



# Assemblée générale

Distr. générale  
10 février 2017  
Français  
Original : anglais

## Comité de l'information

Trente-neuvième session

24 avril-5 mai 2017

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

#### Rapport du Secrétaire général

##### *Résumé*

Le présent rapport, établi en application des résolutions 71/101 A et B de l'Assemblée générale, récapitule les principales avancées réalisées par le Département de l'information entre septembre 2016 et février 2017 pour mieux faire connaître les activités de l'Organisation des Nations Unies dans le monde entier grâce à ses services d'information.

Les services d'information constituent l'un des trois sous-programmes du Département et sont assurés par la Division de l'information et des médias. Leur objectif est la diffusion, sur différentes plateformes multimédia et dans plusieurs langues, de 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 ses produits par les organes d'information et d'autres utilisateurs.

Les activités entreprises par le Département au titre des autres sous-programmes, à savoir les services de communication stratégique et les services de diffusion et de partage du savoir, sont décrites dans des rapports distincts du Secrétaire général (A/AC.198/2017/2 et A/AC.198/2017/4, respectivement).



## **I. Introduction**

1. Dans ses résolutions 71/101 A et 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-huitième session, et prié le Secrétaire général de continuer à rendre compte de ces activités au Comité de l'information.

2. Dans ces mêmes résolutions, l'Assemblée générale a prié le Département de l'information de fournir des informations précises sur un certain nombre de ses activités. Le Bureau du Comité de l'information a recommandé au Département de présenter les informations demandées dans trois rapports distincts correspondant à ses trois sous-programmes : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion et de partage du savoir.

3. Le présent rapport, qui porte sur les activités du Département relatives à l'information et aux médias, fait état des progrès accomplis dans le domaine de la production à l'intention des médias, y compris la radio, la télévision, la vidéo, la photographie, la presse écrite, Internet et les médias sociaux. Il met également l'accent sur l'usage du multilinguisme sur le site Web du Département et pour tous les contenus créés par ce dernier, aussi bien pour les plateformes numériques que pour les plateformes traditionnelles.

## **II. Services d'information**

### **A. Aperçu**

4. Le Département a commencé d'actualiser ses produits pour accroître leur visibilité auprès d'un public multilingue sur les plateformes traditionnelles et les médias sociaux, en s'inspirant notamment des meilleures pratiques du secteur en matière de médias numériques. Tirant parti de l'expertise des grands réseaux de diffusion et des instituts de formation pour se familiariser avec les outils numériques adoptés dans les salles de presse du monde entier, il a continué d'intégrer des compétences multimédias dans ses flux de travail.

5. Grâce aux nouvelles technologies de création de contenus, comme les graphiques, les outils de visualisation de données, les podcasts et d'autres outils numériques, les actualités diffusées par le Département sont plus aisément accessibles sur des terminaux de différentes tailles et mieux adaptées aux nouvelles habitudes de consommation. Les contenus rédigés dans chaque langue officielle de l'ONU, mais aussi en kiswahili et en portugais, sont en cours de migration vers une plateforme d'information améliorée, plus intuitive, qui offrira à ses utilisateurs une expérience multidimensionnelle propre à éveiller leur intérêt. Le Département innove constamment afin de faire connaître à un public varié la position de l'Organisation sur les événements mondiaux. Il est conscient de la nécessité de produire des contenus ciblés pouvant être facilement relayés, intégrés et localisés dans les langues officielles et non officielles par les bureaux des Nations Unies partout dans le monde, y compris les centres d'information des Nations Unies. Ainsi, lorsque le Secrétaire général désigné a enregistré, pour le Nouvel An, un message vidéo sur la paix à diffuser dans plusieurs langues et aux quatre coins du monde, le Département a mis à disposition une version générique de cette vidéo,

traduisible dans des langues non officielles et lisible sur divers supports numériques et sur les médias sociaux.

6. Au cours de la période considérée, le Département a fourni un appui en matière de communications lors de quatre grandes conférences internationales organisées hors Siège : la Conférence des Nations Unies sur le logement et le développement urbain durable (Quito, octobre 2016); la vingt-deuxième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, (Marrakech, novembre 2016); la Conférence mondiale sur le transport durable (Achgabat, novembre 2016); et le cinquantième anniversaire de la Conférence des Nations Unies sur l'exploration et les utilisations pacifiques de l'espace extra-atmosphérique (Doubaï, novembre 2016). Il a dépêché des équipes multimédias et multilingues pour assurer la couverture de ces événements dans les six langues officielles, ainsi qu'en kiswahili et en portugais. À la Conférence mondiale sur le transport durable, il s'est acquitté d'autres fonctions, parmi lesquelles l'accréditation des médias.

7. À la demande du Comité de l'information, le Département a réalisé en novembre et décembre 2016 une analyse d'audience afin de recueillir des informations sur ses partenariats avec des stations mondiales de radiodiffusion et d'évaluer leur effet de caisse de résonance. Des équipes d'information des Nations Unies ont interrogé plusieurs de ces partenaires pour obtenir un retour direct de leur part sur l'audience ainsi que sur les modes et la fréquence d'utilisation et de diffusion des produits du Département, mais également pour estimer leur niveau général de satisfaction et celui de leur public concernant ces produits. Les membres du Comité qui le souhaitent peuvent obtenir une copie de cette analyse.

## **B. Télévision**

### **Production vidéo**

8. Soucieux de mieux répondre aux attentes des organes d'information extérieurs, le Département modernise sa production de contenus vidéo, en actualisant la couverture des vidéos disponibles à la demande et en lecture continue et en créant des vidéos en prise avec l'actualité, adaptées pour certaines aux médias sociaux. De manière plus générale, il poursuit l'examen de ses produits et de ses modes de diffusion, étudie les possibilités de partenariats plus dynamiques et de co-productions et s'inspire davantage de la narration des activités de terrain des Nations Unies ainsi que des témoignages des bénéficiaires de l'action et des programmes de l'Organisation.

9. Tous les documentaires de longue durée et les longs métrages s'accompagnent désormais d'une bande-annonce destinée aux médias sociaux. Les microvidéos rendant compte d'événements, de conférences et d'entretiens et conçues pour être ensuite intégrées dans des reportages sont de plus en plus nombreuses. Davantage de vidéos au format court sont produites dans les six langues officielles à l'occasion des principaux jours fériés et journées commémoratives inscrits au calendrier de l'ONU. Le Département redouble d'efforts pour adapter les messages du Secrétaire général aux médias sociaux et au visionnage sur les téléphones portables, et pour les diffuser dans plusieurs langues. Il arrive souvent que ces vidéos soient envoyées sans narratif aux centres d'information des Nations Unies, qui peuvent ensuite les faire traduire dans la langue locale.

10. Le Département continue de réaliser des reportages vidéo de courte et de longue durée, destinés à être diffusés dans le monde entier par l'intermédiaire de ses clients diffuseurs, sur Internet et sur les plateformes de communication des médias sociaux. Ces vidéos illustrent les priorités de l'ONU que sont, notamment, les changements climatiques, la paix et la sécurité, les droits de l'homme et les objectifs de développement durable. Elles peuvent être visionnées sur différentes plateformes, parmi lesquelles les médias sociaux dans de nombreuses langues (YouTube, Twitter, Facebook et Sina Weibo par exemple), la chaîne de la Télévision des Nations Unies (disponible à New York avec Spectrum, sur la chaîne 228), la télévision en ligne des Nations Unies ([www.webtv.un.org](http://www.webtv.un.org)), la Radio des Nations Unies, le Centre d'actualités de l'ONU et d'autres organes internes.

