



# Assemblée générale

Distr. générale  
9 août 2021  
Français  
Original : anglais

---

## Soixante-seizième session

Point 58 de l'ordre du jour provisoire\*

### Questions relatives à l'information

## Questions relatives à l'information

### Rapport du Secrétaire général

#### *Résumé*

Établi en application de la résolution [75/101 B](#) de l'Assemblée générale, le présent rapport expose les points forts des activités menées par le Département de la communication mondiale entre le 1<sup>er</sup> février et le 30 juin 2021. Il porte notamment sur les mesures prises par le Département en matière de communication stratégique globale face à la pandémie de maladie à coronavirus (COVID-19) et sur les efforts multidimensionnels qu'il a déployés pour combattre la désinformation et stimuler la solidarité internationale. En outre, on y fait le point sur l'appui apporté par le Département aux travaux menés par l'Organisation des Nations Unies dans des domaines tels que le développement durable, la paix et la sécurité et les droits humains. Il détaille également la manière dont le Département a continué à communiquer efficacement avec le monde afin de susciter des actions en faveur d'un changement positif pour un monde où chacun s'épanouit dans la paix, la dignité et l'égalité sur une planète saine.

---

\* [A/76/150](#).



## I. Introduction

1. Au paragraphe 132 de sa résolution 75/101 B, l'Assemblée générale a prié le Secrétaire général de rendre compte au Comité de l'information, à sa quarante-troisième session, et à elle-même, à sa soixante-seizième session, des activités du Département de la communication globale et de la suite donnée à toutes les recommandations et demandes formulées dans ladite résolution. En conséquence, le Département a présenté trois rapports (A/AC.198/2021/2, A/AC.198/2021/3 et A/AC.198/2021/4) pour examen par le Comité à sa quarante-troisième session, qui s'est tenue du 27 avril au 18 mai 2021.

2. Le présent rapport fait le point sur les informations fournies dans ces rapports et donne notamment un résumé des activités menées par le Département du 1<sup>er</sup> février au 30 juin 2021 dans le cadre de ses trois sous-programmes : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion et de partage du savoir.

3. Le Département continue de faire du multilinguisme la pierre angulaire de son travail, de la production de contenu aux campagnes et à la sensibilisation, en trouvant des moyens créatifs de toucher le plus grand nombre de personnes possible grâce à des récits percutants et en mettant l'accent sur les solutions, afin de les engager et de les encourager à agir sur les questions à l'ordre du jour de l'Organisation, en continuant de faire de la mobilisation des jeunes, en particulier à l'égard des objectifs de développement durable et de l'action en faveur du climat, une priorité. Pour atteindre les populations du monde entier, qu'elles se trouvent du bon côté de la fracture numérique ou du mauvais, le Département continue d'investir à la fois dans les plateformes numériques et dans les médias traditionnels.

## II. Stratégie de communication globale de l'Organisation

4. La stratégie de communication globale de l'Organisation utilise une approche axée sur le public pour faire connaître les problèmes, les raisons pour lesquelles les gens devraient s'en préoccuper et ce qu'ils peuvent faire pour faire la différence. Cette approche fait apparaître l'Organisation comme un vecteur de solutions et non comme un simple annonciateur de calamités. Bien qu'elle dicte principalement les activités externes du Département, la stratégie peut être appliquée à l'ensemble du Secrétariat et du système des Nations Unies afin de faire mieux connaître toutes les causes liées à l'activité de l'Organisation, de susciter l'empathie et de mobiliser un appui en leur faveur.

5. La stratégie de communication mondiale comprend des suggestions de tactiques pour communiquer sur des questions mondiales et thématiques et les étapes à suivre pour créer des campagnes de communication stratégiques, avec un suivi et une évaluation intégrés dans ces étapes. En 2021, la priorité des communications de l'Organisation a été la réponse à la pandémie de maladie à coronavirus (COVID-19) et le redressement de la situation. Alors que le monde a entamé un mouvement encore inégal vers une reconstruction en mieux, le Département a également cherché à démontrer le multilatéralisme à l'œuvre et le rôle prépondérant de l'Organisation dans la mobilisation en faveur de la planète ; de la lutte contre les inégalités et la défense de l'inclusion ; et la réalisation de l'égalité des sexes. En outre, le Département a continué à apporter un appui au programme d'action de l'Organisation des Nations Unies dans des domaines tels que le développement durable, la paix et la sécurité et les droits humains.

6. En juin 2021, dans le cadre de la mise en œuvre et de la promotion de la stratégie de communication globale à l'échelle de l'Organisation, le Département a publié à

l'intention de son personnel et partagé avec le Groupe de la communication des Nations Unies un document intitulé *Manuel de stratégie de communication des Nations Unies* assorti d'un modèle de stratégie de communication de l'ONU conçu pour structurer la communication de l'Organisation à tous les niveaux, du mondial au national, ainsi que les campagnes portant sur des questions spécifiques. Le manuel et le modèle de stratégie de communication ont pour but d'améliorer la cohérence et l'homogénéité des communications de l'ONU dans différents contextes et de maximiser ainsi l'effet de la communication de l'Organisation.

### **III. Lutte contre une pandémie de désinformation et appel à l'action dans le contexte de la pandémie de maladie à coronavirus**

#### **A. La campagne « Verified »**

7. Lancée par le Département en mai 2020 en partenariat avec Purpose, organisation de mobilisation sociale de premier plan, la campagne Verified s'inscrit dans le cadre de l'initiative de communication de l'ONU COVID-19 visant à lutter contre la désinformation autour du virus. Cette initiative braque les projecteurs sur la crise sanitaire mondiale et la crise socioéconomique qui en découle, en appelant à la solidarité sur la voie du relèvement, notamment en vue de reconstruire en mieux dans le cadre des objectifs de développement durable qui constituent une priorité. Verified invite les membres du public mondial à s'unir pour contrer la désinformation, notamment par le biais de campagnes mondiales et locales spécifiques et en s'inscrivant pour devenir des « volontaires de l'information » qui reçoivent quotidiennement un contenu de l'ONU sur la pandémie à partager avec leurs réseaux personnels.

8. Au cours de la période considérée, la campagne Verified a continué à contrer la désinformation liée à la COVID-19 et à promouvoir la coopération et la solidarité internationales. Le 30 juin, le Département a lancé une nouvelle phase de l'initiative Pause de la campagne Verified, qui se terminera lors de la Semaine mondiale de l'initiation aux médias et à l'information, du 24 au 31 octobre 2021. La campagne vise à inciter les gens à marquer une pause avant de partager du contenu en ligne, ainsi qu'à favoriser l'éducation et la sensibilisation sur la manière de marquer cette pause, sur les raisons de son importance et sur les moyens de mettre fin à la désinformation. Le lancement de la dernière initiative Pause a bénéficié d'un ferme soutien de la part des États Membres et d'un ensemble de partenaires.

9. L'initiative Vérifié #OnlyTogether, lancée le 11 mars, a souligné que ce n'est qu'en œuvrant de concert que les pays et les peuples du monde arriveront à surmonter la crise. Près de 100 États Membres ont été représentés dans l'affichage ou le réaffichage du matériel de l'initiative, notamment par des chefs d'État et de gouvernement, ainsi que par des célébrités.

10. Les centres d'information des Nations Unies ont fait partie intégrante de la campagne Verified en fournissant des informations sur les faits nouveaux locaux et régionaux – en particulier les tendances à la désinformation – et en aidant à définir la stratégie et le contenu de la campagne. Au cours de la période considérée, l'accent a été mis sur l'initiative #OnlyTogether et la promotion de l'équité en matière de vaccins, tout en réaffirmant l'importance des mesures préventives. Des messages destinés à sauver des vies ont également été diffusés sur les canaux des médias sociaux et les sites Web des équipes de pays des Nations Unies et de leurs partenaires.

11. En collaborant avec plus de 70 artistes, musiciens, acteurs et influenceurs lusophones, le Centre d'information des Nations Unies à Rio de Janeiro a touché

95 millions de personnes. Le Centre d'information du Caire a collaboré avec des partenaires médiatiques, tels que Radio Masr et la télévision Al-Araby, ainsi qu'avec d'éminents scientifiques et chercheurs locaux qui ont joint leur voix à la campagne. Avec l'aide à la traduction du Centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale à Bruxelles, du Service d'information des Nations Unies à Genève et des Centres d'information des Nations Unies à Asunción, Buenos Aires, Prague et Varsovie, des espaces publicitaires à grande échelle en Europe et dans les Amériques ont diffusé les messages d'espoir de #OnlyTogether tout en favorisant des mesures sanitaires vitales. Le Centre d'information de La Paz a soutenu l'initiative par une campagne nationale de médias sociaux #DosisdeEsperanza (« Dose d'espoir »), tandis que celui de Mexico a lancé une série Infodemia en collaboration avec Canal Catorce du système public de radiodiffusion du Mexique et l'agence de presse nationale d'Argentine.

## **B. Coordination de la communication de crise**

12. Au cours de la période considérée, le Département a continué à convoquer et à coprésider une réunion hebdomadaire du Groupe de communication des Nations Unies afin de coordonner les efforts de communication du système des Nations Unies sur la réponse à la COVID-19. Le Groupe, au sein duquel sont représentés tous les départements du Secrétariat de l'Organisation et l'ensemble des institutions spécialisées, fonds et programmes des Nations Unies et des commissions régionales de l'ONU, a examiné les questions les plus pressantes liées à la COVID-19, envoyé chaque jour par courrier électronique les informations les plus récentes concernant l'action menée par le système des Nations Unies face à la COVID-19, élaboré et mis à jour des messages diffusés à l'échelle du système des Nations Unies et planifié des activités.

