produit une vidéo destinée à être utilisée lors de la cérémonie d'hommage organisée à New York.

35. La Section de la vidéo a suivi le Secrétaire général dans ses voyages. Elle a par exemple utilisé des images recueillies sur le terrain pour réaliser en temps opportun des reportages vidéo (diffusés sur les chaînes d'information de l'Organisation et sur les réseaux sociaux) sur les visites qu'il avait effectuées au Bangladesh (juillet) et en Inde (octobre). Elle a en outre chargé un de ses cadres de suivre le Secrétaire général à Palu (Indonésie), où il s'est rendu en octobre pour évaluer les dégâts causés par un tsunami, et réalisé des reportages à partir des images reçues. Enfin, elle s'est chargée de filmer et de diffuser les messages vidéo et discours importants du Secrétaire général, notamment son discours sur le lancement du Groupe de haut niveau sur la coopération numérique (juillet), son appel à l'action concernant le Yémen (novembre) et le discours prononcé à l'occasion du Forum de Paris sur la paix (novembre).

36. Dans le cadre de ses activités de suivi du débat de haut niveau de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale, le Département a produit et diffusé sur les médias sociaux des séquences vidéo multilingues quotidiennes présentant en 73 secondes les événements marquants de la journée, dont la portée a été significative, avec à peu près 131 000 vues et 170 000 impressions sur Twitter. Sur Facebook, ces vidéos ont été visionnées environ 24 000 fois.

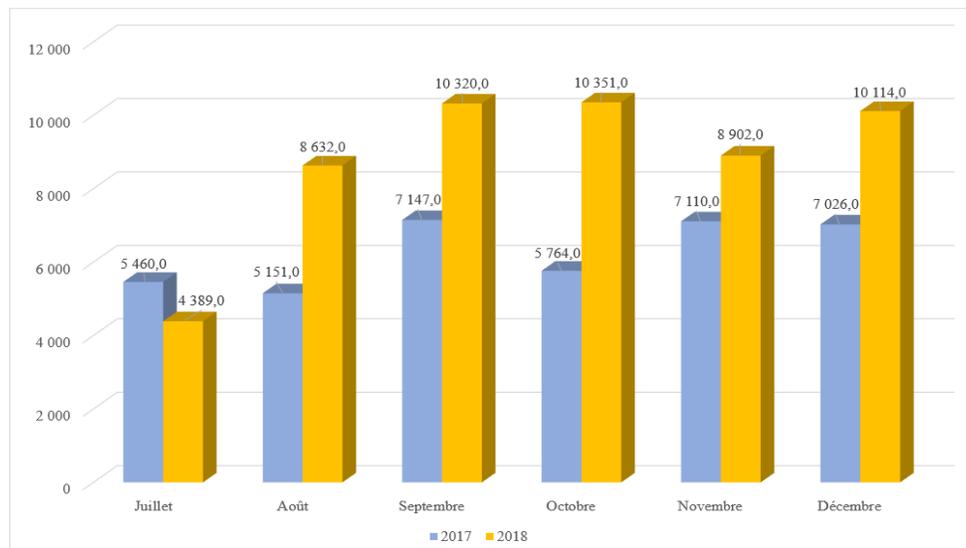
37. Une équipe a suivi la Vice-Secrétaire générale, Amina J. Mohammed, dans le cadre de sa participation à des événements majeurs lors de la période des réunions de haut niveau afin de produire une série de vidéos adaptées à une diffusion sur les médias sociaux donnant un aperçu des activités qu'elle menait en coulisses. Ces images ont été communiquées à NowThis, plateforme médiatique populaire, qui a produit et diffusé une vidéo sur la question ayant été visionnée environ 94 000 fois.

UNifeed

38. La plateforme UNifeed du Département – qui lui permet de transmettre aux médias du monde entier des vidéos de bonne qualité émanant du Siège de l'ONU, de ses opérations sur le terrain et d'une quarantaine d'organismes, fonds et programmes partenaires – a connu des pics d'utilisation pendant la période considérée.

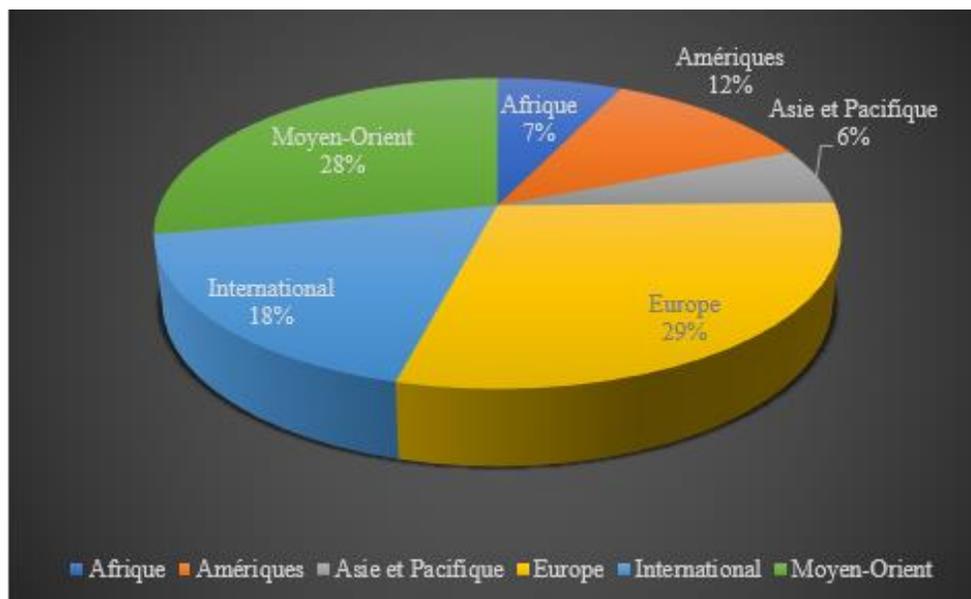
39. Ainsi, en septembre 2018, les contenus se trouvant sur UNifeed ont été diffusés 10 351 fois de par le monde. Si l'on compare ces chiffres à ceux de l'année précédente, on constate que la diffusion de ces vidéos a augmenté de 44,4 % pour le mois de septembre et de 79,6 % pour celui d'octobre (voir fig. 13).