11. La Section de la télévision produit, en étroite collaboration avec ses partenaires du système des Nations Unies, un contenu pertinent et à jour axé sur des témoignages d'hommes et de femmes illustrant les activités de l'Organisation sur le terrain. Le Département s'efforce de nouer d'autres partenariats, y compris avec des sociétés de production extérieures, en vue de créer du contenu pour la Télévision des Nations Unies.

12. En 2016, le Département a produit plusieurs éditions spéciales de sa série phare « 21st Century », consacrées à des thèmes et à des événements relevant de domaines d'action prioritaires de l'Organisation. En septembre, un programme spécial sur les réfugiés et les migrants a été créé pour appeler l'attention de la communauté internationale sur la réunion de haut niveau de l'Assemblée générale consacrée à la gestion des déplacements massifs de réfugiés et de migrants. Outre ses programmes ponctués d'entretiens avec des hauts fonctionnaires de l'ONU, tels que le Haut-Commissaire des Nations Unies pour les réfugiés et le Conseiller spécial pour le Sommet sur la gestion des déplacements massifs de réfugiés et de migrants, la Section de la télévision a réalisé en Afghanistan un reportage sur les raisons qui poussent certaines personnes à émigrer et d'autres à rester dans leur pays. Ce reportage a été utilisé dans le cadre de la campagne « Ensemble – respect, sécurité et dignité pour tous » et projeté au Siège de l'Organisation à l'occasion de la Journée internationale des migrants.

13. En décembre, pour marquer à la fois la Journée internationale des personnes handicapées et la Journée des droits de l'homme, un programme spécial sur les droits des personnes en situation de handicap a été diffusé sur différents médias audiovisuels et sur les médias sociaux. Ce long métrage, qui couvre une période de vingt ans, montre le quotidien de deux jeunes hommes autistes et de leurs familles au Paraguay. Il a également été projeté lors d'un événement organisé au Siège à l'occasion du dixième anniversaire de la Convention relative aux droits des personnes handicapées.

14. Sur la question des changements climatiques, le Département a produit plusieurs vidéos de courte durée. L'une d'entre elles, créée pour l'ouverture du Sommet Action climat qui s'est tenu en septembre 2016, a été projetée dans la salle de l'Assemblée générale et amplement relayée sur les médias sociaux. Lors de ce même Sommet, le Département a également réalisé et projeté une autre vidéo regroupant des messages d'États Membres confirmant leur volonté de ratifier l'Accord de Paris. En outre, une courte vidéo consacrée à la ratification de l'Accord par l'Inde, qui a représenté un tournant dans l'entrée en vigueur de ce texte, a largement circulé sur les médias sociaux. Elle a été visionnée plusieurs milliers de

fois en un temps record après que le Premier Ministre de l'Inde l'eut fait suivre sur son compte Twitter.

15. La Section de la télévision a continué de produire, dans les six langues officielles de l'ONU, des vidéos illustrant les activités menées par l'Organisation à travers le monde en faveur des objectifs de développement durable. Publiées à l'occasion des journées internationales inscrites au calendrier de l'ONU, ces vidéos, qui portaient sur des questions telles que la santé et le bien-être, la lutte contre les changements climatiques ou encore la vie sous-marine et terrestre, ont été largement relayées sur Internet et sur les médias sociaux. La Section a par ailleurs réalisé des reportages consacrés à des thèmes relevant des objectifs de développement durable, depuis les risques sanitaires associés au virus Zika jusqu'à l'appui des Nations Unies à la promotion de la démocratie en passant par la protection d'espèces de tigre menacées ou encore la prévention, partout dans le monde, des accidents mortels sur la route.

16. La Section de la télévision a maintenu son offre habituelle de produits dans les six langues officielles, à savoir « L'ONU en action », « UNStories » et « L'Année en revue ». L'édition 2016 de « L'Année en revue » a été produite en plusieurs versions de durée différente afin de toucher un public aussi large que possible, notamment sur les médias sociaux. La série « 21st Century » est proposée en anglais, en chinois et en français. Un partenariat est prévu pour la création d'une version espagnole. La recherche de partenaires pour la production de versions arabe et russe s'est poursuivie. Le Département a continué de se montrer davantage à l'écoute des besoins de ses partenaires en modifiant la périodicité et la perspective de ses reportages. La distribution des séries a continué de s'étendre et la liste de partenaires de diffusion s'est régulièrement étoffée, avec notamment l'arrivée de Channels TV, grande chaîne de télévision du Nigéria regardée par 25 millions de téléspectateurs de la région et de la diaspora nigériennes. Channels TV détient le record du nombre d'abonnés YouTube au Nigéria (plus de 250 000) et a engrangé près de 23 millions de vues en 2015.

17. Le Département collabore activement avec le Département des opérations de maintien de la paix, le Département de l'appui aux missions et le Département des affaires politiques afin de définir une utilisation optimale des moyens audiovisuels pour promouvoir l'action menée par l'ONU en matière de médiation, de rétablissement et de maintien de la paix. À l'approche de la Journée internationale des Casques bleus des Nations Unies, le 29 mai, il est prévu d'établir un partenariat de production continu entre les opérations de paix des Nations Unies et le personnel audiovisuel pour faire connaître à un public international l'action importante menée sur le terrain.

18. Dans le cadre de la Décennie internationale des personnes d'ascendance africaine, plusieurs vidéos, consacrées par exemple à l'histoire de descendants d'esclaves au Brésil et en Inde, ont été produites et relayées sur toutes les plateformes de diffusion dans les six langues officielles. Dans les vidéos qu'il produit, le Département s'attache également à montrer les aspects moins connus de l'action de l'ONU, comme dans son reportage sur le recours à la médecine nucléaire pour neutraliser le moustique porteur du virus Zika.

19. Grâce à la technologie de dernière génération Civolution, le Département marque désormais ses productions télévisées d'un filigrane numérique qui lui permet de savoir comment elles sont utilisées par ses partenaires de diffusion.

### Couverture en direct

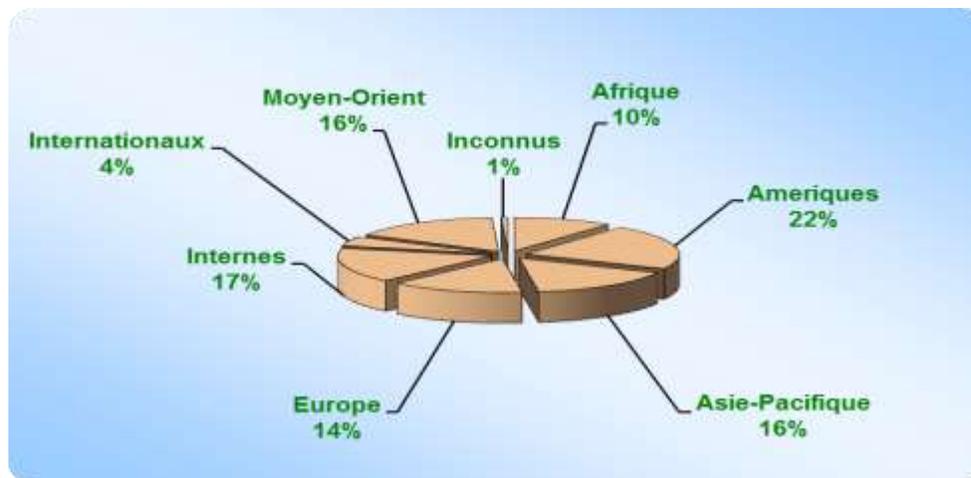
20. Le Département a fourni aux diffuseurs des transmissions de qualité, *in extenso* et en direct, de réunions de l'Assemblée générale et du Conseil de sécurité, d'autres instances intergouvernementales ainsi que des grandes manifestations, des conférences de presse et des rencontres tenues au Siège à New York et à l'Office des Nations Unies à Genève. Les conférences internationales organisées sous l'égide d'organismes des Nations Unies ont également été couvertes. En outre, toutes les séances de l'Assemblée et du Conseil sont retransmises en direct sur la télévision en ligne des Nations Unies, dans les six langues officielles et dans la langue originale de l'orateur.