## **C. Centres d'information des Nations Unies**

13. Dans le cadre de la riposte de l'Organisation face à la pandémie de COVID-19, le Département a travaillé à travers son réseau de 59 centres d'information des Nations Unies pour renforcer sa capacité de communication sur le terrain, en organisant régulièrement des webinaires bihebdomadaires avec le personnel de communication sur le terrain de l'ensemble du système des Nations Unies. Les sessions comprenaient des séances d'information de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) et d'autres organismes axées sur l'échange de données d'expériences et de pratiques de référence en matière de communication de crise, ainsi que des messages relatifs à la distribution du vaccin.

14. Afin d'améliorer les compétences des centres d'information des Nations Unies et des bureaux des coordonnatrices et coordonnateurs résidents, le Département a organisé des séminaires en ligne sur les médias sociaux, l'évaluation de leur incidence, la rédaction créative et la révision de textes. La collaboration accrue par le truchement des plateformes de communication et de la technologie de messagerie a renforcé le travail en réseau entre le Siège de l'ONU et le terrain, ainsi qu'entre les bureaux extérieurs.

15. En étroite collaboration avec les bureaux des coordonnatrices et coordonnateurs résidents ainsi qu'avec le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF) et l'OMS, les centres d'information des Nations Unies ont fourni un soutien en matière de communication pour le déploiement des vaccins contre la COVID-19 dans le cadre de l'initiative internationale liée au Mécanisme COVAX pour un accès mondial aux vaccins contre la COVID-19 en diffusant des communiqués de presse, en assurant le

suivi des médias et en favorisant les expéditions de COVAX auprès des médias locaux et sur leurs propres sites Web et plateformes de médias sociaux, ainsi qu'en envoyant des informations connexes pour les points de presse quotidiens du Bureau du porte-parole du Secrétaire général de l'ONU.

16. Les centres d'information des Nations Unies ont également soutenu les bureaux des coordonnatrices et coordonnateurs résidents et les équipes de pays des Nations Unies en compilant des rapports de situation, en favorisant les orientations de l'OMS, en diffusant et en localisant les informations du système des Nations Unies, en mettant en œuvre des campagnes de sensibilisation, en répondant aux questions des médias et en luttant contre la désinformation. C'est ainsi que le Centre d'information des Nations Unies et le Bureau du Coordonnateur résident à New Delhi, qui ont lancé, avec les contributions d'autres organismes des Nations Unies, la campagne de médias sociaux #UNWithIndia en anglais et en hindi pour mettre en évidence le soutien des Nations Unies à l'Inde au cours de la deuxième vague de COVID-19, ont touché plus de 8 millions de personnes sur les plateformes numériques, en plus de millions d'autres par le biais d'entretiens et de reportages dans la presse locale.

#### **D. Information et médias**

17. Disponible dans les six langues officielles, le portail Web d'informations consolidées et pratiques sur la réponse de l'Organisation à la pandémie présente des rapports, des déclarations et des notes d'orientation du Secrétaire général ; sert de plateforme à la promotion des campagnes ; et comporte une section spéciale contenant des informations destinées aux États Membres. Au cours de la période considérée, le portail a été régulièrement mis à jour avec les dernières informations, les nouvelles, les articles, les vidéos, les discours, la couverture d'événements et les documents connexes. Il a été élargi pour inclure une nouvelle section sur la vaccination du personnel des Nations Unies.

18. Plus de 85 histoires présentant un intérêt humain produites par les centres d'information des Nations Unies et les bureaux des coordonnatrices et coordinateurs résidents, mettant en scène des héros locaux et des fonctionnaires de première ligne de l'ONU, ont été publiées sur le portail.

#### **E. Promotion du développement durable**

19. Au cours de la période considérée, l'incidence de la pandémie de COVID-19 a continué à dominer les communications autour des objectifs de développement durable. Le Département a soutenu et encouragé le lancement de plusieurs rapports clés mettant en évidence les trajectoires de reprise très divergentes des pays développés et en développement, notamment des pays les moins avancés.

20. Le rapport actualisé sur la situation et les perspectives de l'économie mondiale à la mi-2021, qui montrait que l'augmentation des infections à la COVID-19 et les progrès insuffisants de la vaccination dans de nombreux pays menaçaient une reprise économique mondiale généralisée, a fait l'objet de plus de 1 000 articles dans 50 pays, notamment par des agences de presse telles que Agencia Efe, Associated Press, Reuters et Xinhua News Agency. Le Rapport *World Social Report 2021: Reconsidering Rural Development*, qui souligne que l'amélioration de la connectivité, et non la migration urbaine, est le meilleur moyen de soutenir les populations des zones rurales, a bénéficié d'une large couverture médiatique, notamment par Antara News, Caribbean News Now, The Global Herald, Modern Diplomacy, the Saudi Gazette, the South Asia Monitor, Stabroek News et The Times of Africa. Les membres du Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable qui ont

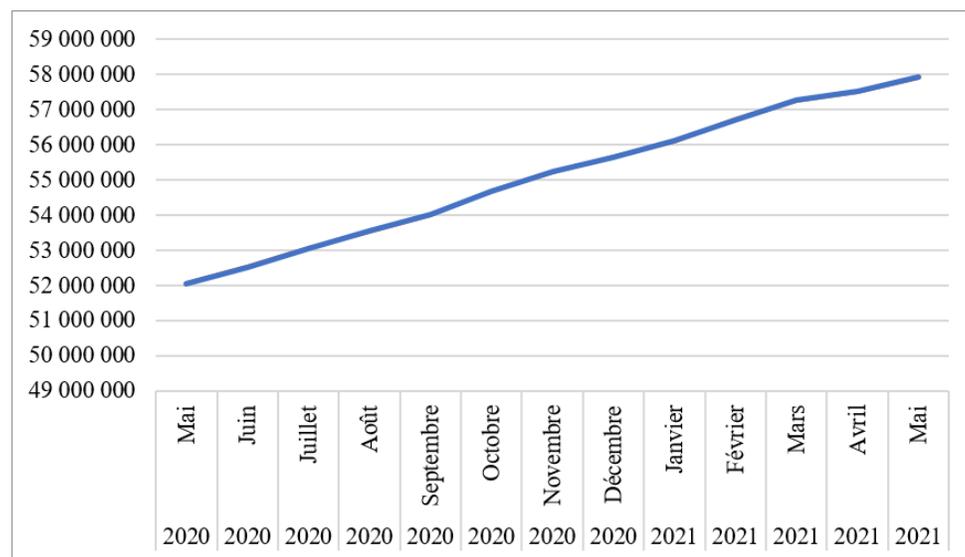
également couvert le rapport sont Ekoiq, Legit.ng, Scoop News et Sputnik News. Le rapport sur le financement du développement durable, le forum du Conseil économique et social de 2021 sur le suivi du financement du développement et le point de presse du Président du Conseil économique et social sur les défis et les mesures visant à prévenir et à combattre la corruption et à renforcer la coopération internationale ont tous été largement couverts par des reportages d'ABC News, de l'Agence France-Presse, de l'Associated Press, de Bloomberg, du Jerusalem Post, de Reuters, de United Press International et de l'agence de presse Xinhua, entre autres.

## F. Médias sociaux

21. Gérant des comptes avec 57 millions d'abonnés, la Section des médias sociaux du Département a créé et présenté un contenu optimisé pour les réseaux sociaux afin de lutter contre la COVID-19 et la désinformation sur les vaccins dans toutes les langues officielles ainsi qu'en hindi, en swahili et en portugais. Les messages portaient notamment sur la nécessité d'une solidarité mondiale et d'un relèvement et d'une reconstruction en mieux. Les partenariats avec les plateformes de médias sociaux, telles que Facebook, LinkedIn, TikTok et Twitter, ont mis en évidence la pertinence de l'Organisation face aux défis mondiaux et ont apporté un soutien important aux efforts que déploie l'ONU pour lutter contre la désinformation en raison de la portée et de l'engagement accrus des utilisateurs de médias sociaux dans le monde entier (voir fig. I). Le Département a également collaboré avec les entités du système des Nations Unies pour aider à améliorer et à garantir la mise en œuvre des politiques des principales plateformes de médias sociaux, notamment en ce qui concerne la désinformation sur les vaccins.

Figure I

### Évolution du nombre d'abonnés à l'ensemble des comptes institutionnels dans les médias sociaux entre mai 2020 et mai 2021



## G. Messagers de la paix

22. Le Département a continué à bénéficier du soutien des Messagers de la paix des Nations Unies, des ambassadeurs de bonne volonté et d'autres défenseurs et personnes influentes qui ont amplifié les messages de l'ensemble du système des

Nations Unies, notamment en ce qui concerne la COVID-19 et l'action climatique. Il s'agissait notamment de la campagne #OnlyTogether en mars et d'une campagne pour la Journée internationale du sport au service du développement et de la paix (6 avril) qui soulignait les contributions du sport et de l'activité physique à l'objectif visant à reconstruire en mieux.

## **H. Initiative Impact universitaire des Nations Unies**

23. Par l'intermédiaire de l'initiative Impact universitaire des Nations Unies, le Département a organisé des dialogues avec des éducateurs, des chercheurs et des étudiants du monde entier pour discuter du rôle de la coopération universitaire dans le règlement de problèmes d'intérêt mondial, avec la participation de plus de 4 000 personnes de plus de 60 pays, y compris un webinaire qui a mis en évidence les défis actuels et les nouvelles perspectives de la diplomatie multilatérale dans le contexte de la COVID-19.

