



# Assemblée générale

Distr. générale  
6 août 2020  
Français  
Original : anglais

**Soixante-quinzième session**  
Point 55 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 [74/92 B](#) de l'Assemblée générale, le présent rapport expose les points forts des activités menées récemment par le Département de la communication globale. Il fait notamment état des mesures prises par le Département en matière de communication stratégique globale face à la pandémie de maladie à coronavirus (COVID-19), des efforts déployés pour lutter contre les informations erronées et la désinformation, de l'élaboration et de l'application de la stratégie de communication globale de l'ONU, de l'appui à la célébration du soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies et des faits nouveaux relatifs aux réformes qui ont permis au Département de s'adapter rapidement et de prendre l'initiative de communiquer à l'échelle mondiale durant une période de bouleversements sans précédent.

\* [A/75/150](#).



## I. Introduction

1. Au paragraphe 113 de sa résolution 74/92 B, l'Assemblée générale a prié le Secrétaire général de rendre compte au Comité de l'information, à sa quarante-deuxième session, et à elle-même, à sa soixante-quinzième session, des activités du Département de la communication globale et de la suite donnée à toutes les recommandations et demandes formulées dans ladite résolution. Aussi le Département a-t-il présenté trois rapports au Comité ([A/AC.198/2020/2](#), [A/AC.198/2020/3](#) et [A/AC.198/2020/4](#)) pour examen à sa quarante-deuxième session, qui devait initialement se tenir du 27 avril au 8 mai 2020 mais a été reportée en raison de la pandémie de maladie à coronavirus (COVID-19).

2. Le présent rapport complète les renseignements fournis dans les rapports soumis au Comité de l'information. Il comporte notamment un résumé des activités menées par le Département du 1<sup>er</sup> février au 30 juin 2020 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. En 2019, le Département de la communication globale a commencé à mettre en place une série de réformes afin de faire preuve de plus de souplesse, par une action de communication dynamique plutôt que dictée par les événements et en mettant l'accent sur le suivi et l'évaluation des résultats quantitatifs et qualitatifs afin de mesurer l'incidence de ses activités. Ces réformes visaient notamment à renforcer la planification stratégique et la coordination des activités de communication, à faire une plus large place aux partenariats, à la mobilisation de ressources et à l'innovation et à intégrer les centres d'information des Nations Unies dans les bureaux de coordonnateur résident. On a pu constater que les réformes entreprises par le Département comptaient au moment où la pandémie de COVID-19 se propageait dans le monde, rendant nécessaire une communication visant non seulement à donner des informations importantes en vue de sauver des vies mais aussi à favoriser la compassion et la solidarité entre les citoyens du monde et à prendre des mesures pour lutter contre le raz de marée d'informations erronées et de désinformation qui a accompagné la crise.

4. Grâce à ces réformes transversales, le Département est en mesure de répondre aux besoins de l'ONU en matière de communication en ce XXI<sup>e</sup> siècle. Dans un paysage de l'information qui évolue rapidement et où chacun peut être créateur de contenus, l'information est de plus en plus politisée, des informations erronées sont utilisées comme arme et un clivage de la société s'opère. Il importe donc plus que jamais que l'Organisation continue de fournir des informations fiables et objectives et reste une source d'espoir et d'inspiration.

5. Alors que le monde célèbre le soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies, le Département continue de faire du multilinguisme un élément essentiel de ses activités, qu'il s'agisse de la production de contenus, de campagnes de communication ou d'activités de sensibilisation. Il s'emploie à trouver des moyens créatifs, dans un contexte de contrainte budgétaire, d'atteindre le plus grand nombre de personnes possible et de les encourager à participer à l'action menée par l'Organisation. À cet égard, la mobilisation des jeunes, en particulier en ce qui concerne les objectifs de développement durable, demeure 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

6. L'Organisation a des objectifs ambitieux, notamment les suivants : prévenir les conflits et pérenniser la paix, faire face à la crise climatique, favoriser l'égalité des genres et faire respecter les droits humains. Elle sonne souvent l'alarme au sujet des graves conséquences découlant du statu quo dans ces domaines. Les gens sont souvent dépassés par la gravité des problèmes auxquels l'humanité est confrontée et plutôt que d'être encouragés à agir, ils s'engourdissent dans l'inaction.