### UNifeed

21. UNifeed, service qui produit en temps réel des vidéos de qualité diffusion en provenance de l'ensemble du système des Nations Unies, a proposé des reportages vidéos à plus d'un millier de distributeurs dans le monde, par l'intermédiaire d'Associated Press Television, le contenu diffusé étant fourni par le Siège et plus de 40 organismes, fonds et programmes, ainsi que par des missions de maintien de la paix. Certains reportages ont également été distribués par Reuters TV et l'Union européenne de radiodiffusion. Reuters fournit des modules d'actualités en vidéo à plus de 650 diffuseurs à même de toucher un milliard de téléspectateurs. L'Union fédère 85 organismes de diffusion de 56 pays et 37 diffuseurs associés.

Figure I

#### Clients du service UNifeed par région, novembre 2016



22. Sur son site Web, UNifeed met des vidéos de qualité diffusion à la disposition des petits diffuseurs, qui sont situés pour la plupart en Afrique et ne sont pas abonnés aux services d'Associated Press Television ou de Reuters TV. Les utilisateurs inscrits sont notamment des professionnels des médias, des organismes gouvernementaux, des organisations non gouvernementales et des établissements d'enseignement. Certains des reportages téléchargés sont redistribués par le biais des plateformes en ligne et des réseaux sociaux des clients enregistrés. De nouveaux

partenaires sont activement recherchés afin de répondre à la demande croissante de reportages plus courts.

23. En moyenne, selon les chiffres de Teletrax, les grands diffuseurs ont utilisé 6 335 fois par mois les reportages d'UNifeed, soit une hausse de 32,1 % par rapport à l'année précédente.

24. Au cours de la période considérée, les vidéos d'UNifeed sur le cyclone Matthew en Haïti ont fait l'objet d'un très grand intérêt, tandis que les reportages sur la procédure de nomination du nouveau Secrétaire général, sur la situation d'urgence créée par le virus Zika et sur les conflits au Soudan du Sud et en République arabe syrienne ont également été parmi les plus téléchargés et partagés.

### **Diffusion sur le Web**

25. Le Département a continué de chercher des moyens d'améliorer et de développer les services de diffusion multilingues en direct et à la demande sur le Web pour toucher directement un public mondial grâce aux multiples plateformes et appareils mobiles. Toutes les grandes réunions des Nations Unies, 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 les conférences, 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, dont une partie dans les six langues officielles.

26. Au cours de la période considérée, la télévision en ligne des Nations Unies a mis à disposition plus de 40 000 vidéos accessibles dans le monde entier depuis un ordinateur de bureau, un appareil portable ou un téléphone mobile.

27. Le Département s'est employé à renforcer les services fournis par la télévision en ligne des Nations Unies, notamment en termes de multilinguisme. En plus de la diffusion sur le Web en direct dans toutes les langues, il a ainsi commencé, au cours de la soixante et onzième session de l'Assemblée générale (en septembre 2016), à publier sur le site Web de la télévision en ligne, dans les six langues officielles, des vidéos à la demande de réunions de l'Assemblée générale et du Conseil de sécurité. Dans la limite des moyens linguistiques disponibles, le Département continuera d'œuvrer pour que la diffusion en ligne de toutes les réunions officielles tende vers la parité des langues.

### **Chaîne YouTube de l'ONU**

28. À la fin de 2016, le nombre de visionnements de vidéos sur la chaîne YouTube de l'ONU ([www.youtube.com/unitednations](http://www.youtube.com/unitednations)) avaient dépassé 26 millions, soit une hausse de 33 % par rapport à l'année précédente. La chaîne compte plus de 114 600 abonnés. Une chaîne de diffusion 24 heures sur 24 et sept jours sur sept a été mise en place sur YouTube et les utilisateurs ont été invités à faire des commentaires sur les vidéos et à exprimer leurs opinions.

## C. Photothèque et archives audiovisuelles

### Photothèque des Nations Unies

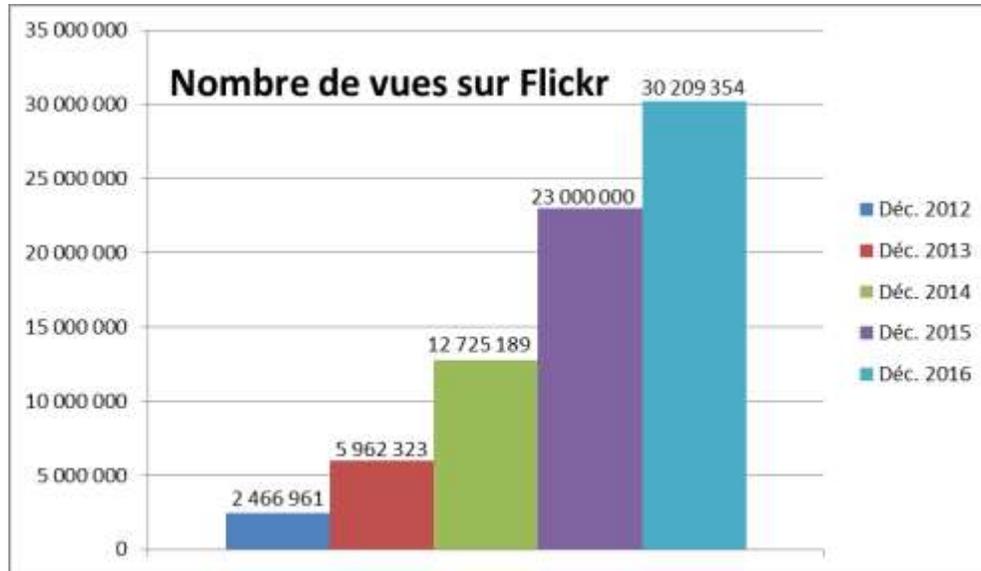
29. Au cours de la période considérée, quelque 5 700 clichés ont été sélectionnés et publiés en haute résolution sur le site Web de photos de l'Organisation. Au total, la photothèque a été enrichie d'environ 29 000 images.