Figure 13
Évolution du nombre de diffusions sur UNifeed entre 2017 et 2018 (juillet à décembre)



40. Entre juillet et décembre 2018, les vidéos rassemblées sur UNifeed ont été diffusées 52 708 fois, le plus souvent en Europe (29 %) et au Moyen-Orient (28 %) (voir fig. 14).

Figure 14
Diffusion d’UNifeed par région entre juillet et décembre 2018



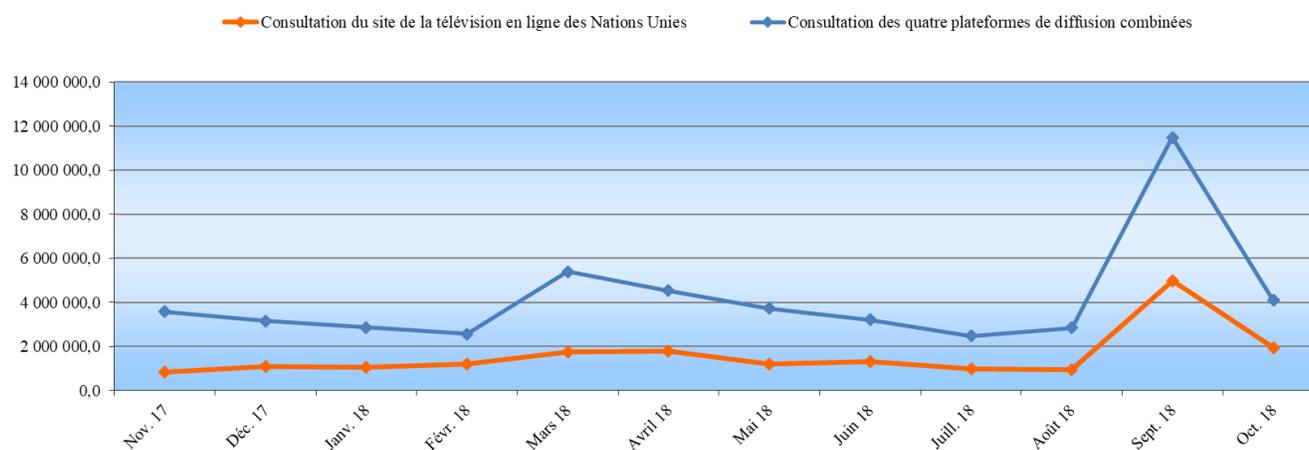
Note : International désigne les diffuseurs ayant des stations d’information internationales.

Retransmission en ligne

41. Le Département a continué de s’efforcer d’améliorer ses services de retransmission en ligne et d’en d’élargir la portée. Les contenus diffusés sont

désormais accessibles en direct dans le monde entier – par l’intermédiaire de quatre plateformes différentes, à savoir le site de la télévision en ligne des Nations Unies et les chaînes YouTube, Facebook et Twitter de l’Organisation – et ont été consultés par environ 50 millions d’utilisateurs dans 218 pays et territoires entre novembre 2017 et octobre 2018 (voir fig. 15).

Figure 15
Retransmission en direct (novembre 2017 à octobre 2018)



Chaîne YouTube de l’Organisation des Nations Unies

42. En 2018, le nombre d’abonnés à la chaîne YouTube de l’ONU a augmenté de 118 % par rapport à l’année précédente et atteint 332 000. Pendant la période considérée, les consultations se sont chiffrées à environ 22 millions, soit une progression de 61 %. Il a été constaté qu’en plus d’avoir attiré un nombre accru d’abonnés et fait l’objet de visites supplémentaires, en 2018, la chaîne YouTube de l’ONU avait été visionnée pendant de plus longues périodes. Le temps de visionnement cumulé a ainsi atteint environ 67 millions de minutes, soit une augmentation de 85 %.

Couverture en direct, émissions et équipements de télévision

43. La Télévision et vidéo des Nations Unies a continué de retransmettre en direct les séances plénières de l’Assemblée générale, les réunions du Conseil de sécurité, toutes les réunions de haut niveau, les manifestations spéciales et les séances de photo du Secrétaire général à plus de 480 clients diffuseurs.

B. Couverture multimédia

44. La mise en place début 2018 du portail en ligne coordonné et centralisé ONU Info, qui couvre les activités de l’ensemble du système des Nations Unies et raconte l’histoire de bénéficiaires, de jeunes et de personnes influentes du monde entier a marqué une avancée majeure dans le regroupement des plateformes du Département diffusant des informations et des contenus multimédias.

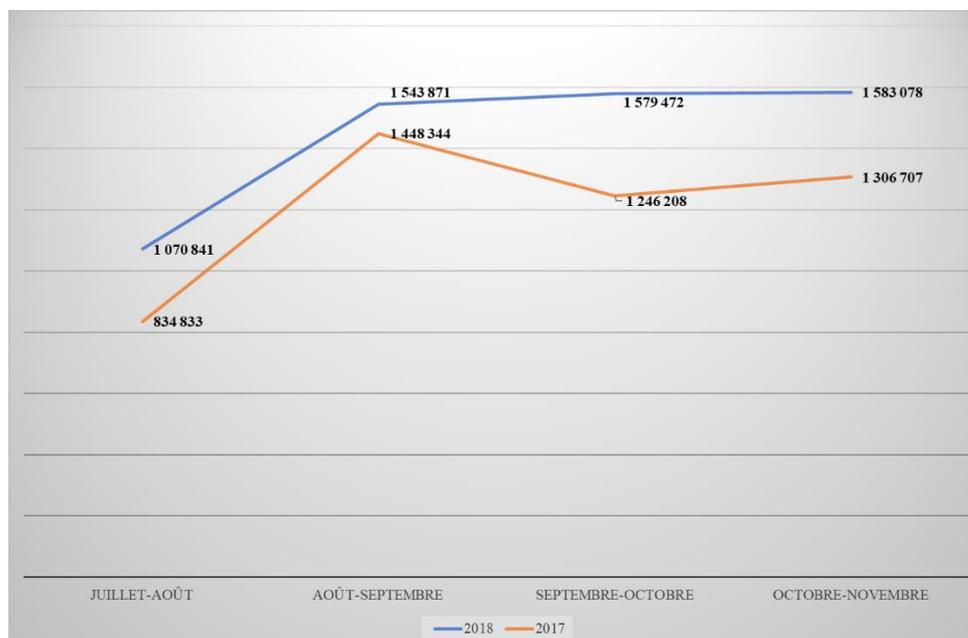
45. Fidèle au principe du multilinguisme, ONU Info élabore quotidiennement des contenus accessibles au public dans les six langues officielles, en swahili et en portugais, et les propose aussi bien en format classique qu’en format numérique afin

de s'adapter à la façon dont les différents publics recherchent l'information. ONU Info élabore et transpose dans les langues susmentionnées des programmes audio et des podcasts ainsi que des reportages multimédias et des contenus médiacompatibles destinés au jeune public des différentes régions.