## **I. Services à l'intention des visiteurs**

24. À Genève, Nairobi, New York et Vienne, les services des visiteurs ont continué à offrir une gamme de programmes virtuels à un public mondial. Tous les lieux d'affectation ont mis en avant la riposte de l'ONU face à la pandémie de COVID-19 et encouragé les visiteurs virtuels à rejoindre la campagne Verified. Plus de 8 000 personnes ont participé à au moins une session virtuelle organisée par le service des visiteurs à New York, notamment l'Inter Campus (la branche éducative du club de football Inter Milan), des groupes internationaux participant à Simil'ONU, la Riga Young Leaders School et WeCare China 2021, ainsi que des écoles de Bolivie, du Pakistan et de Corée du Sud. Les programmes virtuels de Nairobi et de Vienne ont attiré respectivement plusieurs centaines et près de 3 000 visiteurs. Les visites en personne destinées aux dignitaires de haut rang et les visites protocolaires se sont poursuivies à Genève, même si la programmation virtuelle a également été développée. À New York, le Service des visiteurs a également créé des visites virtuelles thématiques sur l'histoire des Noirs, l'architecture de l'ONU, les femmes et l'Asie et le Pacifique. Face aux défis de l'enseignement à domicile et de l'apprentissage virtuel, le Service a également proposé des webinaires à l'intention des éducateurs, axés sur la paix et la sécurité, les droits humains et le développement durable.

## **J. Vente et commercialisation**

25. Au cours de la période considérée, le Service des publications de l'ONU a continué à présenter sur son site Web (shop.un.org) et sur la plateforme de la Bibliothèque numérique de l'ONU le contenu du Secrétariat de l'Organisation et des organismes, fonds, programmes, instituts et entités des Nations Unies sur divers sujets liés à la pandémie de COVID-19.

## **K. Expositions**

26. Le Département a continué à mettre l'accent sur la production d'expositions en ligne dans le cadre des célébrations de l'ONU. Les sept expositions publiées entre février et juin 2021 sur des sujets tels que les droits de l'homme pendant la pandémie de COVID-19, les peuples autochtones et la pollution plastique ont donné lieu à plus de 45 000 consultations.

## L. Société civile

27. Le Département a continué à impliquer les parties prenantes de la société civile par le truchement de manifestations virtuelles qui ont donné plus de résonance aux thèmes, aux campagnes et aux messages clés de l'ONU, y compris deux manifestations virtuelles sur la COVID-19, l'équité en matière de vaccins et les enseignements en découlant qui ont été suivis par plus de 6 000 spectateurs au total. Dans l'ensemble, la présence et la portée dans les médias sociaux du Groupe des relations avec la société civile ont augmenté de 30 % sur toutes les plateformes (Facebook, Instagram et Twitter).

## M. Chronique de l'ONU

28. Sur les 27 articles publiés par la *Chronique de l'ONU* au cours de la période considérée, un tiers environ concernait la pandémie de COVID-19. La *Chronique de l'ONU* a également publié un reportage photo du photographe Nicholas Vreeland décrivant la vie dans le village de Mundgod, en Inde, pendant les premiers jours de la pandémie.

## N. Bibliothèque Dag Hammarskjöld

29. La Bibliothèque Dag Hammarskjöld a continué à soutenir l'action que mène l'Organisation pour contrer la désinformation sur la COVID-19. Lors de trois séances d'information virtuelles organisées au cours de la période considérée, auxquelles ont assisté plus de 400 participants – dont des représentants, des bibliothécaires dépositaires des Nations Unies et des membres du personnel des bibliothèques du Secrétariat de l'ONU – des spécialistes de l'information ont discuté du rôle des bibliothèques dans la lutte contre la désinformation.

## IV. Multilinguisme

### A. Centres d'information des Nations Unies

30. Le réseau de 59 centres d'information des Nations Unies travaille quotidiennement en anglais, arabe, espagnol, français et russe, ainsi que dans 125 autres langues locales<sup>1</sup>. Toucher les publics dans leur propre langue est un aspect essentiel du travail des centres d'information, car ils créent du contenu pour les médias traditionnels et sociaux et réalisent des entretiens à la radio et à la télévision, des émissions-débats et des points de presse dans ces langues, en plus du braille et des langues des signes népalaises et hindi.

<sup>1</sup> Adangme, afrikaans, allemand, anglais pidgin, arménien, awa, azéri, bafut, bambara, bamoun, bangwa, bari, bassa, bamba, bengali, berbère (tamazight), bhojpuri, biélorusse, birman, chakma, dagaare, dagbani, dangbe, danois, dioula, emberá, éwé, ewondo, fanti, finnois, frison, ffulde, ga, géorgien, gonga, grec, guahibo, guarani, guarati, gulmacema, haoussa, hiligaïnon, hindi, hitnü, hongrois, iakoute, idoma, igbo, ijaw, ika, indonésien, inga, islandais, italien, japonais, kanauri, kaonde, karakalpak, kazakh, kikuyu, kituba, korewahe, lenje, lingala, lozi, lunda, luvale, maïthili, malgache, maori, marathi, mari, misak, moré, muisca, nasa yuwe, ndébélé, néerlandais, népalais, newari, norvégien, nyanja/chinyanja, nzema, ourdou, ouzbek, pede, perse, philippin, polonais, portugais, quechua, sáliva, sepedi, sesotho, setswana, shona, shupamum, sikuani, singhalais, slovaque, slovène, suédois, swahili, swati, tamang, tamoul, tchèque, tchéchéne, télougou, tharu, ticuna, tiv, tonga, tsonga, turc, twi, twiakwapem, twiashanti, ukrainien, venda, wayuu, wolof, xhosa, yoruba, yukpa, zenú et zoulou.

31. Les centres d'information des Nations Unies jouent un rôle clé dans la traduction et l'adaptation des messages et des campagnes mondiales. Ces contenus multilingues sont partagés sur les sites Web et les médias sociaux ; 35 des 58 centres d'information affichent sur leur site Web du contenu dans les langues locales et 24 autres langues sont utilisées sur différents médias sociaux comme Aparat, Flickr, Flipboard, LinkedIn, Livestream, Periscope, Pinterest, SlideShare, Snapchat, Telegram, TikTok, Tumblr, Vimeo, Vine et VK.

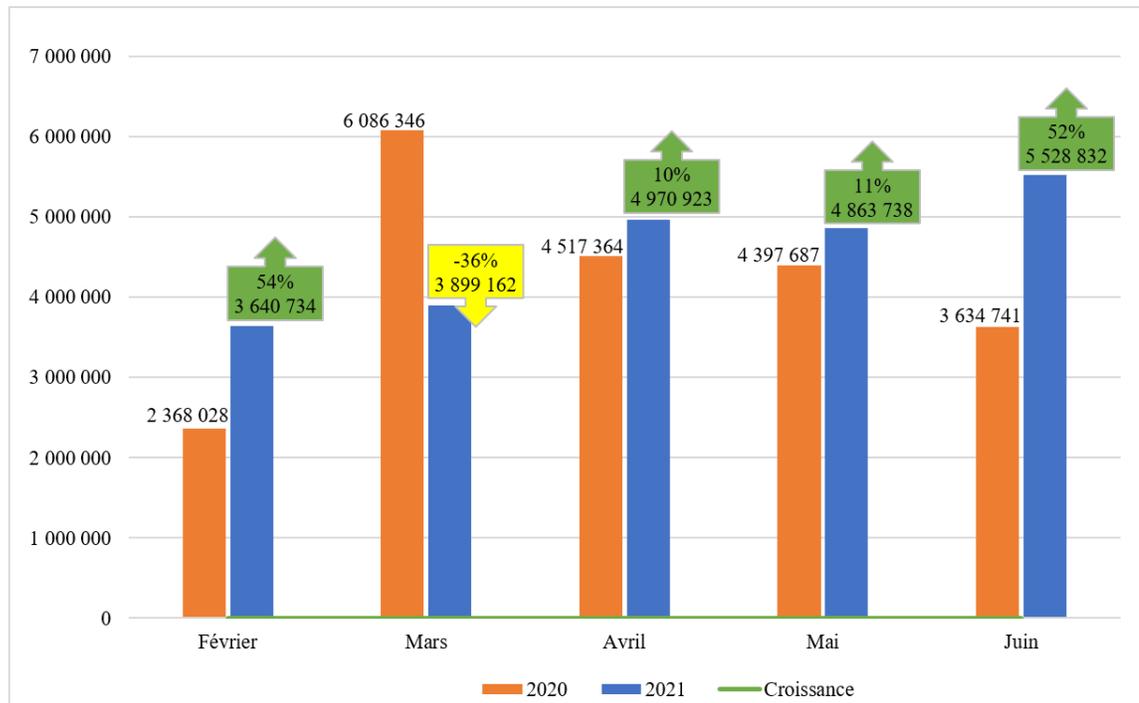
32. Au cours de la période considérée, le réseau de centres d'information a renforcé la coopération avec d'autres entités du système des Nations Unies au niveau national afin d'améliorer l'effet et la cohérence de leurs communications. Il s'agissait notamment de travailler par l'intermédiaire des groupes de communication des Nations Unies, présidés ou soutenus par les centres dans leurs pays ou régions respectifs, afin de promouvoir les priorités de l'ONU auprès des médias et du grand public. Tout en fournissant des conseils et un soutien dans l'ensemble du système des coordonnatrices et coordonnateurs résidents, les centres ont apporté un appui plus direct dans les 44 pays où ils ont été intégrés aux bureaux desdits coordonnatrices et coordonnateurs résidents.