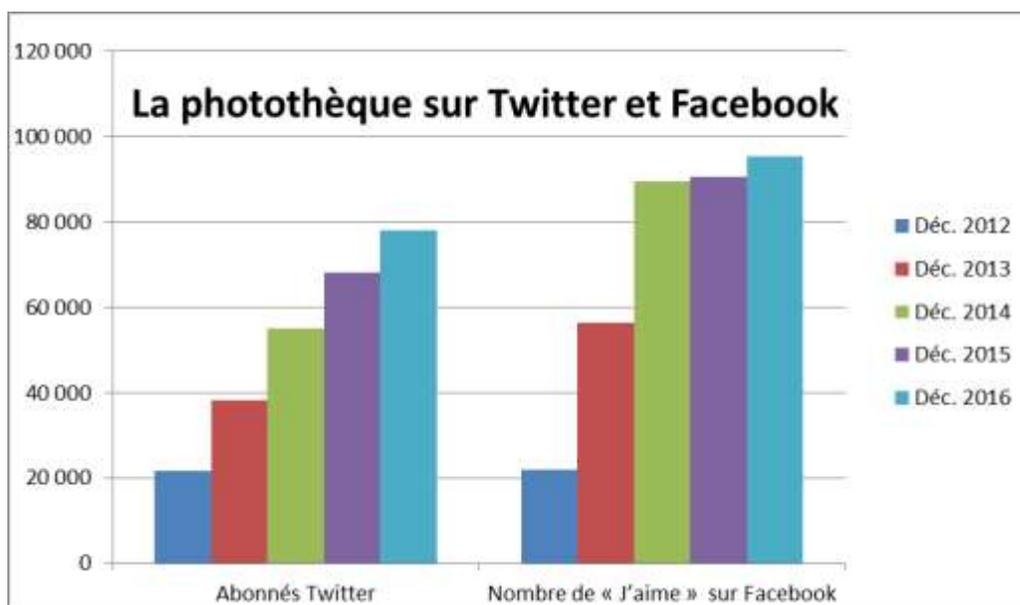
30. Des visiteurs du monde entier ont téléchargé plus de 140 000 photographies en haute résolution à des fins notamment de publication et de distribution, soit une augmentation de 20 % par rapport à la période précédente, qui s'explique par le fait que le Département a assuré la promotion de ses photos sur les médias sociaux en utilisant ses propres comptes, ceux d'autres services de l'ONU, tels que les centres d'information des Nations Unies, et les divers comptes emblématiques de l'Organisation dans les langues officielles. La photothèque de l'ONU reçoit chaque année plus de 8 000 demandes émanant de missions permanentes auprès de l'Organisation, de maisons d'édition et de membres du public qui souhaitent exploiter des images contenues dans sa base de données.

31. Au cours de la période considérée, le site Web de la photothèque de l'ONU a enregistré plus de 3 millions de vues uniques et ses espaces de diffusion sur les médias sociaux sont restés un moyen prisé des utilisateurs pour trouver des photographies de manifestations en cours et passées (voir fig. II).

Figure II

### Clichés de la photothèque des Nations Unies sur les réseaux sociaux





#### Archives audiovisuelles et médiathèque

32. Le Département a commencé à mettre en œuvre d'un projet de numérisation sur cinq ans visant à préserver le patrimoine audiovisuel unique de l'Organisation des Nations Unies et d'en garantir l'accès aux générations actuelle et futures. Ce projet, financé par une contribution volontaire de l'Oman de 4,5 millions de dollars, suppose la numérisation de masse d'environ 70 % des archives audiovisuelles de l'Organisation.

33. Le Département a recruté des archivistes pour mettre en place les flux de travail associés aux procédures de gestion des métadonnées et d'assurance de la qualité en vue d'une intégration dans le système de gestion des fichiers numériques de l'ONU et d'une publication sur le site Web de la médiathèque. Ce dernier sera traduit dans les six langues officielles afin que les archives audiovisuelles soient accessibles au plus large public possible.

34. Le Département a collaboré avec le Bureau de l'informatique et des communications en vue de la mise en place d'un dispositif de sauvegarde pour assurer la reprise après un sinistre et de la mise en œuvre des politiques et procédures requises en matière de migration des archives audiovisuelles à long terme pour garantir la viabilité et la conformité du système d'information des archives.

35. Le Département continuera de chercher à nouer des partenariats innovants pour financer la numérisation de tout le fonds et garantir une gestion durable et pérenne des archives audiovisuelles de l'Organisation.

#### D. Production d'actualités multimédias

36. Dans le cadre d'une réflexion sur les moyens d'adapter les contenus aux spécificités des différents médias du monde entier et aux besoins de destinataires

multiples, allant des États Membres au grand public, en passant par les journalistes, un nouveau site Web multimédias consacré aux actualités de l'ONU, assorti de toute une série de nouvelles fonctionnalités, devrait être lancé au début de 2017. Il est prévu de commencer par proposer le site en russe et en espagnol, puis, à mesure que le projet avancera, d'introduire les autres langues officielles ainsi que le kiswahili et le portugais. En regroupant les contenus produits par les équipes de presse du Département – Radio des Nations Unies et Centre d'actualités de l'ONU –, le nouveau site Web présentera l'ensemble des actualités de l'Organisation sous divers formats (texte, audio, vidéo et photo) afin d'offrir au public une interface complète et attrayante. De nouveaux types d'outils numériques seront disponibles, notamment des frises chronologiques et des cartes explicatives. À cet égard, le site comporte déjà une rubrique intitulée « Cela vous a peut-être échappé ? », que l'on trouve de plus en plus dans la presse en ligne et qui revient sur les principales actualités des deux semaines précédentes concernant le système des Nations Unies. Un prototype fonctionnel d'affichage en continu des actualités de l'ONU devait également être lancé. Le site Web interactif affichera les produits d'information de l'ONU en temps réel à mesure qu'ils seront publiés ainsi qu'une synthèse des opinions exprimées sur les médias sociaux.

#### **Centre d'actualités de l'ONU**

37. En attendant le lancement du site Web refondé et unifié, le portail multilingue du Centre d'actualités de l'ONU a continué d'offrir une couverture rapide, précise et équilibrée des dernières actualités du système des Nations Unies, dans les six langues officielles, ainsi que tout un éventail de produits multimédias et de ressources détaillées, en coordination avec les départements et services organiques compétents et le Bureau du porte-parole du Secrétaire général.

38. Le portail du Centre d'actualités a été conçu comme un site de référence pour présenter une vue d'ensemble de l'action menée par les organismes des Nations Unies sur le terrain, notamment pour faire face à des crises comme celle du virus Zika, pour combattre et prévenir l'exploitation et les atteintes sexuelles ou pour mener des campagnes telles que « Ensemble – respect, sécurité et dignité pour tous », sur la lutte contre la xénophobie à l'égard des réfugiés et des migrants, ainsi que des activités des bureaux régionaux et de pays des Nations Unies, concernant en particulier des questions comme les objectifs de développement durable, qui transcendent l'actualité immédiate.

39. Au cours de la période considérée, les portails du Centre d'actualités de l'ONU, toutes langues confondues, ont comptabilisé plus de 13,3 millions de pages vues, soit une moyenne d'environ 1,1 million par mois. Ils ont attiré plus de 5,3 millions de visiteurs sur l'année, soit environ 435 000 par mois. Le reportage en anglais le plus lu de l'année, qui concernait la nomination d'António Guterres au poste de Secrétaire général, a été consulté plus de 44 500 fois entre la date de sa publication, le 13 octobre 2016, et la fin décembre. Le portail en langue française a connu la plus forte augmentation (6 %) du nombre de pages vues, soit un total de 536 886. Le nombre d'utilisateurs des portails en espagnol et en anglais a également continué de croître, enregistrant une hausse de 7 % par rapport à la même période l'année précédente.

40. Outre les dernières nouvelles, les portails du Centre d'actualités de l'ONU ont couvert un large éventail de questions et d'événements. Les contenus

correspondants ont été publiés sur les portails et repris dans les pages « Dossiers », qui sont restées un point d'accès unique à l'information sur toute une variété de thèmes et de questions intéressant l'Organisation des Nations Unies. Des pages « Dossiers » ont été créées sur le thème des réfugiés et des migrants et pour le nouveau Secrétaire général, tandis que les pages existantes ont fait l'objet de mises à jour régulières.