7. La nouvelle stratégie de communication globale, la première du genre, est fondée sur une approche axée sur le public, grâce à laquelle l'Organisation fait savoir aux gens quels sont les enjeux, les raisons pour lesquelles ils devraient y prêter attention et ce qu'ils peuvent faire pour changer les choses. Dans la stratégie, l'Organisation indique comment elle fait évoluer sa conception de la communication. Il s'agit d'un changement de culture, l'Organisation rompant avec son rôle d'annonciateur de risques et de catastrophes pour se présenter comme un messenger porteur d'espoir et de solutions. 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.

8. On y trouve des thèmes prioritaires pour le système des Nations Unies en 2020, des techniques de communication au sujet de ces thèmes et la marche à suivre pour concevoir des campagnes de communication stratégique, comprenant des mesures de suivi et d'évaluation. La stratégie donne également des précisions sur les changements intervenus dans le Département, notamment les suivants : réorganisation de la structure et réorientation stratégique visant à renforcer les activités de sensibilisation ; public plus large touché et promotion du multilinguisme ; exploitation de la technologie et des données pour que le Département communique mieux ; formation et perfectionnement du personnel pour renforcer les centres d'information des Nations Unies et investissement dans les ressources humaines du Département.

## III. Lutte contre une pandémie de désinformation et appel à l'action dans le contexte de la maladie à coronavirus (COVID-19)

### A. La campagne « Verified »

9. L'apparition de la pandémie mondiale de coronavirus a non seulement constitué un défi sur les plans sanitaire et économique, elle a également donné lieu à un déferlement d'informations erronées. En effet, des contenus créant la confusion, inexacts ou purement et simplement dangereux ont été diffusés dans le monde entier. Le 21 mai, le Département a lancé une initiative de communication face à la COVID-19, appelée « Verified », destinée à lutter contre les informations erronées. 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 étant une priorité.

10. En partenariat avec Purpose, une organisation chef de file en matière de mobilisation sociale, l'initiative « Verified » invite les citoyens du monde entier à agir de concert pour lutter contre les informations erronées en s'inscrivant pour devenir des « volontaires de l'information ». Ces derniers reçoivent chaque jour par courrier

électronique des contenus vérifiés par des entités des Nations Unies au sujet de la pandémie qu'ils sont invités à partager avec les membres de leurs réseaux personnels.

11. L'initiative a été lancée en mai. Un mois plus tard, 17 000 personnes dans plus d'une centaine de pays s'étaient inscrites pour devenir des volontaires de l'information. Il a été fait mention de l'initiative « Verified » dans 212 articles parus dans 199 organes de presse, dans 36 pays et en neuf langues. Fin juin, la campagne « Arrêtez-vous » a été lancée dans le cadre plus large de l'initiative « Verified » afin de mobiliser plus de monde et de faire évoluer les comportements. On a recensé plus d'un million d'échanges dans les médias sociaux et 7 millions de vidéos visionnées à la suite de cette campagne.

12. Les centres d'information des Nations Unies ont pleinement contribué à appuyer l'initiative « Verified » en rassemblant chaque semaine des éléments d'information sur l'idée que l'on se fait à l'échelle locale et régionale de l'Organisation des Nations Unies et de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), sur des tendances particulières en matière de désinformation et sur les mesures prises par les centres d'information et les équipes de pays des Nations Unies pour aborder ces questions. Ces comptes rendus permettent de savoir quels types d'informations doivent être précisées ou éclaircies dans le cadre de l'initiative « Verified ». Les centres d'information des Nations Unies ont également fourni des traductions de textes ayant trait à cette initiative dans les langues officielles et locales, partagé des contenus sur leurs plateformes de médias sociaux et proposé des contenus pour promouvoir la campagne.

## **B. Coordination de la communication de crise dans le contexte de la maladie à coronavirus (COVID-19)**

13. Depuis le début de la crise liée à la COVID-19, le Département a organisé et coprésidé une réunion hebdomadaire du groupe chargé de la communication de crise au sein du Groupe de la communication des Nations Unies afin de coordonner les activités de communication du système des Nations Unies. Le groupe chargé de la communication de crise, dans lequel 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. Le Département a également collaboré avec des partenaires internes et externes pour faire connaître les notes de synthèse du Secrétaire général dans le monde entier et a été responsable de la communication conjointe dans l'équipe de gestion des crises à l'échelle du système des Nations Unies.