46. Pendant la période à l'examen, la création de contenus a beaucoup évolué pour s'adapter aux besoins du public et aux tendances numériques. Dans cette optique, le Département s'est attaché à produire des notes explicatives simples pour aider le public à comprendre les ressorts des processus intergouvernementaux, le contexte de questions complexes, comme les migrations, le fonctionnement de l'Assemblée générale et du Conseil des droits de l'homme et l'importance de la Convention pour la prévention et la répression du crime de génocide. Dans le cadre de l'approche créative qu'il privilégie pour expliquer l'importance des changements climatiques, ONU Info a produit davantage de reportages thématiques. Les contenus ainsi produits sont automatiquement diffusés auprès d'une multitude de sites Web importants. Le nouveau site Web du Conseil de sécurité est le dernier en date à présenter des contenus multilingues produits par ONU Info. L'objectif est aussi d'adapter les contenus en question, pour améliorer la performance grâce à l'optimisation des techniques analytiques et des moteurs de recherche ainsi qu'au suivi des résultats à l'aide des outils de mesure des médias sociaux.

47. Les réunions de haut niveau organisées lors de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale ont été les premières manifestations couvertes par la plateforme centralisée ONU Info et les mesures de performance sont impressionnantes (voir fig. 16), l'arabe étant la version linguistique d'ONU info avec la plus forte augmentation du nombre de pages consultées (+83 %), suivie du chinois (+ 47 %). C'est dans la région arabe que les dispositifs mobiles sont le plus utilisés pour consulter du contenu. Globalement, le public d'ONU Info provient de 193 États Membres et autres territoires et appartient principalement à la tranche d'âge des 25-34 ans, suivie des 18-25 ans (ces deux tranches d'âge représentant plus de la moitié du public). Il est composé à part quasiment égale d'hommes et de femmes, ces dernières étant les plus nombreuses dans les pays lusophones.

Figure 16
Évolution du nombre de pages consultées dans toutes les langues entre 2017 et 2018 (de juillet à novembre)



48. Pendant la période à l'examen, la version arabe d'ONU Info a eu un retentissement notable et exemplaire grâce à l'annonce faite par l'Envoyé spécial du Secrétaire général pour le Yémen du lancement prévu de négociations politiques avec toutes les parties à l'occasion d'un entretien accordé au Groupe linguistique arabe, qui a été largement relayé par de grands organes de presse de langue arabe et anglaise, notamment Al-Jazira, Reuters, Associated Press, The Guardian, The Independent, ABC (États-Unis) et la BBC. La version arabe d'ONU Info a élargi et intensifié sa coopération avec les États Membres, y compris avec les missions permanentes d'États de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord.

49. Le nombre de vues enregistrées sur la chaîne YouTube de l'ONU en arabe s'est envolé, en particulier pendant les réunions de haut niveau de l'Assemblée générale, où il a augmenté de plus de 1 000 % par rapport au mois d'août, alors que le nombre d'abonnés du compte Twitter d'ONU Info a crû de 155 % pendant cette même période. Parmi les sujets d'actualité qui ont suscité des débats animés, on mentionnera le discours en arabe de la Ministre autrichienne des affaires étrangères à l'Assemblée générale, le tweet sur la participation des femmes au processus de paix au Yémen et le dernier entretien accordé par l'ancien Haut-Commissaire aux droits de l'homme, Zeid Ra'ad Al-Husseini, qui a été largement relayé par des personnalités influentes et des militants des droits de l'homme de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (la vidéo a été visionnée des dizaines de milliers de fois).

50. L'équipe de la version chinoise d'ONU Info s'est employée à élargir ses partenariats avec les chaînes de télévision et les journaux pour toucher un plus large public. Le partenariat passé avec China Global Television Network à l'ouverture de la soixante-troisième session de l'Assemblée générale a permis d'expliquer les fonctions de cette dernière et de diffuser les temps forts de la session auprès du public chinois. Une vidéo mettant en scène l'épouse du Chef de l'État chinois, Peng Liyuan, et diffusée sur Sina Weibo pendant la réunion de haut niveau de l'Assemblée générale sur la lutte contre la tuberculose a été visionnée 1,1 million de fois en 24 heures. Le

Groupe linguistique chinois d'ONU Info a continué de consolider ses partenariats avec les grandes chaînes de radio chinoises, y compris dans le cadre de retransmissions en direct et aux heures de grande écoute sur la chaîne de radio nationale, ce qui permet de toucher des millions d'auditeurs au bon moment. Le partenariat passé entre le Groupe et le Shanghai Newspaper Group a permis d'obtenir des photos et des enregistrements audio et vidéo des activités menées par l'ONU en Chine, par exemple la venue du Secrétaire général au Sommet de Beijing du Forum sur la coopération sino-africaine, tenu en août 2018.

51. Le Groupe linguistique chinois a abordé la question des droits de l'homme avec deux représentants des droits de l'homme, le Rapporteur spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression et le Rapporteur spécial sur la liberté de religion ou de conviction. Par ailleurs, l'entretien sur les effets du réchauffement climatique que lui a accordé le Groupe de travail du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) a permis d'expliquer de façon saisissante la situation grave dans laquelle se trouve la planète. L'équipe d'ONU Info et celle chargée des médias sociaux au sein du Département ont organisé une exposition photo lors de la vingt-quatrième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, tenue à Katowice (Pologne) en décembre 2018, et les abonnés ont pu proposer des photos sur le thème des changements climatiques à l'aide de la plateforme Sina Weibo. La collaboration entre ces deux équipes sur les médias sociaux pendant les réunions de haut niveau de l'Assemblée générale a également permis de faire grimper le nombre de pages consultées.