33. Pour atteindre un public plus large, les centres d'information des Nations Unies ont également établi des partenariats avec des organisations externes et des personnes influentes. Ainsi, le Centre d'information des Nations Unies à Beyrouth s'est associé à la chanteuse d'origine libanaise Tania Kassis pour diffuser une chanson enregistrée par l'orchestre philharmonique de Kiev, intitulée « Une terre pour tous », qui promeut les valeurs humanitaires de lutte contre la violence et la guerre, d'élimination de la pauvreté et d'aide aux plus vulnérables.

## **B. Informations et reportages multimédia et multilingues**

34. Alors que le monde était aux prises avec la pandémie de COVID-19, le bulletin d'information multilingue du Département, ONU Info, a servi de guichet unique pour obtenir des informations opportunes, factuelles et utiles. La croissance du nombre d'utilisateurs depuis le début de la pandémie s'est maintenue en 2021, montrant qu'ONU Info est une source d'informations précises et crédibles (voir fig. II). Les pages vues (voir la figure III pour la répartition par langue) ont également continué à augmenter, même au-delà des chiffres élevés enregistrés au début de la pandémie, avec quelque 30 millions de pages vues pour la période considérée, contre 27 millions pour la même période l'année dernière. ONU Info s'est également avéré de plus en plus attrayant pour les publics plus jeunes situés dans la tranche d'âge des 18 à 24 ans.

Figure II  
**Croissance du nombre d'utilisateurs d'ONU Info (février-juin 2020 et février-juin 2021)**



35. Le contenu d'ONU Info en arabe a continué à être largement repris par les médias régionaux, tandis que sa portée sur Twitter a enregistré un bond de 100 % entre février et mars 2021. Parmi les reportages, citons l'entretien multimédia d'un épidémiologiste de l'OMS sur les vaccins, les variants et la sécurité des voyages, ainsi qu'un reportage multimédia sur la chef du Secteur des affaires sociales de la Ligue des États arabes, réalisé à l'occasion du lancement du réseau des femmes médiatrices arabes. Un autre reportage sur une scientifique libanaise, professeur d'épidémiologie à l'Université américaine de Beyrouth et lauréate du prix L'Oréal-UNESCO pour les femmes et la science, Abba El Sebaei, a été retweeté par l'influente chanteuse libanaise Elissa.

36. Des histoires et des entretiens percutants sur les questions cruciales de l'ONU sont restés le point central d'ONU Info en chinois. Dans la perspective de la Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique qui se tiendra en octobre 2021, le Service chinois a produit une série sur l'action climatique qui a suscité l'intérêt du public sur toutes les plateformes. L'entretien en chinois d'une biologiste de l'Université de Princeton, Yan Ning, sur l'accès et la participation des femmes et des filles à la science à l'occasion de la Journée internationale des femmes et des filles dans la science (11 février) a attiré plus de 2 millions de lecteurs sur le compte Weibo géré par le Service.

37. ONU Info en anglais a mis en évidence les moyens par lesquels le système des Nations Unies a aidé les communautés à surmonter les ravages de la COVID-19. Grâce à ses séries de blogs « Coordonnateur résident des Nations Unies » et « First Person », ONU Info en anglais a montré l'efficacité des partenariats dans la transmission de solutions aux crises déclenchées par la pandémie. D'autres collaborations avec les centres d'information des Nations Unies et les équipes de pays ont permis de réaliser un podcast sur l'autonomisation des femmes dans le Pacifique

Sud : « Island Voices », et un autre sur les survivants de l'Holocauste : « In Their Words: Surviving the Holocaust. Finding Hope ». Pendant la majeure partie de la période considérée, le nombre de pages consultées par jour a dépassé 70 000, soit 115 % de plus que le chiffre enregistré avant la pandémie.

38. Le public d'ONU Info en français est demeuré important, avec 1,70 million de pages vues pendant la période considérée, contre 1,71 million de pages vues à la même période en 2020. Les articles les plus lus avaient trait à la santé et au climat. Parmi ceux qui ont le plus retenu l'attention, figure la couverture des directives de l'OMS sur les vaccins. Les médias sociaux d'ONU Info en français ont continué à mobiliser des publics et des personnes influentes, notamment des responsables gouvernementaux, des diplomates et des journalistes. Pour toucher de nouveaux publics francophones en Afrique, l'équipe a renforcé sa collaboration avec les centres d'information des Nations Unies, en travaillant avec des centres au Bénin, à Madagascar et au Sénégal pour couvrir le déploiement de l'initiative COVAX.

39. Avec l'adjonction par l'équipe hindi d'ONU Info de nouveaux partenaires médias, le nombre de pages consultées a augmenté de 27 % et le nombre d'utilisateurs de 49 % par rapport à la même période l'année dernière. L'acquisition d'utilisateurs par la recherche en ligne a augmenté de 87 %. L'équipe hindi a produit des documents explicatifs sur l'initiative COVAX et les défis de la campagne de vaccination, ainsi que du contenu multimédia sur le changement climatique, notamment un reportage sur la lutte contre le gaspillage de l'eau dans l'industrie de la mode.

40. ONU Info en swahili a continué à adapter son contenu au public et aux plateformes de la région de l'Afrique de l'Est, en partageant ses articles et son programme d'actualités télévisées quotidiennes avec les partenaires médiatiques régionaux et en publiant du contenu sur sa chaîne YouTube. L'équipe a ajouté 14 partenaires issus de stations de radio traditionnelles, de chaînes de télévision grand public et de diffuseurs en ligne, dont Hooza Media au Rwanda. Elle a également lancé une version de ses programmes radio adaptée aux téléphones portables, accessible au Burundi, au Rwanda et en République-Unie de Tanzanie. Grâce à des partenaires qui rediffusent son contenu, les programmes d'information quotidiens d'ONU Info en swahili ont touché des millions de personnes – jusqu'à 60 % du public d'auditeurs et de téléspectateurs – dans toute l'Afrique de l'Est et l'Afrique australe.

41. ONU Info en portugais a enregistré un nombre record de 1,9 million de pages consultées et plus de 940 000 utilisateurs uniques au cours de la période considérée, soit une augmentation de 25 % par rapport à la même période de l'année dernière. Son entretien avec le Conseiller spécial du Secrétaire général pour l'Afrique a fait la une du grand journal angolais *O País*, d'*Exame* au Mozambique et de Radio France Internationale. Grâce à la coopération avec les équipes de pays des Nations Unies et les missions de maintien de la paix, l'équipe portugaise a produit un flux constant de matériel de terrain. Un reportage spécial réalisé à l'occasion de la Journée internationale des femmes, en mars, présentait des femmes ministres de la santé et des agents de santé d'Angola, du Brésil, de Guinée-Bissau, du Mozambique, du Portugal et du Timor-Leste qui s'efforcent de lutter contre la COVID-19.

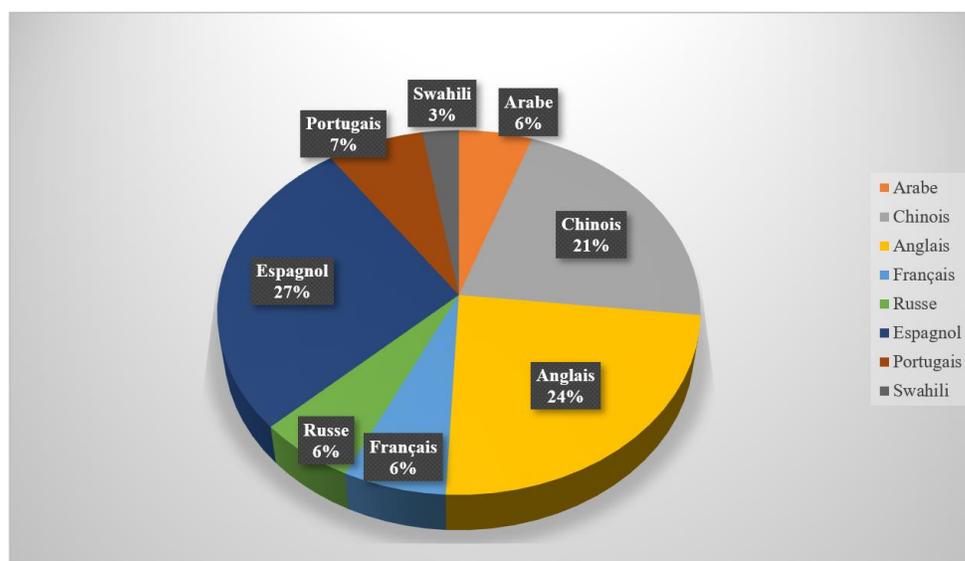
42. ONU Info en russe a enregistré une augmentation de plus de 150 % du nombre de pages vues et d'utilisateurs au cours de la période considérée par rapport à la même période en 2020. Sa couverture de la science et ses messages de solidarité ont permis de lutter contre la désinformation qui circule dans les médias russophones, y compris les médias sociaux, en Europe orientale et en Asie centrale. Pour mettre en lumière l'autonomisation des femmes, ONU Info en russe s'est entretenu avec des soldates de la paix russes et ukrainiennes, ainsi que des célébrités militantes, dont l'ambassadrice de bonne volonté du Fonds des Nations Unies pour la population, la mannequin

Natalia Vodyanova, et l'ambassadrice de bonne volonté du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés, la chanteuse Manizha.