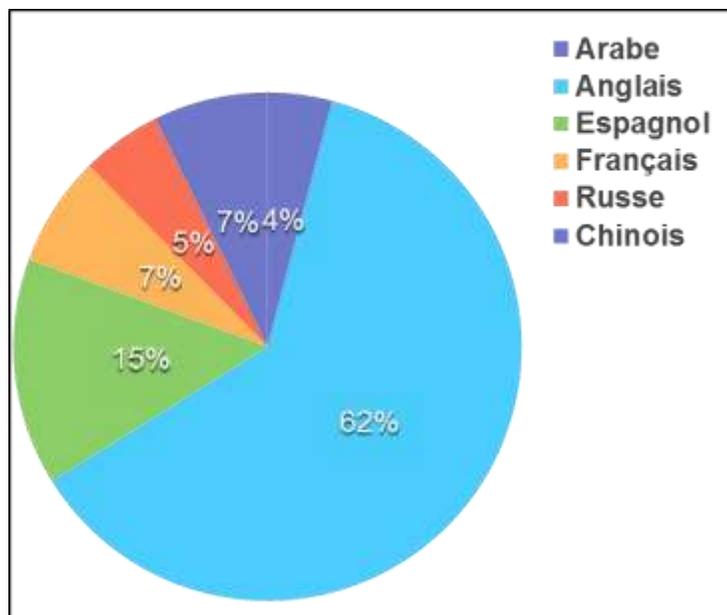
41. La page « Dossiers » consacrée à l'action de l'ONU face au choléra en Haïti contenait une série de contenus multilingues visant à mettre en évidence, au moyen d'informations brutes et d'analyses multimédias, la réponse que le système des Nations Unies s'efforce d'apporter à l'épidémie, tant à l'échelle internationale que sur le terrain. Elle a également eu l'intérêt de montrer comment les équipes de presse collaborent dans toutes les langues et sur toutes les plateformes pour fournir en continu des informations sur l'action des Nations Unies.

42. Le portail du Centre d'actualités a mis en vedette de hauts responsables de l'ONU à la faveur d'entretiens très médiatisés dans toutes les langues, permis de sensibiliser les hauts fonctionnaires nouvellement nommés à des questions essentielles et donné souvent la parole à des représentants d'organismes des Nations Unies s'exprimant depuis des zones de crise. Dans le cadre de la campagne visant à mettre en lumière le rôle joué par les femmes dans le système des Nations Unies, un effort a été fait pour que la contribution de celles qui occupent des postes clefs soit régulièrement reflétée sur les portails dans des contenus publiés en bonne place ainsi que pour tenir compte de la problématique hommes-femmes chaque fois que possible dans le traitement des sujets.

43. Il faut noter que la production de microvidéos n'a cessé de progresser, pour illustrer des reportages et alimenter les réseaux sociaux dans toutes les langues. Ces formats courts font partie des moyens utilisés pour la couverture quotidienne des actualités en multimédias car ils contribuent beaucoup à faire ressortir les informations concernant les Nations Unies sur les réseaux sociaux. Par exemple, le Groupe arabe a rapidement établi une version en langue arabe d'images vidéo brutes tournées en République arabe syrienne, ce qui a considérablement amplifié le message de l'Organisation dans le monde arabophone. Ces microvidéos sont diffusées sur les médias sociaux, recueillant de nombreux « J'aime » et donnant lieu à beaucoup de partages sur diverses plateformes.

44. La présence du Centre d'actualités sur les réseaux sociaux n'a cessé de croître : le nombre d'abonnés à sa page Twitter (en anglais) a passé la barre des 250 000, tandis que celui des abonnés à sa page Facebook a presque atteint les 415 000. Les publications les plus suivies sur sa page Facebook (en anglais) sont celles qui concernaient la nomination d'António Guterres, touchant plus de 570 000 personnes.

Figure III  
Nombre de pages vues sur le site Web du Centre d'actualités de l'ONU,  
par langue, 2016



#### Radio des Nations Unies

45. Si la priorité est sans conteste donnée à l'accroissement de la production de contenus numériques, des services continuent néanmoins d'être fournis aux partenaires de la Radio des Nations Unies, avec un mélange de nouvelles et de reportages de fond dans les six langues officielles, ainsi qu'en kiswahili et en portugais, soulignant l'intérêt de la radio pour s'adresser aux populations dans bien des pays et des régions.

46. Parallèlement, et compte tenu des tendances du secteur et des données d'expérience, des initiatives ont été menées pour étudier comment servir au mieux les partenaires en fonction de leurs propres paysages médiatiques, des attentes du public et de l'évolution des technologies utilisées. Faisant fond sur ces technologies, l'ONU partage de plus en plus ses contenus audio sur des plateformes telles que SoundCloud et Facebook, y compris en direct, et dans de nouveaux magazines, encourageant l'interaction des auditeurs. Compte tenu de la prédisposition du public à utiliser des appareils mobiles, même dans les endroits où les médias numériques sont moins accessibles, la Radio des Nations Unies a étendu sa production, dans toutes les langues, à l'ensemble des formats : audio, vidéo et médias sociaux.

47. Dans ce contexte, un sondage a été réalisé en novembre et décembre 2016 auprès des partenaires de la Radio des Nations Unies, de même que des clients de la télévision, pour mieux cerner leurs besoins et la meilleure manière d'y répondre. Les premiers résultats ont mis en évidence le changement progressif des habitudes d'écoute, l'impératif de rapidité de diffusion, l'importance de la narration, qui doit trouver un écho dans la vie des gens, et le caractère multimédias des modes de consommation.

48. Pour assurer une représentation géographique et linguistique équitable et pour tenir compte de l'ensemble des publics utilisant des produits et services médiatiques de l'ONU et de leurs avis, l'étude a reposé sur des entretiens avec le personnel de 56 stations de radio, dans 43 pays, et de 8 chaînes de télévision, dans 8 pays.

49. À une majorité écrasante, les clients se sont dits satisfaits des émissions de l'ONU, estimant qu'elles collaient à l'actualité, étaient de bonne qualité et constituaient une source d'informations internationales objectives et diversifiées. Ils ont souhaité des relations plus étroites, une collaboration renforcée et une réciprocité accrue avec les équipes de presse du Siège travaillant dans les différentes langues. Entre autres constats importants, l'étude a également fait apparaître une préférence pour des segments audio plus courts et des vidéos brèves, tant pour faciliter leur utilisation sur les médias sociaux que pour répondre aux besoins des clients, ces formats permettant en effet d'adapter et de mélanger les produits en fonction de la demande du public.

50. Des stations de radio plus modestes ont indiqué que, faute de moyens suffisants pour produire leurs propres contenus, elles s'appuyaient essentiellement sur les informations diffusées par l'ONU, qui constituaient bien souvent la seule source d'actualités internationales.

51. Les messages audio diffusés par l'Organisation sont restés très écoutés dans plusieurs pays et régions et au sein des missions de maintien de la paix, l'accent étant mis sur la paix et la sécurité, les opérations humanitaires, les droits de l'homme et les objectifs de développement durable. Le Groupe arabe a étendu sa couverture des activités du système des Nations Unies, en particulier celles qui ont trait au Moyen-Orient et à l'Afrique du Nord. Son site Web et ses pages sur les réseaux sociaux sont une source fiable d'informations en arabe pour les grands organes de presse. Nombre de médias classiques s'appuient de plus en plus sur les reportages réalisés par l'ONU pour rendre compte de ses activités. Les supports multimédias élaborés par le Groupe ont contribué à donner un écho plus large au message de l'Organisation. Le Groupe a également renforcé sa coopération avec les missions permanentes des États Membres, en partageant des contenus et en relayant des publications sur Twitter.

52. Le Groupe chinois a régulièrement établi des liaisons en duplex avec la radio nationale chinoise à des heures de grande écoute, à la fois pendant le débat général de l'Assemblée générale et lors de séances du Conseil au cours desquelles des résolutions importantes ont été adoptées. Il a aussi commencé à réaliser des reportages vidéo quotidiens, en particulier pour les médias sociaux, ce qui lui a valu des retours positifs de la part du public.