52. La version anglaise d'ONU Info a touché un public en constante augmentation pendant la période à l'examen, avec presque 3,6 millions de pages vues entre juillet et décembre 2018. Pendant les 10 jours de réunions de haut niveau, le nombre de pages consultées portant sur les cinq grands titres a augmenté de 47 % par rapport à 2017. Le Groupe linguistique anglais a publié quotidiennement des articles sur différents supports ainsi que des articles de fond, des entretiens et des notes explicatives sur une multitude de sujets. On mentionnera notamment les articles consacrés au débat général de l'Assemblée générale, par exemple l'histoire du marteau utilisé à l'Assemblée, et les articles de fond sur les réunions de haut niveau, dont les composantes textuelles et visuelles ont été relayées sur les comptes d'ONU Info sur les médias sociaux avec un franc succès. Tirant parti de la fonctionnalité de diffusion de contenus vidéo en continu proposée par Facebook, ONU Info a joint à ses articles des vidéos retransmettant en direct des réunions de haut niveau. Cette initiative a été plébiscitée par les utilisateurs, comme en témoigne le débat sur la République populaire démocratique de Corée au Conseil de sécurité, qui a été visionné 11 000 fois.

53. Pendant l'année, les articles d'ONU Info sur les changements climatiques, y compris le rapport publié par le GIEC en octobre, sur le Pacte mondial sur les migrations et sur les questions intéressant les droits de l'homme et la paix et la sécurité ont également suscité l'intérêt du public.

54. Les comptes sur les médias sociaux de la version anglaise d'ONU Info ont aussi continué de se développer, le nombre d'abonnés sur Twitter ayant augmenté de 11 % par rapport à l'année précédente, et celui des abonnés sur Facebook de 4 %. Sur le compte Twitter d'ONU Info, le lancement de la Stratégie des Nations Unies pour la jeunesse par le Secrétaire général en septembre, la nomination de Michelle Bachelet au poste de Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme en août et la Journée mondiale de la population en juillet ont suscité le plus grand nombre d'impressions et ont été partagés et relayés par de hauts dirigeants et responsables de

l'information. Sur Google, les articles publiés en anglais par ONU Info figurent fréquemment parmi les recherches les plus populaires sur l'actualité de l'ONU.

55. La version française d'ONU Info a également touché un public en constante augmentation pendant la période à l'examen, avec une hausse de presque 26 % du nombre de pages vues par rapport à l'année dernière. Pendant le débat général de l'Assemblée générale, le Groupe linguistique français d'ONU Info s'est entretenu avec les Chefs d'État des Comores, de Madagascar, du Mali et de la Suisse ainsi que les Ministres belge, ivoirien et monégasque des affaires étrangères. Ces entretiens ont été relayés sur les médias sociaux par les médias francophones et ont suscité un grand intérêt. Les questions prioritaires en Afrique, en particulier la situation au Burundi, le lancement de la stratégie de lutte contre les changements climatiques par le Secrétaire général et les sujets liés à la paix et la sécurité, ont continué d'être traitées.

56. Le nombre d'abonnés aux comptes francophones d'ONU Info sur les médias sociaux a enregistré une croissance constante, soit +58 % pour Twitter et +87 % pour Facebook (27 000 abonnés supplémentaires) par rapport à 2017. Les informations sur la République démocratique du Congo et d'autres missions de maintien de la paix en Afrique ont été particulièrement suivies car de hauts dirigeants et responsables de l'information les ont partagées et relayées sur Twitter. Le Groupe linguistique français s'emploie également à mettre en avant les initiatives de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), parmi lesquelles un podcast sur une manifestation consacrée à la santé mentale, un autre dressant le portrait du lauréat d'un prix de l'OIF et un entretien accordé par son ancienne Secrétaire générale, Michaëlle Jean.

57. La version swahili d'ONU Info demeure une importante source d'actualités et d'informations pour le public régional d'Afrique de l'Est et la diaspora. Pour sa part, le Groupe linguistique swahili met en avant les efforts de maintien de la paix faits par certains pays d'Afrique de l'Est et d'Afrique centrale fournissant des contingents, notamment le Kenya, le Rwanda et la République-Unie de Tanzanie. Chaque semaine, ses programmes abordent différents sujets importants : les changements climatiques et l'environnement le lundi ; la question du genre et des femmes le mardi ; les problèmes des jeunes le mercredi ; les objectifs de développement durable le jeudi ; les questions culturelles et autochtones le vendredi. Dans le cadre de la célébration du soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme, le Groupe a publié des reportages et des articles de fond importants consacrés à des rapporteurs spéciaux, des experts indépendants, des militants des droits de l'homme, des avocats, des représentants d'organisations non gouvernementales, des victimes d'atteintes aux droits de la personne et des législateurs ainsi que des entretiens avec les intéressés.

58. Au total, 15 nouveaux partenariats ont été noués en 2018, y compris avec des chaînes de radio et de télévision classiques et en ligne ainsi que des blogs. La chaîne YouTube gérée par le Groupe linguistique swahili compte 2 000 nouveaux abonnés. Le Groupe s'emploie également à créer un réseau de 60 universités partenaires aux États-Unis qui proposent des formations en swahili, afin d'envisager les possibilités de collaborer à la diffusion d'informations sur de nombreuses questions essentielles.

59. La version portugaise d'ONU Info s'emploie à attirer un nouveau public dans les Amériques, en Afrique lusophone, en Europe, en Asie et parmi la diaspora, en particulier aux États-Unis. Produit en coopération avec la chaîne de télévision de l'ONU, le journal télévisé présenté quotidiennement par le Groupe linguistique portugais et intitulé « Destaque ONU News » fait intervenir des hauts représentants sur des questions d'actualité, par exemple le Secrétaire général adjoint aux opérations de maintien de la paix, des ambassadeurs lusophones et des représentants du Comité des droits des personnes handicapées. Il a également permis de couvrir certaines manifestations en direct, comme l'élection de l'Angola au Conseil des droits de

l'homme. À cette occasion, le public a pu poser des questions et faire des observations sur les médias sociaux. La chaîne YouTube lusophone d'ONU Info a proposé de courtes séquences vidéo et une couverture spéciale de la manifestation, ce qui a nettement fait augmenter le nombre de nouveaux abonnés (+30 %) et le nombre de pages vues (+25 %) par rapport à la même période l'année précédente.