43. Au cours de la période considérée, ONU Info en espagnol a enregistré 7,37 millions de pages vues et 4,5 millions d'utilisateurs, soit une forte croissance de 504 % par rapport à la période antérieure à la pandémie. L'équipe espagnole a régulièrement retransmis en direct les conférences de presse de l'OMS et de l'Organisation panaméricaine de la santé (OPS), et ces messages ont été fréquemment retweetés par des médecins, d'autres médias et des personnes influentes. En collaboration avec les centres d'information des Nations Unies en Amérique latine, ONU Info en espagnol a diffusé des articles présentant des voix locales et des expériences sur le terrain.

Figure III

**Nombre de pages vues sur ONU Info, par langue, entre février et juin 2021**



### C. *Chronique de l'ONU*

44. La *Chronique de l'ONU* a publié environ un tiers de ses 68 articles de 2020 dans les six langues officielles et les 27 articles de 2021 parus au cours de la période considérée en chinois et en anglais. La traduction de ces articles dans les quatre autres langues officielles est en cours.

## V. Participation des jeunes

### A. Bureau de l'Envoyé du Secrétaire général pour la jeunesse

45. Le Bureau de l'Envoyé du Secrétaire général pour la jeunesse, hébergé par le Département, a continué à faire participer les jeunes et à plaider, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du système des Nations Unies, en faveur de leur implication dans les processus et initiatives des Nations Unies, ainsi que de leur place dans les priorités énoncées dans la Stratégie des Nations Unies pour la jeunesse, notamment la santé mentale, les changements climatiques et la prévention de l'extrémisme violent.

46. En plus de soutenir les campagnes Verified et ActNow, le Bureau a lancé une série de campagnes au cours de la période de référence. Il s'agissait notamment de soutenir le processus de sélection des 400 jeunes représentants à l'événement « Youth4Climate: Driving Ambition » organisé par le Gouvernement italien et qui se tiendra en septembre 2021 avant la vingt-sixième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques en novembre 2021 ; de lancer la campagne « Fearless Future » en partenariat avec la campagne « Free and Equal » des Nations Unies, à l'occasion de la Journée internationale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie, afin de souligner le rôle moteur des jeunes lesbiennes, gays, bissexuels, transgenres, queers et intersexes (LGBTQI+) dans le monde ; de lancer une campagne mondiale avec l'United Network of Young Peacebuilders pour donner plus d'écho aux témoignages des jeunes inclus dans le premier rapport mondial sur la protection des jeunes dans l'espace civique ; de lancer les directives du Comité permanent interorganisations *With Us and For Us: Working with and for Young People in Humanitarian and Protracted Crises* ; et de lancer, avec l'Union interparlementaire, un appel à l'action sur la participation politique des jeunes femmes.

47. Le dixième anniversaire du Forum de la jeunesse du Conseil économique et social, coorganisé par le Département des affaires économiques et sociales et le Bureau de l'Envoyé du Secrétaire général pour la jeunesse, en collaboration avec le Réseau interinstitutions des Nations Unies pour l'épanouissement des jeunes, s'est déroulé les 7 et 8 avril sur le thème « Une décennie d'action : construire une reprise résiliente ». Le Forum de la jeunesse 2021 a rassemblé virtuellement plus de 19 000 jeunes dans ce qui est devenu le plus grand rassemblement de jeunes que l'ONU ait jamais vu. La manifestation a été marquée par le lancement du rapport d'activité *Youth2030 2021* – un premier examen des progrès réalisés dans le cadre de la stratégie de la jeunesse à l'échelle du système des Nations Unies, qui met en évidence la manière dont l'Organisation répond aux besoins des jeunes dans la crise de la COVID-19 et collabore avec les gouvernements et les jeunes pour atteindre les objectifs de développement durable.

## **B. Paix et sécurité**

48. Le Département a collaboré avec le Département des opérations de paix et les missions de maintien de la paix pour promouvoir la Journée internationale des Casques bleus des Nations Unies (29 mai) sous le thème « La voie vers une paix durable : exploiter le pouvoir des jeunes en faveur de la paix et de la sécurité », en soulignant l'importance des jeunes Casques bleus et la participation accrue des jeunes à l'édification d'une paix durable. Plusieurs centres d'information des Nations Unies ont collaboré avec des opérations de maintien de la paix pour organiser des interactions virtuelles entre les jeunes des pays fournisseurs de contingents et de personnel de police et les jeunes soldats de la paix de ces pays déployés à l'étranger. La sensibilisation des médias des pays fournisseurs de contingents et de personnel de police aux récipiendaires de la médaille Dag Hammarskjöld a donné lieu à plus de 100 articles publiés sur papier et en ligne dans les principaux médias desdits pays. Le réseau des centres d'information des Nations Unies a également contribué à faciliter 32 placements d'un éditorial du Secrétaire général adjoint aux opérations de paix dans 19 pays et en huit langues.

## **VI. Services de communication stratégique**

### **A. Centres d'information des Nations Unies**

49. Au cours de la période considérée, le Département a intensifié sa portée en matière de communication grâce au renforcement des capacités de ses centres d'information et en étroite collaboration avec le personnel chargé de la communication des bureaux des coordonnatrices et coordonnateurs résidents. Guidé par la Stratégie de communication globale de l'Organisation, le Département a fourni un soutien spécifique en matière de communication stratégique et de communication de crise aux coordonnatrices et coordinateurs résidents et mis ce soutien à la disposition des 131 équipes de pays des Nations Unies. Le soutien va de la participation directe à l'orientation des communications et à la coordination des communautés de pratique régionales. Le Centre d'information des Nations Unies à Dakar, par exemple, a aidé un réseau de responsables de la communication de l'ONU en Afrique francophone, en élaborant des stratégies de communication et en favorisant des campagnes en rapport avec la région ; tandis que les centres d'information de Canberra et de Port of Spain ont assuré la communication et le soutien logistique des équipes de pays des Nations Unies dans leurs régions respectives d'Australie, du Pacifique Sud et des Caraïbes. Ces activités ont permis au Département d'étendre son appui aux bureaux des coordonnatrices et coordinateurs résidents et aux équipes de pays des Nations Unies dans les pays où le centre d'information des Nations Unies n'est pas présent.

50. Un examen conjoint mené en mars-avril 2021 par le Département et le Bureau de la coordination du développement sur l'intégration des centres d'information des Nations Unies dans les bureaux des coordonnatrices et coordonnateurs résidents à 44 endroits a révélé que l'intégration pouvait déboucher sur une solide capacité de communication et que, dans la majorité des cas, elle avait déjà entraîné un changement majeur dans la planification et la mise en œuvre des communications dans le pays.

### **B. Droits humains**

51. La Journée internationale de réflexion sur le génocide de 1994 contre les Tutsis au Rwanda (7 avril), organisée par le Département en collaboration avec la Mission permanente du Rwanda, a été marquée par une commémoration virtuelle diffusée sur la télévision en ligne des Nations Unies et les chaînes des Nations Unies sur Facebook et YouTube. Avec des remarques du Secrétaire général, du Président de l'Assemblée générale, du Représentant permanent de la République du Rwanda et le témoignage d'un enfant survivant, et animé par le Secrétaire général adjoint du Département, l'événement a été suivi par un public international de plus de 10 000 personnes. La commémoration a été amplifiée par des messages multilingues sur les médias sociaux reliés aux comptes de l'ONU. Les utilisations de mots-dièse et la présence ont augmenté de 211 % (1 200 000 contre 386 000) et de 18 % (65 100 contre 55 100), respectivement, par rapport à l'année précédente.

### **C. Paix et sécurité**

52. En juin, le Département, en partenariat avec le Département des opérations de paix, a lancé la troisième phase de la campagne « Service et Sacrifice » pour remercier les pays fournisseurs de contingents et de personnel de police pour leur contribution inestimable au maintien de la paix.

53. En février et en juin, le Département, en collaboration avec les Départements de l'appui opérationnel, des opérations de maintien de la paix et des stratégies et politiques de gestion et de la conformité, a animé des ateliers de formation sur la communication en matière d'exploitation et d'atteintes sexuelles. Il a continué de veiller à ce que les informations les plus récentes sur les efforts déployés pour lutter contre l'exploitation et les atteintes sexuelles perpétrées par des membres du personnel des Nations Unies figurent sur les sites Internet et intranet de l'Organisation.

#### **D. Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique**

54. Au cours de la période considérée, le site Web d'*Afrique Renouveau* a mis en lumière les efforts déployés sur le continent pour lutter contre la pandémie de COVID-19 par le biais d'entretiens, comme celui avec le directeur des Centres africains de contrôle et de prévention des maladies, ainsi que des contenus sur la quête de vaccins en Afrique et l'arrivée des vaccins de l'initiative COVAX. Le Département a également lancé une série d'entretiens mettant en lumière le travail des représentantes permanentes africaines auprès de l'ONU.

55. Au total, *Afrique Renouveau* a produit 105 articles qui ont été republiés par 175 médias dans 30 pays, dont le Burkina Faso, l'Érythrée, la France, la Gambie, le Liban, la Namibie, le Nigéria, le Royaume-Uni, les États-Unis et le Zimbabwe.