53. Le Groupe anglais a lancé une nouvelle série de podcasts intitulée « The lid is on », traitant dans le détail des grands dossiers dont s'occupent l'ONU, sous la forme de fichiers longs. Les épisodes diffusés ont porté sur l'extrémisme violent, le VIH/sida, les migrations et la traite des êtres humains. Le Groupe a continué de nouer des partenariats avec des diffuseurs en ligne et classiques dans le monde entier, en particulier dans les pays en développement. Certaines radios partenaires rediffusent des reportages plusieurs fois par jour, touchant des millions de personnes, notamment dans les pays où la connectivité Internet est faible ou inexistante.

54. Le Groupe français a continué de multiplier les partenariats avec des diffuseurs du monde entier, en particulier dans les pays en développement, ainsi que les collaborations avec les missions de maintien de la paix des Nations Unies déployées dans des pays francophones. Selon les premières données recueillies dans le cadre d'une étude récente, ses programmes audio sont écoutés par plus de 20 millions de francophones. Au cours de la période considérée, les produits audio en français ont donné lieu à plus de 301 000 téléchargements depuis le site Web de la Radio des Nations Unies, contre 229 000 durant la même période en 2015/16, ce qui s'explique en partie par une utilisation accrue de médias sociaux tels que SoundCloud, Facebook et Twitter. En outre, le Groupe a joué un rôle capital dans l'élaboration des versions françaises de vidéos destinées aux sites d'actualités et aux médias sociaux de l'ensemble du système des Nations Unies.

55. Le Groupe kiswahili a enregistré des avancées notables en ayant davantage recours à la production multimédias (reportages vidéo et photo) pour couvrir l'actualité et en diffusant des images en direct sur Facebook, ce qui a contribué à la hausse du nombre de ses abonnés, lequel a crû de 160 %, pour approcher les 175 000, au second semestre de 2016. Le Groupe a conclu sept nouveaux partenariats, notamment avec des stations de radio de la région et des États-Unis. Si la technologie pose encore des difficultés dans la zone cible, des progrès constants ont néanmoins été réalisés puisque le nombre de pages téléchargées depuis le site de la radio en kiswahili a augmenté de plus de 100 % entre 2015 et 2016.

56. Le Groupe portugais a produit, à l'intention des médias sociaux, une série de messages et de graphiques sur diverses questions intéressant l'ONU, qui ont été diffusés dans les pays lusophones et relayés par les ambassadeurs de bonne volonté des Nations Unies, les rapporteurs spéciaux et les ministres des affaires étrangères, de même que par le Haut-Commissariat aux droits de l'homme. Les interactions avec le public du monde entier ont été considérablement renforcées, avec un nombre d'abonnés sur Facebook en hausse de plus de 85 %. La diffusion en direct sur Facebook, depuis la salle de l'Assemblée générale, de la nomination du nouveau Secrétaire général, António Guterres, a été l'un des faits saillants de l'activité du Groupe sur les médias sociaux. Le Groupe a joué un rôle déterminant en élaborant des versions en langue portugaise des entretiens et vidéos du nouveau Secrétaire général et en les mettant à la disposition de l'ensemble du système.

57. Plus de 25 partenariats ont été établis ou redynamisés au cours de la période considérée, notamment des accords avec Rede HOPEM (Men for Change), au Mozambique, un réseau de médias en faveur de l'élimination de la violence à l'égard des femmes et des filles; le magazine Globo Rural, qui s'adresse aux exploitants et autres acteurs du secteur agricole; et TV Globo Internacional, qui diffuse des émissions à l'intention des personnes lusophones vivant à l'étranger. La chaîne internationale dessert plus de 400 000 ménages et compte 3,4 millions d'abonnés sur les médias sociaux.

58. Le Groupe russe a accru son utilisation des supports multimédias, tels que les vidéos, diaporamas et citations, dans le cadre de l'actualisation de la production d'informations multimédias de l'ONU. Il a également diffusé des contenus par les voies classiques, grâce à des partenaires basés en Fédération de Russie ainsi qu'en Australie, au Bélarus, en République de Moldova et en Ukraine. Il a largement couvert toute une variété de questions et de thèmes, notamment les objectifs de

développement durable, les changements climatiques, la République arabe syrienne, le Yémen et les droits de l'homme. Ses reportages sur les mutilations génitales féminines dans les républiques postsoviétiques ont, d'après ses partenaires, suscité un intérêt accru pour cette question et contribué à des débats publics en Fédération de Russie. Les reportages sur la situation en Ukraine ont continué de capter l'attention du public desservi par le Groupe, en particulier grâce aux photos et vidéos qui viennent maintenant compléter les informations, les récits et les entretiens.

59. En outre, les comptes du Groupe russe sur les réseaux sociaux ont connu une croissance spectaculaire. Par exemple, au cours du seul mois de novembre 2016, les consultations du compte Facebook du Groupe ont augmenté de 127 %, tandis que le nombre de « J'aime » a crû de 63 %, le nombre de réponses à des publications de 128 % et le nombre de visionnements des vidéos de 245 %. Sur son compte Twitter, le Groupe avait deux fois plus d'abonnés que l'année précédente et sa présence sur VKontakte et sur SoundCloud s'était sensiblement renforcée. Un projet consistant à publier tous les articles de la Déclaration universelle des droits de l'homme sur les médias sociaux, à l'approche de la Journée des droits de l'homme le 10 décembre 2016, s'est révélé particulièrement populaire. Les programmes en russe sont devenus une source d'information majeure sur l'Organisation des Nations Unies dans la région, les contenus du Groupe étant utilisés par des organes de presse russes comme RIA Novosti, Interfax et RT, ainsi que par les grands sites Web d'actualités dans d'autres pays postsoviétiques.

60. La production du Groupe espagnol a suscité un très vif intérêt, avec plus de 1 950 téléchargements par jour effectués par des utilisateurs du monde entier lors du débat de haut niveau de l'Assemblée générale. Le site Web hispanophone a enregistré 42 600 pages vues au cours de la même période. Le processus de paix en Colombie et le rôle joué par l'ONU à cet égard ont été l'un des sujets les plus suivis, avec ceux qui traitaient de crises mondiales majeures, notamment le conflit en République arabe syrienne, le problème des réfugiés, le virus Zika et le choléra en Haïti. Les programmes audio en espagnol se sont multipliés et ont eu un retentissement accru auprès du public. Avec une moyenne hebdomadaire de 7 924 téléchargements, l'utilisation plus fréquente de médias sociaux tels que Facebook Live s'est traduite par des audiences record. Pour assurer un traitement plus intégré de l'actualité, des entretiens menés avec plusieurs chefs d'État ou de gouvernement hispanophones qui participaient au débat de haut niveau de l'Assemblée ont été retransmis en direct sur Facebook. Les plateformes d'information des médias sociaux ont enregistré une très forte croissance, le nombre d'abonnés sur Facebook augmentant de plus d'un tiers en 11 mois.

## **E. Communiqués de presse**

61. La Section des communiqués de presse du Département a couvert promptement, fidèlement et de manière approfondie toutes les réunions intergouvernementales ouvertes au public et certaines conférences de presse données au Siège de l'ONU ou ailleurs, tâche qui constitue un aspect essentiel des services d'information. Entre juillet et décembre 2016, la Section a produit 2 059 communiqués de presse, soit 10 007 pages en anglais et en français, à raison de 673 résumés de réunion, 1 162 autres communiqués de presse et 224 comptes rendus d'exposés et de conférences de presse.