60. La version portugaise d'ONU Info a noué des partenariats avec des organes de presse traditionnels et nouveaux, notamment la Radiotelevisão Caboverdiana (RTC) à Cabo Verde), la chaîne angolaise TV Zimbo, Associação Nova Escola, Educativa FM, Globo Rural, Magazine et Rádio Justiça. Dans le cadre du partenariat existant avec le groupe Globo Internacional basé au Brésil, un plus grand nombre de reportages produits par l'ONU ont été diffusés sur ce réseau. Le Groupe linguistique portugais continue de promouvoir l'utilisation du portugais et diffuse une liste intitulée *#Quarta_de_Empregos*, qui centralise les postes vacants à l'ONU publiés sur Inspira ou par les organismes et fonds des Nations Unies et est suivie par des centaines de milliers d'utilisateurs.

61. La version russe d'ONU Info a produits divers contenus pour répondre aux besoins de différents groupes de son public cible, notamment les organes de presse, les utilisateurs individuels, les organisations non gouvernementales et le milieu universitaire. Les reportages du Groupe linguistique russe ont été repris et rediffusés par de grands organes de presse et des agences d'information régionales et locales, par exemple Russian Television International (télévision classique et par Internet) ; Forbes (Kazakhstan) ; New Times (Fédération de Russie) ; Vesti (Fédération de Russie) ; Obozrevatel (Fédération de Russie). À cela s'ajoutent également RT, RIA-Novosti, ITAR-TASS, Interfax et Echo Moskvi (Fédération de Russie), Belta (Biélorus) et CA-News (centre d'information régional d'Asie centrale).

62. L'un des supports du Groupe linguistique russe qui rencontrent le plus de succès sur les médias sociaux est un journal vidéo du débat général de l'Assemblée générale qui en résume chaque jour les temps forts dans une vidéo diffusée en direct sur Facebook. Dans le cadre de la campagne « Service et sacrifice » du Département des opérations de maintien de la paix, la version russe d'ONU Info a suivi des soldats de la paix ukrainiens achevant leur mission au Libéria ainsi que le récent déploiement de contingents kazakhs au sein de la Force intérimaire des Nations Unies au Liban. Le Groupe linguistique russe reçoit fréquemment des représentants de la région en déplacement au Siège de l'Organisation ou participant à des manifestations organisées les pays d'Europe de l'Est et d'Asie centrale au siège à New York.

63. À l'occasion de la Journée de la langue russe, le Groupe linguistique russe et la Mission permanente de la Fédération de Russie ont mené à bien un projet concerté dans le cadre duquel plusieurs ambassadeurs et hauts fonctionnaires de l'ONU russophones ont récité leurs poèmes préférés d'Alexandre Pouchkine. Une vidéo de cette manifestation a été projetée lors d'une présentation spéciale à l'Institut d'État de langue russe A.S. Pouchkine, à Moscou, et diffusée sur Pierviy Kanal, la chaîne de télévision la plus regardée en Fédération de Russie.

64. Grâce au passage à la nouvelle plateforme multimédia, le public de la version espagnole d'ONU Info s'est régulièrement accru, notamment durant la session de l'Assemblée générale. Pendant la période à l'examen, le Groupe linguistique espagnol a rédigé quotidiennement des articles multimédias et des articles de fond. Avec les nouveaux formats, ces derniers suscitent un regain d'intérêt et de participation du public, comme en témoigne le temps de lecture, en constante augmentation. Les articles les plus lus sur la version espagnole du site Web d'ONU Info portent sur le Pacte mondial sur les migrations, le dernier rapport en date sur les changements climatiques publié par le GIEC, le problème du plastique dans les océans et le

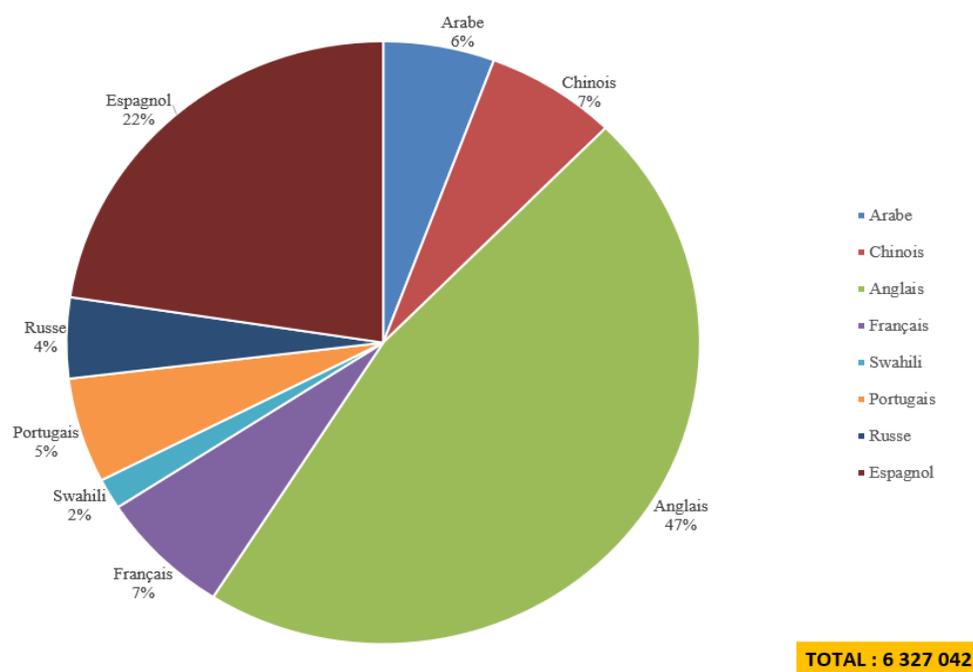
discours prononcé par le Secrétaire général à l'Assemblée générale à l'appui du multilatéralisme en septembre.

65. Les comptes hispanophones d'ONU Info sur les médias sociaux ont été très suivis pendant la période à l'examen. Le compte Twitter a dépassé les 100 000 abonnés, ce qui représente une hausse de 17 %, et le nombre de mentions « J'aime » sur la page Facebook a augmenté de 15 %. Une vidéo dans laquelle la Haute-Commissaire aux droits de l'homme, Michelle Bachelet, s'exprime au sujet de la République bolivarienne du Venezuela a été vue 125 000 fois dans le fil d'actualités de Twitter, citée par Reuters et réutilisée par plusieurs organes de presse, dont la version espagnole de CNN.

66. Globalement, une analyse par langue indique que les versions anglophones et hispanophones du site Web d'ONU Info sont les plus consultées (voir fig. 17).