#### **E. Action climatique**

56. L'action en faveur du climat est restée une priorité pour les communications de l'Organisation à l'approche de la vingt-sixième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. La couverture médiatique traditionnelle et sociale, soutenue par un vaste contenu numérique multilingue, a amplifié les appels à l'action du Secrétaire général.

57. La Journée internationale de la Terre nourricière (22 avril) et le sommet des dirigeants sur le climat organisé par les États-Unis ce mois-là ont suscité une forte participation des médias et des personnes influentes. Une tribune libre du Secrétaire général, publiée à l'occasion de la Journée internationale de la Terre nourricière et appelant à une action plus ambitieuse en faveur du climat, a été diffusée dans 144 publications en 20 langues dans 58 pays, tandis que l'entretien correspondant accordé à Reuters a donné lieu à d'importantes réimpressions et à des tweets dans toutes les régions. Les remarques du Secrétaire général lors du lancement du rapport de l'Organisation météorologique mondiale sur l'état du climat mondial en 2020 et lors du Sommet des dirigeants sur le climat ont été largement couvertes, notamment par l'Agence France-Presse, Agencia Efe, Asharq Al-Awsat, Euronews, The Guardian, The Hindu, O Globo et Reuters. La couverture par les médias sociaux de la Journée internationale de la Terre nourricière et du cinquième anniversaire de la signature de l'Accord de Paris a été amplifiée par 22 messagers de la paix, ambassadeurs de bonne volonté et défenseurs des objectifs de développement durable de l'ONU qui ont fait la promotion des messages de l'Organisation et des appels à l'action lancés par le Secrétaire général, dont Antonio Guterres, Paulo Coelho, Leonardo DiCaprio, Jane Goodall, Dia Mirza, Edward Norton et Shakira.

58. Le site Web de l'ONU sur l'action climatique, dont plus de 100 000 pages ont été consultées par mois au cours de la période considérée, a fait la promotion des remarques du Secrétaire général souhaitant la réintégration par les États-Unis de l'Accord de Paris et de son « alerte rouge » suite au rapport de synthèse de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques sur les contributions déterminées au niveau national dans le cadre de l'Accord de Paris en

février ; de son appel à mettre fin à la « dépendance mortelle » à l'égard du charbon dans un discours prononcé devant l'Alliance « Powering Past Coal » en mars ; de son plaidoyer en faveur d'un financement accru de l'action climatique et d'une élimination progressive du charbon lors du douzième dialogue sur le climat de Petersberg en mai ; et de son discours sur le financement de l'action climatique lors du sommet du Groupe des Sept en juin. Le site Web présente également un nouveau contenu approfondi dans plusieurs langues, notamment des entretiens avec des leaders d'opinion de l'ONU, une vue d'ensemble du financement de l'action climatique, des articles présentant des solutions climatiques et un suivi spécifique de la coalition des pays qui se sont engagés à ne produire aucune émission d'ici à 2050.

59. La campagne des Nations Unies pour l'action individuelle en faveur du climat, ActNow, a continué à prendre de l'ampleur, avec quelque 1,5 million d'actions enregistrées par l'intermédiaire de l'application mobile et le dialogueur (chatbot) entre février et juin 2021. La version d'ActNow pour les enfants, Climate Action Superheroes, a été rendue disponible en français et en espagnol.

60. Alors que l'Organisation cherche à accroître l'ambition climatique et l'action mondiale, les centres d'information des Nations Unies ont lancé diverses initiatives à l'approche de la vingt-sixième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. Le Centre d'information des Nations Unies à Lagos et l'équipe de pays des Nations Unies, en collaboration avec l'organisation de jeunesse Solution 17 pour le changement climatique, ont lancé la campagne Naija Climate Now pour que les jeunes, les étudiants, les scientifiques et les entrepreneurs conçoivent et mettent en œuvre des solutions durables pour atténuer les effets des changements climatiques. Les Centres d'information de New Delhi, Pretoria et Rio de Janeiro ont également lancé des campagnes nationales d'action climatique en juin 2021.

61. Le Département a continué à promouvoir l'urgence de l'action climatique sur toutes les plateformes de médias sociaux en neuf langues (les six langues officielles plus le hindi, le portugais et le swahili). Parmi les points forts, citons le contenu créé pour la Journée internationale de la Terre nourricière, qui met en scène de jeunes militants pour le climat, ainsi que le contenu sur les émissions nettes de gaz à effet de serre ; le lancement d'une série de vidéos sur l'Accord de Paris qui a été visionnée plus d'un million de fois ; ainsi que les super-héros de l'action climatique et les autres actifs de la campagne ActNow. Les messages et le contenu relatifs au climat ont obtenu des résultats systématiquement supérieurs à la moyenne sur les plateformes de médias sociaux.

## **VII. Information et sensibilisation**

### **A. Initiative de mobilisation de la communauté artistique**

62. Au cours de la période considérée, le Département a collaboré avec le photographe et documentariste oscarisé Louie Psihoyos pour produire une installation cinématographique majeure sur le bâtiment du Secrétariat de l'ONU afin de promouvoir l'action climatique au cœur de l'élimination de la pauvreté et des inégalités, avant la vingt-sixième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques.

## **B. Groupe de l'action éducative**

63. Le Département a organisé diverses activités de sensibilisation, notamment des discussions en ligne et des projections de films, afin de mettre en lumière les priorités de l'Organisation pour 2020-2021. Au total, un public mondial de plus de 80 000 personnes y a participé. Un soutien a été apporté au Bureau du Président de l'Assemblée générale à l'occasion de la Journée internationale de commémoration des victimes de l'esclavage et de la traite transatlantique des esclaves (25 mars). Le Département a également lancé une série de podcasts présentant des survivants de l'Holocauste et continué à coordonner l'élaboration de supports pédagogiques pour les étudiants participant aux conférences Simul'ONU et les a régulièrement informés de l'activité de l'Organisation.

## **C. Initiative Impact universitaire des Nations Unies**

64. Un webinaire de l'initiative de Impact universitaire des Nations Unies a porté sur les effets transversaux du racisme et le rôle des universités dans la promotion de la diversité raciale et de l'inclusion. À l'occasion de la Journée mondiale des réfugiés (20 juin), un webinaire a été organisé dans le cadre de l'initiative avec le Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés sur les contributions des universités à une éducation de qualité inclusive et équitable pour les étudiants et les universitaires déplacés.

## **D. Services à l'intention des visiteurs**

65. En raison de la pandémie de COVID-19, les cours de perfectionnement dont le déroulement dans le cadre de la bourse de journalisme Reham Al-Farra 2021 était prévu entre septembre et octobre 2021, devraient en principe se tenir entièrement de manière virtuelle. Les boursiers bénéficieront de formations et de séances d'information assurées par des experts des Nations Unies, d'un accès exclusif aux hauts fonctionnaires de l'ONU et de possibilités de mise en réseau avec un groupe mondial de journalistes et de diffuseurs.

## **E. Groupe des relations avec la société civile et Service de liaison avec les organisations non gouvernementales**

66. Dans le but d'atteindre de nouveaux publics, d'encourager la participation de la société civile et de mettre en lumière une priorité institutionnelle clé, le Département a été le fer de lance de l'initiative numérique intitulée « Civil Society Climate Action Stories », qui met en relief l'action climatique de la société civile dans le monde entier. Quelque 140 bilans d'intervention ont été reçus de différentes régions et leur contenu a été diffusé par le biais de diverses plateformes de médias sociaux.

67. Le Département a continué à impliquer la société civile par l'intermédiaire de manifestations virtuelles amplifiant les thèmes clés, les campagnes et les messages des Nations Unies sur la Journée mondiale de la liberté de la presse (3 mai) et sur la durabilité et les systèmes alimentaires, ainsi que la restauration des écosystèmes.

68. De février à juin, le Service de liaison avec les organisations non gouvernementales a aidé environ 900 entités de la société civile à participer aux réunions et sommets de haut niveau des Nations Unies, dont une trentaine de représentants de la société civile qui se sont exprimés sur la riposte et le relèvement liés à la COVID-19.

## **F. Vente et commercialisation**

69. Le personnel chargé des ventes et de la commercialisation s'est entretenu avec quelque 600 dirigeants du secteur de l'édition et a pris la parole lors de cinq conférences de haut niveau du secteur de l'édition et des bibliothécaires sur les objectifs de développement durable, les effets de la pandémie de COVID-19 et les changements climatiques.

## **G. Annuaire des Nations Unies**

70. Après avoir publié l'édition révisée de l'ouvrage commémoratif de l'ONU75 intitulé *Achieving our common humanity: Celebrating global cooperation through the United Nations* (Notre humanité commune à l'œuvre: des projets de coopération mondiale réalisés grâce à l'ONU), en février, le Département a repris la production régulière de l'*Annuaire des Nations Unies* et les activités associées, notamment l'utilisation du contenu de la collection de l'Annuaire sur la plateforme de médias sociaux de l'Annuaire pour appuyer les priorités de communication à l'échelle du système des Nations Unies et la stratégie de communication globale de l'ONU des Nations Unies.