62. Parmi les communiqués, disponibles en version papier au Siège et accessibles à tous sur Internet et dans les centres d'information des Nations Unies du monde entier, on distinguait :

a) Un total de 411 communiqués de presse portant sur la session principale de l'Assemblée générale, tenue de mi-septembre à décembre 2016, et notamment sur les séances plénières et les réunions des grandes commissions;

b) Un total de 376 communiqués de presse relatifs au Conseil de sécurité, y compris les réunions ministérielles et les débats de fond sur les conflits et les crises dans de nombreux pays, ainsi que sur la non-prolifération des armes nucléaires, les tribunaux pénaux internationaux, la protection des civils et la traite d'êtres humains, et des déclarations du Conseil à la presse;

c) Au moins 40 communiqués de presse relatifs aux activités du Conseil économique et social, et notamment à sa session de fond tenue au Siège en 2016;

d) Un total de 1 162 autres communiqués de presse, parmi lesquels des déclarations, discours et messages du Secrétaire général et du Vice-Secrétaire général, ainsi que des documents provenant d'autres bureaux et départements de l'ONU.

Tableau 1

**Production totale de la Section des communiqués de presse**

	<i>1<sup>er</sup> juillet au 31 décembre 2016</i>		<i>71<sup>e</sup> session, 14 septembre au 23 décembre 2016</i>	
	<i>Nombre de communiqués de presse</i>	<i>Nombre de pages</i>	<i>Nombre de communiqués de presse</i>	<i>Nombre de pages</i>
Couverture des réunions et séances				
Séances de l'Assemblée générale	426	4 780	400	4 650
Réunions du Conseil de sécurité	200	1 729	156	1 433
Séances du Conseil économique et social	40	413	10	17
Autres réunions	7	65	4	39
<b>Total partiel</b>	<b>673</b>	<b>6 987</b>	<b>570</b>	<b>6 139</b>
Communiqués de presse				
de l'Assemblée générale	15	34	11	11
du Conseil de sécurité	176	263	90	137
du Conseil économique et social	0	0	0	0
du Secrétaire-général	783	1102	531	768
du Vice-Secrétaire général	48	124	34	84
Autres communiqués de presse	140	185	68	89
<b>Total partiel</b>	<b>1 162</b>	<b>1 708</b>	<b>734</b>	<b>1 089</b>

	<i>1<sup>er</sup> juillet au 31 décembre 2016</i>		<i>71<sup>e</sup> session, 14 septembre au 23 décembre 2016</i>	
	<i>Nombre de communiqués de presse</i>	<i>Nombre de pages</i>	<i>Nombre de communiqués de presse</i>	<i>Nombre de pages</i>
Réunions d'information				
Points presse de midi	212	1283	128	787
Conférences de presse	12	29	6	15
<b>Total partiel</b>	<b>224</b>	<b>1312</b>	<b>134</b>	<b>802</b>
<b>Total</b>	<b>2059</b>	<b>10007</b>	<b>1438</b>	<b>8030</b>

### III. Site Web de l'ONU

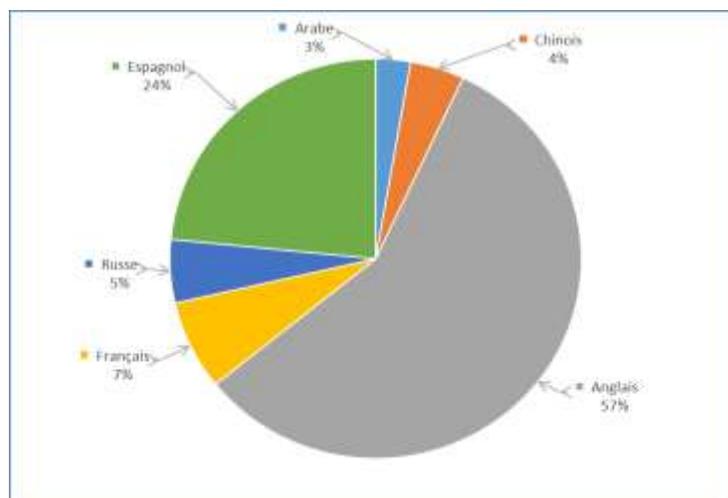
Tableau 2

**Fréquentation du site Web de l'ONU, par langue, entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 29 novembre 2016**

<i>Langue</i>	<i>Session</i>	<i>Utilisateurs</i>	<i>Page consultées</i>	<i>Pages par session</i>
Arabe	1 657 144	1 149 470	3 754 619	2,27
Chinois	2 150 650	1 618 697	5 860 906	2,73
Anglais	32 937 203	20 048 970	78 721 447	2,39
Français	4 403 150	2 896 474	9 954 026	2,26
Russe	3 187 769	1 991 335	7 056 471	2,21
Espagnol	16 253 057	11 460 837	32 265 098	1,99
<b>Total</b>	<b>60 588 973</b>	<b>39 165 783</b>	<b>137 612 567</b>	<b>2,31</b>

Figure IV

**Consultations du site Web de l'ONU en pourcentage, par langue, entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 29 novembre 2016**



63. Au cours de la période considérée, le Département a amélioré le volume et la qualité de ses contenus dans les six langues officielles sur le site Web général ([www.un.org](http://www.un.org)) de l'ONU. Il s'est attaché à harmoniser son identité visuelle sur l'ensemble du site et à introduire de nouvelles fonctionnalités telles que l'interface de téléchargement de photographies sur appareils mobiles disponible sur le nouveau site Web du Président de l'Assemblée générale. Dans le cadre de sa fonction de gouvernance des sites Web, le Département a publié des normes relatives au multilinguisme, c'est-à-dire la présentation des contenus dans les six langues officielles afin de toucher un public plus large. Les partenariats pour la traduction en chinois ont été renforcés grâce à la conclusion de nouveaux accords avec trois universités en Chine (*Soochow University*, *Shanghai International Studies University* et *East China Normal University*), en vue d'améliorer la parité des langues sur les sites Web du système des Nations Unies.

64. La couverture des nouvelles journées internationales des Nations Unies a été assurée grâce à l'ouverture de nouveaux sites Web dans les six langues officielles, notamment pour la Journée mondiale du diabète (14 novembre), la Journée mondiale de sensibilisation aux tsunamis (5 novembre), la Journée mondiale du souvenir des victimes des accidents de la route (troisième dimanche de novembre) et la Journée de l'aviation civile internationale (7 décembre). Vingt sites Web existants consacrés aux journées internationales ont également été actualisés afin de les rendre conformes à la nouvelle stratégie d'image du site de l'ONU, qui doit être adapté à la navigation sur téléphones portables et pleinement accessible. Une nouvelle version mise à jour de la section « Questions thématiques » du site [www.un.org](http://www.un.org), qui explique en détail la position de l'ONU sur 18 grands dossiers internationaux, a migré vers le nouveau modèle graphique, où figure les données les plus récentes ainsi que des illustrations et supports multimédias améliorés, notamment des graphiques d'information.

65. Le Département a fourni un appui continu aux sites Web des principaux organismes des Nations Unies. La nouvelle interface du site de l'Assemblée générale a été lancée à temps pour la soixante et onzième session. Le site est entièrement multilingue et a été repensé pour être adapté aux téléphones mobiles et compatible avec la nouvelle stratégie d'image du site de l'ONU. L'interface du site du Président de l'Assemblée générale a également été actualisée afin d'améliorer la présentation des principales priorités du Président, notamment la réalisation des objectifs de développement durable et la procédure de nomination du Secrétaire général. Cette procédure est également illustrée sur le site Web du Secrétaire général qui a fait l'objet de modifications substantielles avec l'introduction de nouveaux éléments numériques et visuels et la possibilité d'actualiser régulièrement son contenu dans plusieurs langues. Par ailleurs, le Département a lancé une nouvelle version, totalement repensée et multilingue, du site Web du Comité du Conseil de sécurité créé par la résolution 1540 (2004).