Figure 17

Nombre de pages d'ONU Info vues par langue, juillet-décembre 2018



V. Autres services

A. Photothèque et archives audiovisuelles

Service photographique et Photothèque de l'ONU

67. Pendant la période à l'examen, la Photothèque a traité plus de 4 500 demandes adressées par des États Membres, des médias, des éditeurs, le grand public et des entités des Nations Unies, donnant ainsi accès à plus de 85 000 photos en haute résolution.

68. Sur Twitter, la Photothèque a continué de gagner des abonnés – ils sont désormais 101 000 – en touchant un public nouveau.

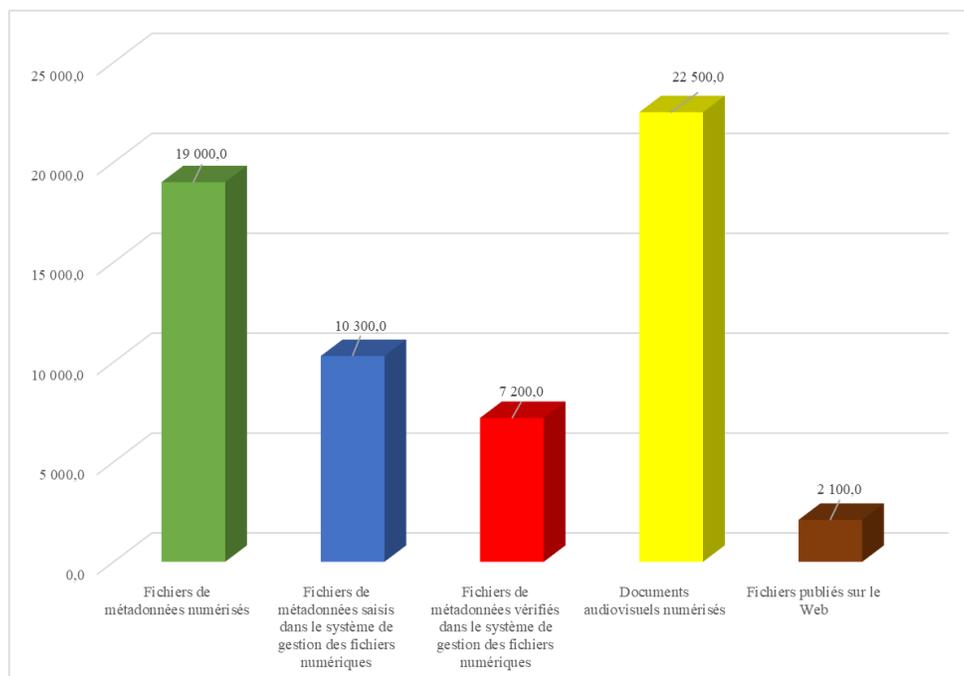
69. Au total, le compte Flickr de l'Organisation compte 45 millions de pages vues. Grâce à cet outil, il est facile de trouver et de partager du contenu et de profiter de l'immense collection de photos prises au Siège et partout dans le monde. L'un des albums les plus populaires est la collection annuelle consacrée à la semaine de réunions de haut niveau de l'Assemblée générale, dans laquelle on trouve des photos prises dans les coulisses par les photographes de l'Organisation.

Archives audiovisuelles et Médiathèque

70. Grâce à un don généreux du Gouvernement d'Oman, le Département a continué de numériser les archives audiovisuelles de l'Organisation. À ce jour, environ un tiers de l'ensemble des documents ont été numérisés ainsi que 19 000 fichiers de métadonnées, y compris des fichiers de photos et des scripts de vidéos. Parmi les archives numérisées figurent notamment toutes les archives dont on dispose concernant les grandes réunions du Conseil de sécurité, de l'Assemblée générale et du Conseil économique et social de 1945 à la fin des années 1960 ; toutes les séquences d'images disponibles sur la Société des Nations de 1919 à 1945 ; toutes les séquences d'images sur les Secrétaires généraux de 1945 à la fin des années 1960 ; des séquences vidéo thématiques non éditées provenant de diverses opérations de maintien de la paix et bureaux extérieurs.

71. Plus de 10 000 documents ont déjà fait leur entrée dans la base de données numérique et 7 200 ont été vérifiés par des archivistes professionnels. Parmi ces documents historiques, 2 100 ont été publiés sur le site Web de la Médiathèque de l'ONU (voir fig. 18).

Figure 18
État d'avancement du projet de numérisation, en décembre 2018



72. Pendant la période à l'examen, la Médiathèque de l'ONU a recensé quelque 37 000 enregistrements audio supplémentaires datant des années 1940 aux années 70 et conservés sur des disques entreposés dans différents endroits du Siège. Ces disques ont été passés en revue et les doublons et les supports endommagés jetés. Au total,

quelque 16 000 disques ont été nettoyés en profondeur. Dans le cadre de l'inventaire, chaque disque a été classé en vue d'être évalué, sélectionné et numérisé.

B. Communiqués de presse

73. 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.

74. Entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2018, la Section a produit 1 979 communiqués de presse en anglais et en français, totalisant 10 770 pages. Cette production comprend des résumés de séances (772), des communiqués de presse divers (971) et des résumés et transcriptions de points de presse et de conférences de presse (236). Sur ce nombre, 412 communiqués de presse ont porté sur la partie principale de la session de l'Assemblée générale, tenue de mi-septembre à fin décembre 2018, et notamment sur les séances plénières de l'Assemblée et les séances des six grandes commissions.

75. En tout, 467 communiqués de presse ont porté sur les travaux du Conseil de sécurité, notamment sur les réunions au niveau ministériel relatives à la non-prolifération nucléaire, aux changements climatiques, au règlement des conflits au Moyen-Orient et à la lutte contre la menace terroriste dans cette région, ainsi qu'aux femmes et à 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 civils en temps de conflit armé, la paix et la sécurité en Afrique et les tribunaux pénaux internationaux ont été résumés orateur par orateur. Les déclarations du Conseil à la presse ont également été couvertes. Trente-quatre autres communiqués de presse ont porté sur les activités du Conseil économique et social, notamment sa session de fond tenue au cours de la période considérée. En outre, 743 communiqués de presse ont porté 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.

76. Du 1^{er} janvier au 30 novembre 2018, les sites Web consacrés à la couverture des réunions et aux communiqués de presse (www.un.org/press/en et www.un.org/press/fr) ont vu leur nombre total de sessions, d'utilisateurs et de pages vues augmenter par rapport à la même période en 2017, tant en anglais qu'en français (voir le tableau).