## **H. Bibliothèque Dag Hammarskjöld**

71. Au cours de la période considérée, la Bibliothèque Dag Hammarskjöld a poursuivi son travail d'enrichissement du patrimoine commun de connaissances accumulé par l'ONU, portant à la fois sur la gestion de l'information numérique et sur la réutilisation des espaces et des biens de la Bibliothèque. Plus de 3 millions de documents et de publications des Nations Unies dans les six langues officielles ont été téléchargés par des chercheurs de plus de 8 000 villes du monde entier. Les partenaires comprenaient les bibliothèques de l'Organisation des Nations Unies à Bangkok, Beyrouth, Genève et Vienne. La Bibliothèque a analysé et mis en ligne quelque 4 344 documents et publications des Nations Unies, notamment sur les objectifs de développement durable, les changements climatiques et la COVID-19. Les index des actes consacrés aux travaux du Conseil économique et social (session de 2020) et de l'Assemblée générale (soixante-quatorzième session) ont été achevés et mis à disposition sur le site Web de la Bibliothèque. En outre, la Bibliothèque a mis à jour les informations d'accès et de recherche pour la recherche et la découverte des discours prononcés à la Commission des questions politiques spéciales et de la décolonisation (Quatrième Commission) et au Conseil économique et social sur le thème de la décolonisation.

72. La Bibliothèque a continué à numériser d'importants documents et cartes historiques des Nations Unies afin de les rendre accessibles en ligne. Au cours de la période considérée, 17 cartes de maintien de la paix et 15 550 documents établis à l'intention des organes délibérants (représentant quelque 82 900 pages) dans les six langues officielles ont été numérisés, y compris des documents de la Quatrième Commission et du Conseil de tutelle.

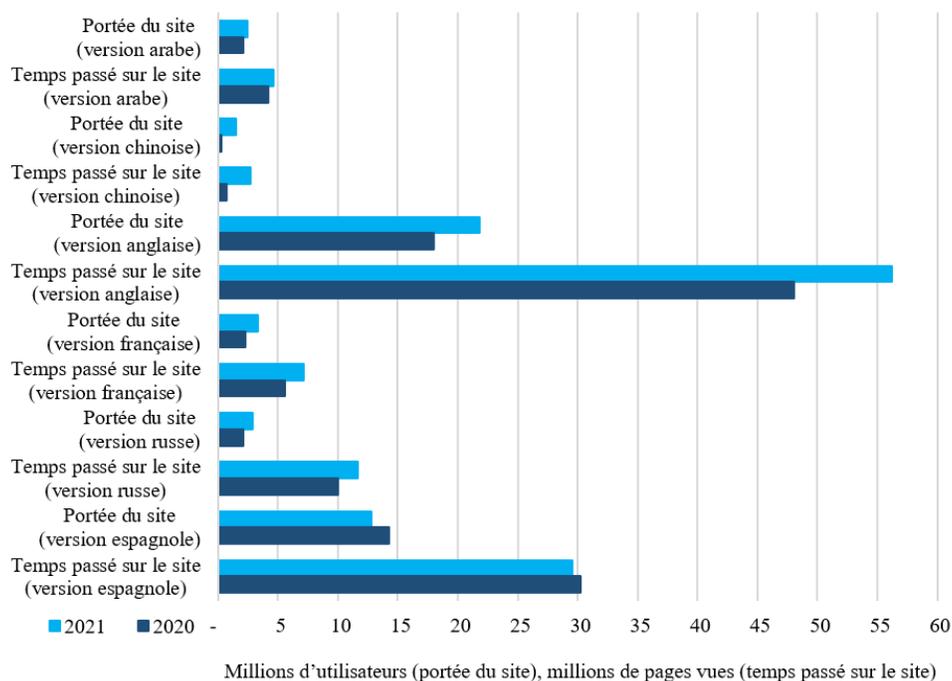
## **VIII. Information et médias**

### **A. Sites Web et médias numériques**

73. Au cours de la période considérée, 44,7 millions d'utilisateurs ont visité le site Web principal de l'ONU, qui a enregistré 112 millions de pages vues dans toutes les

langues. Cela représente une augmentation de la portée de 5,6 millions d'utilisateurs (soit une augmentation de 14,3 %) et une augmentation de la présence mesurée de 13,2 millions de pages vues (soit un accroissement de 13,3 %) par rapport à la même période de l'année dernière (voir fig. IV).

Figure IV  
Utilisateurs du site Web de l'ONU et pages vues par langue, février-juin 2020 et 2021



74. L'engagement du public a également augmenté dans toutes les langues entre février et mai 2020 par rapport à 2019, et l'augmentation enregistrée au cours de cette période a été plus forte qu'au cours des cinq années précédentes. On a recensé au total 94,8 millions de pages vues, soit un accroissement de 50 % par rapport à la même période en 2019. Les versions espagnole (11 millions), anglaise (9 millions) et russe (6 millions) ont enregistré les plus fortes augmentations (voir fig. V).

75. Le Département a continué à utiliser le site Web de l'ONU pour promouvoir des campagnes de communication clés, telles que la Journée internationale des Casques bleus des Nations Unies et l'action climatique, entre autres. Depuis 2019, les vues de la page d'accueil s'élèvent en moyenne à environ 3,5 millions par an.

76. Au cours de la période considérée, la Section des services Web a fourni de nouvelles orientations aux entités du Secrétariat de l'ONU sur les normes d'accessibilité et d'image de marque des sites Web. Plus de 20 nouveaux sites Web de l'ensemble du Secrétariat ont été examinés pour vérifier leur accessibilité et leur conformité à l'image de marque avant leur lancement. En outre, les directives relatives à l'accessibilité des sites Web de l'ONU ont été révisées afin d'inclure les dernières orientations générales du secteur.

77. Le travail de rafraîchissement et de migration du contenu du site Web de l'ONU vers le système principal de gestion du contenu a été achevé dans toutes les langues officielles. La refonte et l'assurance de la conformité aux normes Web ont été effectuées pour des pages Web essentielles de l'ONU telles que À propos, Nos activités, Enjeux mondiaux et Journées commémoratives des Nations Unies.

78. Le Département a également élaboré du matériel numérique pour le vingtième anniversaire de la Déclaration et du Programme d'action de Durban sur la lutte contre le racisme, l'intolérance et la discrimination, notamment en créant un site Web pour la campagne « #FightRacism ». Le site Web de l'ONU a également continué à promouvoir le podcast « Awake at Night » animé par le Secrétaire général adjoint du Département, qui a été téléchargé plus de 2 millions de fois au cours de la période allant de juillet 2020 à avril 2021.

## **B. Services de presse et d'appui aux réunions**

79. Au cours de la période considérée, la Section des communiqués de presse a publié 1 287 communiqués de presse en anglais et en français – soit un total de 5 792 pages – couvrant les activités du Secrétaire général, de la Vice-Secrétaire générale, du Conseil de sécurité, des séances plénières et des séances des commissions de l'Assemblée générale, du Conseil économique et social, ainsi que les points de presse quotidiens du Bureau du porte-parole du Secrétaire général. Compte tenu des restrictions liées à la COVID-19, la Section a produit des communiqués de presse sur les sessions publiques virtuelles et en présentiel.

80. Le site Web de la Section des communiqués de presse, en anglais et en français, a enregistré une augmentation de 47 % des pages vues et de 83 % des nouveaux utilisateurs par rapport à la même période en 2020, ce qui représente une audience mondiale de 240 pays et territoires. Au cours de la période considérée, le site Web a vu le nombre d'utilisateurs asiatiques multiplié par quatre.

81. Le Département a collaboré avec le bureau du Président de l'Assemblée générale pour mettre en place un portail destiné à faciliter le travail à distance avec les États membres et à faire en sorte que les informations puissent être partagées en temps voulu et que les résolutions et décisions de l'Assemblée générale puissent être adoptées selon la procédure d'approbation tacite.

82. Le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias a continué à informer les médias des réunions, manifestations et points de presse virtuels. Il a également assuré la liaison avec les membres de la presse lors des réunions en présentiel, des rencontres et des points de presse. Il a continué de communiquer en permanence avec l'Association des correspondants accrédités auprès de l'Organisation au sujet des effets des mesures liées à la pandémie sur l'accès et les conditions de travail.

## **C. Vidéos, télévision et photographies**

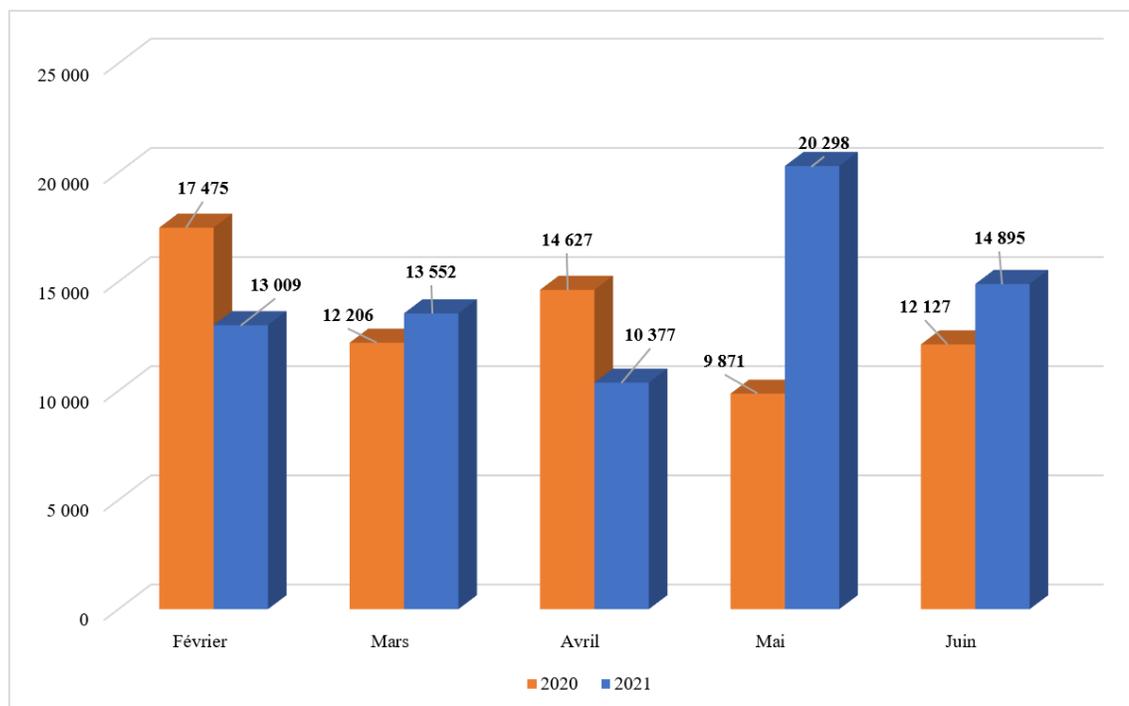
83. Durant la période considérée, des téléspectateurs de 235 pays et territoires plus de ont suivi la diffusion en continu, en direct et à la demande, de réunions et manifestations de l'Organisation directement sur le site Web de la télévision en ligne des Nations Unies, la chaîne YouTube de l'ONU et sur Facebook et Twitter, enregistrant plus de 52 millions de vues. La chaîne YouTube de l'ONU a atteint la barre des 1 125 000 abonnés. L'audience globale a augmenté de 62 % sur toutes les plateformes de diffusion en flux par rapport à la même période en 2020.