#### **IV. Médias sociaux (multilinguisme)**

66. Étant donné la popularité croissante de la vidéo comme support des messages numériques de l'ONU, le Département a continué de mettre l'accent sur la production de contenus vidéos dans toutes les langues officielles, en particulier en vue de leur diffusion sur les médias sociaux les plus adaptés selon les régions. Par exemple, la chaîne russe de l'ONU sur YouTube a poursuivi sa croissance

dynamique et a triplé son nombre de vues ces douze derniers mois. La chaîne espagnole de YouTube a atteint la barre des 3 millions de vues, ce qui représente une hausse de 100 % sur un an, et la chaîne française a enregistré une augmentation annuelle constante de 8 %, atteignant désormais les 864 000 vues.

67. Le Département s'est lancé dans la diffusion en direct de vidéos sur les réseaux sociaux, ce qui s'est révélé être un bon moyen de promouvoir l'Organisation des Nations Unies dans la sphère numérique. Par exemple, les abonnés ayant suivi les débats informels entre les candidats au poste de Secrétaire général ont généré 25 millions de « J'aime ». Plus de 800 vidéos courtes ont été téléchargées sur les applications pour smartphones Weishi, Miaopai et Meipai, et elles ont été vues 800 millions de fois. Au moins 1 600 vidéos de l'ONU traduites en chinois ont été ajoutées sur les chaînes de l'ONU accessibles sur les plateformes Youku, Tudou, Sina Video et Tencent Video, et elles ont généré environ 52 millions de vues.

68. Les activités multilingues du Département sur les réseaux sociaux continuent d'intéresser un nombre croissant de personnes. Le compte Twitter officiel de l'ONU en arabe a enregistré une augmentation de plus de 40 % de son nombre d'abonnés, qui a atteint 280 000, tandis que la page Facebook officielle de l'ONU en arabe réunit actuellement 376 000 abonnés. Sur Sina Weibo, une plateforme de microblog prisée du public chinois, la chaîne de l'ONU a actuellement plus de 8 millions d'abonnés, soit plus que sur tous les autres réseaux sociaux où l'Organisation est active. En outre, le compte WeChat de l'ONU dépasse actuellement les 347 000 abonnés.

69. Le nombre de francophones sur les médias sociaux liés à l'ONU augmente d'environ 5 % par an et le compte Twitter officiel de l'ONU compte plus de 111 000 abonnés francophones tandis que la page Facebook en rassemble au moins 263 000. Le compte Twitter en espagnol réunit 672 000 abonnés, ce qui représente une hausse annuelle de 26,7 %, et la page Facebook hispanophone atteint 355 179 abonnés, soit une augmentation de 15 % sur un an.

## V. Autres services

### Services aux médias : accréditations et liaison avec les médias

70. Entre août et décembre 2016, le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias du Département a traité environ 4 200 demandes d'accréditation pour couvrir les événements ayant lieu au Siège, notamment le débat général de l'Assemblée générale à sa soixante et onzième session, la réunion de haut niveau de l'Assemblée générale sur la gestion des déplacements massifs de réfugiés et de migrants et d'autres réunions de haut niveau. Il a également traité plus de 300 demandes d'accréditation pour la Conférence mondiale sur le transport durable.

71. Entre août et décembre, le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias a fourni des informations et une assistance logistique pour plus de 200 interventions et points presse auxquels ont assisté quelque 2 800 journalistes. Il a contribué à la couverture médiatique de plus de 150 réunions bilatérales et séances photos avec le Secrétaire général. Le Groupe a également fourni des informations et diffusé des documents essentiels à la presse et à d'autres clients par courrier

électronique et au moyen de son compte Twitter, qui rassemble actuellement environ 37 000 abonnés.

72. Compte tenu de la nécessité constante d'assister les organes de presse qui couvrent l'ONU, le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias a mis en place un nouveau site Web, entièrement multilingue, consultable sur téléphone portable et conforme à la stratégie d'image mise en place récemment pour le site de l'ONU. Afin de rationaliser la procédure de demande d'accréditation, le Département a collaboré avec le Département de l'Assemblée générale et de la gestion des conférences en vue d'améliorer les capacités du système d'accréditation en ligne et de rendre la procédure d'accréditation entièrement réalisable sur Internet.

### **Suivi de l'actualité**

73. Pour éclairer et orienter les travaux de l'Organisation à tous les niveaux, le Département a assuré le suivi au niveau mondial de la couverture par les médias de l'ONU et des grandes questions internationales relevant de sa mission. Des coupures de presse et bulletins d'information traitant des derniers événements survenus dans le monde sont distribués quotidiennement au Secrétaire général, aux hauts-fonctionnaires et au personnel du Secrétariat et sont également publiés sur iSeek.

74. Le Département examine actuellement ses produits en matière de suivi de l'actualité ainsi que les technologies connexes afin d'améliorer leur pertinence et leur opportunité et de permettre leur accès à distance sur diverses plateformes en dehors du Siège et sur le terrain.

### **Partenariats**

75. Au cours de la période considérée, le Département a conclu des partenariats avec deux compagnies aériennes, Finnair et Xiamen Airlines, qui proposeront toutes deux dans leurs offres de divertissement en vol des contenus audiovisuels réalisés par la Télévision des Nations Unies et d'autres produits médias de l'ONU. Xiamen Airlines a également accepté de diffuser des messages des Nations Unies dans ses salles d'attente ou de les inclure dans ses magazines de bord et de peindre sur l'un de ses tout nouveaux avions un motif représentant son soutien aux objectifs de développement durable. En outre, le Département a noué un partenariat avec la *Universidad Iberoamericana* de Mexico en vue de produire une version espagnole du programme *21<sup>st</sup> Century* qui lui permettra de toucher un nouveau public dans les régions hispanophones. Le Département continue d'étudier plusieurs possibilités pour coproduire d'autres versions des programmes de la Télévision des Nations Unies, notamment en arabe et en russe.

## **VI. Conclusion**

76. Le Département continuera d'évaluer les activités de sa Division de l'information et des médias afin de garantir la plus grande qualité possible des services fournis et la diffusion opportune d'informations exactes et objectives dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais. Étant donné que les normes du secteur et les modes de consommation changent, le Département adaptera ses produits et services en conséquence, tout en gardant à l'esprit que les médias traditionnels restent importants dans de nombreuses régions du monde.

77. Le Département a déjà réalisé de grands progrès concernant la répartition de ses équipes de presse en fonction des langues afin de maximiser l'incidence sur le public et de poursuivre son engagement envers le multilinguisme. Les produits radiophoniques et télévisuels ont été adaptés aux nouveaux formats et diffusés sur des plateformes médias traditionnelles et plus récentes pour toucher le public le plus large possible.

78. L'étude d'impact menée récemment par le Département a confirmé que nombre de ses contenus constituent souvent la seule source d'informations relatives aux travaux de l'ONU disponible dans certains pays et certaines régions. Elle a également montré que les programmes devaient être revus pour correspondre aux modes de consommation de l'information et aux grilles de programmation des partenaires et leur proposer des supports plus courts qui soient à la fois informatifs et propres à capter l'intérêt. Le Département poursuivra son examen des recommandations de l'étude et des commentaires des partenaires de diffusion afin de veiller à ce que les contenus qu'il produit restent utiles et pertinents, tout en instaurant de nouveaux partenariats pour que ses services d'information et de médias séduisent un nouveau public.

79. La numérisation des archives audiovisuelles de l'Organisation est bien avancée et conserve toute son importance aux yeux du Département. Pour trouver le moyen le plus efficace de protéger cette collection inestimable, le Département s'est intéressé aux pratiques exemplaires d'autres institutions connues pour leurs compétences en matière de conservation et d'archivage.