Tableau

Évolution du nombre de sessions, d'utilisateurs et de pages vues de 2017 à 2018

<i>Données comparées</i>				
	<i>Période</i>	<i>Sessions</i>	<i>Utilisateurs</i>	<i>Pages vues</i>
Anglais	1 ^{er} janvier-30 novembre 2018	3 017 872	2 073 628	4 686 840
	1 ^{er} janvier-30 novembre 2017	2 961 738	2 023 764	4 648 434
Français	1 ^{er} janvier-30 novembre 2018	501 591	360 994	766 297
	1 ^{er} janvier-30 novembre 2017	479 624	354 045	738 056

C. Services aux médias : accréditations et liaison avec les médias

77. Du 1^{er} juillet au 31 décembre 2018, le Département a traité quelque 5 000 demandes d'accréditation en vue de manifestations tenues au Siège. Il a également géré l'accréditation des médias en vue de la Conférence intergouvernementale chargée d'adopter le Pacte mondial pour des migrations sûres, ordonnées et régulières, qui s'est tenue au Maroc en décembre 2018.

78. En amont du débat général, le Département a informé les représentants des médias et des États Membres des dispositions relatives aux médias. Pendant la semaine de réunions de haut niveau, le personnel a géré le centre des médias, situé pour la première fois et de façon temporaire dans une tente disposée sur la pelouse Nord, de façon à permettre aux journalistes de faire leur travail.

79. Pendant la période considérée, le Département a fourni des informations et une assistance logistique dans le cadre de quelque 300 rencontres avec la presse et points de presse auxquels ont participé 3 500 journalistes. Il a également contribué à la couverture médiatique d'environ 180 réunions bilatérales et à la réalisation de séances photos avec le Secrétaire général.

80. Le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias a tenu les journalistes informés au moyen d'alertes journalières – dans lesquelles sont récapitulés les réunions, manifestations et points de presse importants – de communiqués de presse, de rapports et de déclarations en ligne et diffusés par courriel et sur son compte Twitter qui, en décembre 2018, comptait plus de 41 000 abonnés.

D. Partenariats

81. Pendant la période à l'examen, le Département a noué des partenariats avec plusieurs universités, afin qu'elles assurent gratuitement la traduction de documents publics. Outre les universités fournissant déjà des services de traduction en chinois et en espagnol, le Département a signé des accords avec des universités à des fins de traduction en arabe (Université Abdelmalek Essaâdi au Maroc), en français (Institut de management et de communication interculturels, France) et en russe (Université d'État Lomonosov de Moscou, Fédération de Russie).

82. Conscient de l'importance et de la portée potentielle des médias traditionnels, le Département s'attache par ailleurs à nouer des partenariats avec des groupes de radiodiffusion présents en Afrique. Pendant la période à l'examen, il a conclu sept partenariats de ce type, dont trois avec des chaînes de télévision qui rediffuseront les reportages intitulés « Les Nations Unies en action ». L'une des trois nouvelles chaînes de télévision partenaires, African Independent Television (Nigéria), diffuse ces reportages tous les lundis et les mercredis. Cette chaîne arrive au deuxième rang des chaînes de télévision les plus regardées au Nigéria, émet dans 32 États et est disponible par satellite en Europe et en Amérique du Nord. Selon l'institut de mesure de l'audimat GeoPoll, elle touche chaque jour un public représentant en moyenne 13,9 % des téléspectateurs à l'échelle nationale. Au cours de la période considérée, un partenariat a également été conclu avec Raypower FM (membre du Groupe DAAR Communications, Nigéria), qui programme désormais des émissions d'ONU Info. Cette chaîne de radio arrive en deuxième position des chaînes de radio les plus écoutées au Nigéria et GeoPoll estime qu'elle touche chaque jour un public représentant en moyenne 8 % des auditeurs à l'échelle nationale.

83. Dans le cadre de la stratégie qu'il a appliquée pendant la période à l'examen pour diversifier les destinataires de ses produits et services médiatiques, le Département a également élargi son champ d'action à des secteurs qui en général

n'interviennent pas dans la radiodiffusion, la projection ou la distribution de contenus médiatiques. Ainsi, des représentants du Département ont participé à la réunion annuelle de l'Airline Passengers Experience Association, afin d'en apprendre davantage sur ce marché relativement nouveau dans la perspective de la diffusion de contenus médiatiques, de nouer un dialogue à l'échelle du secteur à l'appui des activités de l'Organisation et de la campagne sur les objectifs de développement durable et d'établir des contacts avec les représentants de plusieurs compagnies aériennes. Le Département fait désormais de façon plus systématique et à plus grande échelle la promotion de ses contenus médiatiques auprès des compagnies aériennes partenaires. Ces dernières, notamment Air Canada, All Nippon Airways, Cathay Pacific, FinnAir, Royal Air Maroc et Xiamen Airlines diffusent déjà auprès d'un large public des contenus produits par l'Organisation des Nations Unies sur ses activités. Par exemple, Xiamen Airlines a projeté, à la suite des consignes de sécurité données au début de chaque vol, une vidéo d'intérêt général sur l'Assemblée générale qui a été vue par 2,3 millions de passagers.

E. Suivi de l'information

84. Le Département a suivi et analysé la couverture médiatique mondiale de l'Organisation des Nations Unies et des grandes questions internationales liées à sa mission. Au cours de la période à l'examen, le suivi et l'observation des médias sociaux au moyen d'outils gratuits et commerciaux se sont développés.

85. L'analyse de la couverture médiatique dans les six langues officielles par le Groupe de suivi de l'information s'est révélée précieuse pour les activités de rédaction d'articles sur les questions d'actualité et les efforts de communication stratégique du Département. Par exemple, la collaboration entre le Groupe et les centres d'information des Nations Unies a débouché sur une analyse de la couverture médiatique mondiale multilingue en amont de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale (voir fig. 19) et de la période de réunions de haut niveau, qui s'est déroulée du 9 au 30 septembre 2018 (voir fig. 20).