84. La nouvelle version multilingue du site Web de la télévision en ligne des Nations Unies – lancée en anglais en juin 2021 et prévue dans d'autres langues officielles – utilise les dernières technologies de diffusion en continu et une nouvelle plate-forme vidéo en nuage offrant une meilleure qualité vidéo, de meilleures performances et une meilleure commodité de recherche.

85. Le service de bulletins d'information vidéo UNifeed a diffusé en temps utile des nouvelles vidéo de qualité professionnelle en provenance du Siège de l'ONU, des missions de maintien de la paix et de plus de 30 organismes, fonds et programmes partenaires. Le temps de diffusion du contenu d'UNifeed a battu des records en mai avec 20 298 visites ou temps de diffusion (fig. V). Les séquences d'UNifeed ont été diffusées par des radiodiffuseurs du monde entier plus de 80 000 fois entre janvier et juin 2021.

Figure V

**Comparaisons mensuelles Unifeed, février-juin 2020 et février-juin 2021**



86. La Section de la vidéo a assuré une couverture opportune des principales manifestations tenues par l'Organisation dans le cadre de la lutte contre la désinformation liée à la COVID-19, en plus de couvrir des sujets sur l'efficacité des vaccins, l'initiative COVAX et l'équité en matière de vaccins. Elle a produit des vidéos explicatives en recourant à des graphismes animés et à une méthode de visualisation des données sur le déploiement des vaccins, les équipements de protection individuelle et les services essentiels pour faire face à la pandémie dans les pays en développement. Transmettant le message qu'aucun pays n'est sûr tant que tous ne le sont pas, les vidéos soulignent le travail des équipes de pays des Nations Unies et la coopération interinstitutions dans la livraison de fournitures vitales.

87. En avril, la section a lancé « À notre portée », une série de vidéos sur le climat racontées par de jeunes environnementalistes et militants du monde entier, qui présentent une vision de la manière dont, guidés par l'Accord de Paris sur les changements climatiques, nous pouvons créer un monde exempt de ses effets. Le premier épisode, qui met en scène l'acteur et ambassadeur de bonne volonté du Programme des Nations Unies pour l'environnement Aidan Gallagher, a suscité plus de 2,7 millions d'interactions.

88. La Section de la vidéo coordonne également une série de productions liées à la Déclaration et au Programme d'action de Durban, axées sur la discrimination raciale et l'héritage de la traite des esclaves, et favorisant la tolérance et l'intégration sociale.

89. En collaboration avec ses partenaires de diffusion, la Télévision de l'ONU a facilité la couverture de plus de 100 réunions et manifestations hybrides et virtuelles de l'Organisation. Elle a également couvert le redémarrage des réunions du Conseil de sécurité et de l'Assemblée générale en direct sur place, ainsi que d'autres réunions et manifestations, de même que les points de presse quotidiens. Elle a utilisé ses studios pour connecter le Secrétaire général dans des entretiens en direct avec la BBC, CBS, CNN et d'autres réseaux et a fourni un soutien de production et graphique aux productions virtuelles et hybrides. Les chaînes de télévision de l'ONU sur YouTube et sur le câble Spectrum ont présenté des événements en direct et virtuels 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, ainsi que les temps forts de la journée et des nouvelles du terrain, par exemple sur l'initiative COVAX, avec des vidéos et des entretiens de l'UNICEF et d'autres organismes des Nations Unies.

90. Au cours de la période considérée, la Médiathèque de l'ONU a répondu à 2 160 demandes directes d'images destinées à être utilisées dans la production de reportages quotidiens, de documentaires, de productions en ligne et de programmes éducatifs par toute une série de clients, notamment des missions diplomatiques, des médias, des institutions éducatives et culturelles, des producteurs indépendants et des bureaux des Nations Unies. On a recensé 263 904 pages vues et quelque 10 000 vidéos visionnées sur son site Web. Près de 71 500 fichiers audio et vidéo y ont été téléchargés et distribués à des clients. Avec le soutien du Gouvernement omanais, la Médiathèque a poursuivi la numérisation de certaines archives audiovisuelles historiques. Jusqu'à présent, environ 60 % de la collection historique de l'Organisation a été numérisée dans le cadre de ce projet.

91. Le site Web du Service photographique de l'ONU a enregistré quelque 347 000 pages vues sur son site remanié. Au total, 111 565 photos haute résolution ont été téléchargées sur le site Web. À la suite de la mise en œuvre du nouveau système de gestion des ressources photographiques de l'ONU, le site Web a enregistré une augmentation de 45 % des téléchargements. Quelque 600 photos ont été légendées et leurs métadonnées améliorées pour obtenir des résultats de recherche plus précis et permettre au public d'y accéder plus facilement sur Internet. La Photothèque de l'ONU a satisfait 1 750 demandes formulées par des médias internationaux, des maisons d'édition, des cinéastes, des missions permanentes, des institutions éducatives et culturelles et des bureaux des Nations Unies. Les photos tirées de la collection de l'Organisation ont été utilisées dans des médias sociaux du monde entier ainsi que dans le cadre d'expositions, de projets multimédias en ligne, de présentations et de projets de recherche.

## **D. Partenaires**

92. Dans le cadre des efforts déployés par le Département pour atteindre le public par le biais des médias traditionnels, le Groupe des partenariats a conclu des accords de licence de contenu avec Silverbird Television et Great Audacity Studio – deux diffuseurs basés au Nigeria qui prévoient d'ajouter la série de courts métrages « L'ONU en action » à leur programmation.

93. Pour étendre sa portée aux publics qui n'ont pas accès à l'internet, le Département collabore avec Bibliothèques sans frontières, une organisation à but non lucratif qui dessert les communautés du monde entier avec des centres d'information temporaires offrant un accès hors ligne à un contenu multimédia de haute qualité. Le

partenaire a pour objectif d'inclure dans son offre la série « L'ONU en action » et le contenu multilingue d'ONU Info.

94. D'autres accords de licence ont été conclus au cours de la période considérée avec l'éditeur de flux Alexander Street pour mettre l'ONU en action à la disposition des écoles, des universités et des bibliothèques ; avec l'agrégateur d'informations Dailyhunt, basé en Inde, afin de proposer le contenu d'ONU Info en hindi sur son application mobile ; et avec la plateforme d'actualités en ligne au service des journalistes TheNewsMarket pour inclure ONU Info et le contenu d'UNifeed.

## **IX. Expo 2020**

95. Après avoir été reportée d'un an en raison de la pandémie, l'Expo2020 devrait se dérouler du 1<sup>er</sup> octobre 2021 au 31 mars 2022. Compte tenu des effets de la pandémie de COVID-19, l'ONU a déplacé sa participation d'un pavillon dédié à la programmation et aux activités pour la Journée des Nations Unies, les journées internationales clés et les semaines thématiques qui défendent le multilatéralisme et la coopération internationale, ainsi que l'amplification des objectifs de développement durable en coordination avec les partenaires et les États membres dans leurs pavillons nationaux. L'Expo 2020 a également offert à l'ONU l'accès au pavillon dit Opportunity Pavilion, qu'elle organise et gère et qui est axé sur les objectifs de développement durable.

## **X. Conclusions**

96. La pandémie de COVID-19 a donné au Département l'occasion de mettre en œuvre efficacement la stratégie de communication globale qui a été lancée juste avant qu'elle ne se déclare. Cette stratégie représente une nouvelle approche de la communication de l'Organisation – une approche qui va au-delà de la simple sensibilisation à ses activités pour inciter les gens à s'intéresser à ce qu'elle fait et les mobiliser en faveur d'une action concertée. Face à l'extraordinaire situation mondiale qui prévaut à l'heure actuelle, les succès du Département montrent que la stratégie porte ses fruits. À l'avenir, le Département continuera d'appliquer la stratégie pour mieux soutenir les activités et les objectifs de l'Organisation en servant de source d'information fiable sur les grandes questions et en mobilisant un très grand nombre de parties prenantes à tous les niveaux, toutes plateformes et langues confondues.

---