Figure 19

Pourcentage d'articles produits par langue en amont de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale et de la période de réunions de haut niveau (9 au 30 septembre 2018)

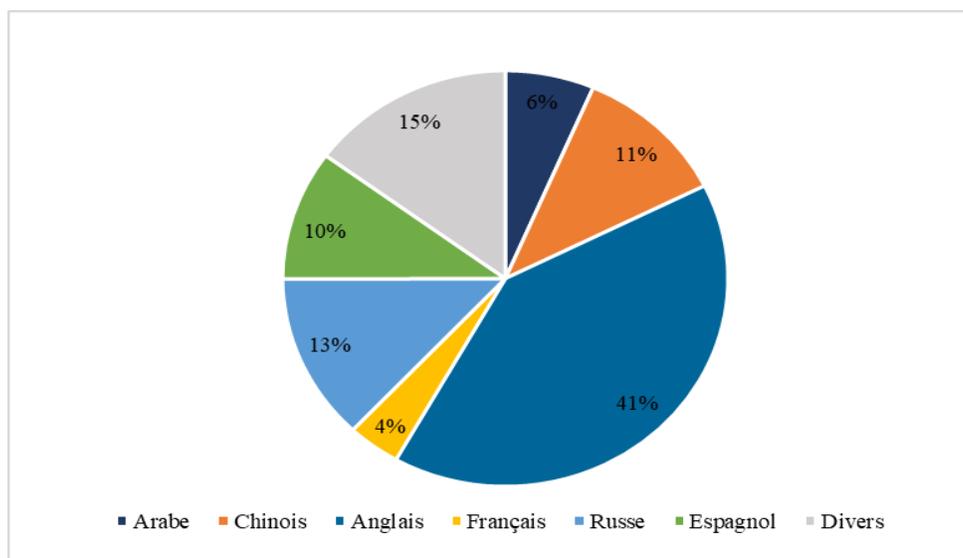
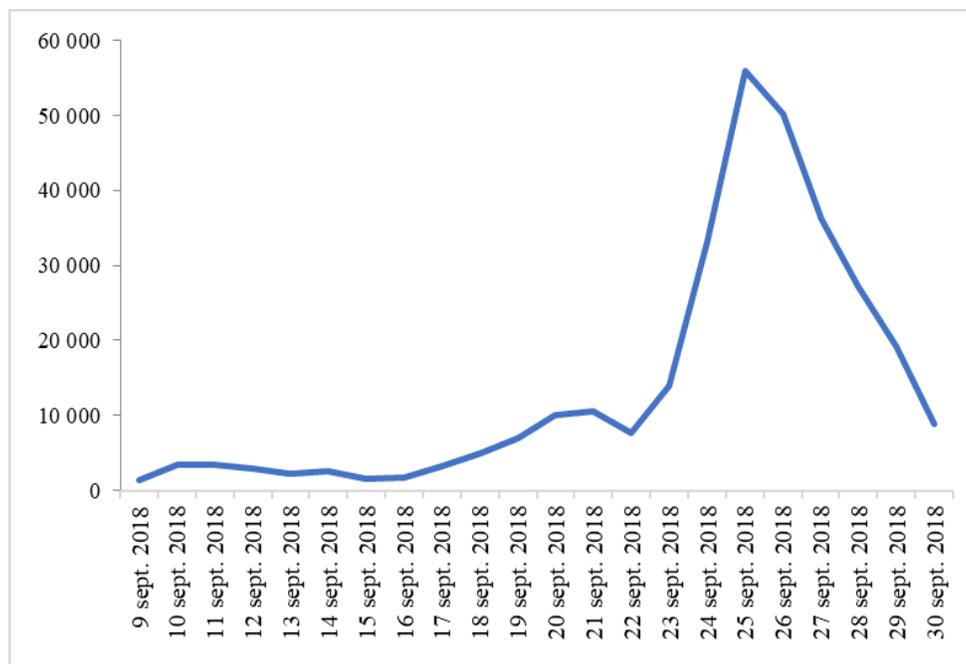


Figure 20
Nombre d'articles publiés en amont de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale et de la période de réunions de haut niveau (9 au 30 septembre 2018)



VI. Conclusion

86. Le Département continue d'innover pour toucher son public cible. Il ne cesse de renforcer sa présence dans les médias sociaux et le nombre de ses publications dans toutes les langues est en constante augmentation, ce qui lui permet de tenir ses engagements en matière de multilinguisme et d'utiliser pleinement les nouvelles techniques de communication.

87. Dans le même temps, le Département s'emploie sans relâche à combler le fossé numérique en produisant des contenus à l'intention des médias traditionnels, afin d'atteindre les lieux non équipés d'une large bande passante ou de desservir des plateformes tierces, y compris des contenus adaptés aux médias sociaux et qui suscitent l'intérêt des parties prenantes des pays en développement qui n'ont pas de connexion.

88. Par ses partenariats pour la concession de licences de contenus avec des organismes de presse traditionnels et de nouveaux organismes de presse en ligne, le Département prouve qu'il sait s'adapter aux tendances qui se confirment à l'échelle mondiale dans le secteur des médias et s'approprier les nouvelles techniques de diffusion de l'information tout en conservant son infrastructure classique. De cette façon, il est présent sur les marchés où les organismes de presse traditionnels continuent de prévaloir ainsi que sur ceux où les contenus sont désormais obtenus à partir de sources agrégées disponibles en continu et à la demande.

89. Alors que, pendant cette année, il a fallu élaborer et mettre en place des actions protéiformes sur le Web, afin de promouvoir de nouvelles journées de commémoration à l'échelle internationale et de faire connaître de nouveaux sites d'information internes, le Département a fait montre de son engagement sans faille

en faveur du multilinguisme en créant et en mettant en ligne les nouveaux sites et microsites sous le nom de domaine principal (un.org) dans les six langues officielles.

90. Le Département continue de prêter à ses clients les services qui relèvent de son mandat, malgré les difficultés nouvelles et de longue date auxquelles il doit faire face. En collaboration avec divers départements et le Cabinet du Secrétaire général, une solution pratique a été trouvée pour abriter le centre des médias, avec lequel des milliers de journalistes ont été en contact pendant la semaine de réunions de haut niveau de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale. Le Département étudiera diverses pistes et collaborera avec les autres départements concernés du Secrétariat pour trouver une solution pérenne et répondre aux besoins de la presse, dont la couverture médiatique est essentielle aux travaux de l'Organisation et des États Membres.

91. Le Département a su s'adapter à l'évolution rapide des technologies médiatiques, a exploré de nouvelles méthodes de travail et les domaines où des réformes pourraient être introduites et a investi dans de nouveaux systèmes et applications pour contribuer à faire en sorte que l'Organisation puisse continuer de faire passer ses messages de façon rationnelle et efficace.