## **C. Rôle des centres d'information des Nations Unies dans la lutte contre la maladie à coronavirus (COVID-19)**

14. La réforme du système des Nations Unies pour le développement a contribué à renforcer le rôle essentiel que jouent les centres d'information des Nations Unies dans l'appui au dispositif de communication des équipes de pays des Nations Unies. Durant la période considérée, les centres d'information ont organisé plus de 140 réunions des groupes de la communication des Nations Unies en vue d'élaborer des stratégies et de planifier des programmes communs s'appuyant sur les priorités nationales. Face à la COVID-19, les centres d'information ont fourni des services spécialisés et une

assistance aux équipes de gestion des crises des Nations Unies. Ils ont établi des stratégies de communication de crise, des rapports de situation et des rapports quotidiens de veille médiatique. Ils ont également traduit les principaux messages clefs de l'OMS et d'autres entités des Nations Unies dans des langues locales aux fins de leur diffusion dans les médias numériques et traditionnels.

15. Par exemple, le Centre d'information des Nations Unies au Caire a collaboré avec l'OMS et l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture afin d'élaborer un guide de sensibilisation des citoyens à la COVID-19 diffusé dans les médias sociaux. Le Centre d'information à Bogota a collaboré avec des entités des Nations Unies pour réaliser des vidéos de sensibilisation à la maladie et le Centre d'information de Kiev a coopéré avec l'OMS, le Fonds des Nations Unies pour la population et le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF) pour publier cinq articles sur le site Web d'information de la chaîne ICTV en Ukraine, qui enregistre une audience mensuelle de 7 millions de personnes.

16. Le Service de l'information des Nations Unies à Genève, à l'aide de vidéos, de reportages et d'entretiens, a étoffé les messages des entités des Nations Unies basées à Genève. À l'occasion de la Journée mondiale de l'eau, le 22 mars, le Centre d'information et le Groupe de la communication des Nations Unies à Beyrouth ont lancé le défi #SafeHands4Lebanon dans les médias sociaux en diffusant des vidéos de fonctionnaires des Nations Unies, de personnes d'influence et de célébrités, qui ont suscité environ 287 000 réactions.

17. La priorité donnée à la communication se rapportant à la pandémie a conduit à limiter les nombreuses activités menées habituellement par les centres d'information des Nations Unies. Par exemple, 11 activités Simul'ONU ont eu lieu entre février et juin 2020, contre 123 pour l'ensemble de l'année 2019 ; le nombre de conférences organisées est passé de 1 347 en 2019 à 156 entre février et juin 2020 ; le nombre d'expositions est passé de 188 en 2019 à 30 entre février et juin 2020.

18. Dans le même temps, face à la pandémie, on a énormément intensifié de nombreuses autres activités. Le Centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale à Bruxelles et le Centre d'information à Mexico ont créé des portails Web consacrés à la COVID-19, celui lancé à Mexico enregistrant 2,5 millions de pages vues en un mois. Des informations relatives à la COVID-19 émanant de l'Organisation panaméricaine de la santé et de l'OMS ont été mises en avant dans les médias sociaux par le Centre d'information à Rio de Janeiro et ont touché 200 000 personnes le jour de leur diffusion. Par ailleurs, le Centre d'information à Lagos (Nigéria) a multiplié les messages relatifs à la COVID-19 en diffusant des indicateurs radiophoniques en langues locales à 60 millions de personnes dans six États du Nigéria. Entre février et juin 2020, on a recensé 354 placements de tribunes libres du Secrétaire général, contre 129 pour l'ensemble de l'année 2019.

19. Les centres d'information des Nations Unies ont renforcé leur capacité de narration numérique : ils rapportent des récits captivants et donnant envie d'agir axés sur le vécu de héros locaux et d'agents de première ligne des Nations Unies. Des dizaines d'articles privilégiant la dimension humaine ont été publiés sur le portail mondial du Département consacré à la COVID-19 et sur les sites Web d'ONU Info et du Bureau de la coordination des activités de développement du Groupe des Nations Unies pour le développement durable.

20. La lutte contre l'« infodémie » qui a accompagné la COVID-19 a été au cœur des activités des centres d'information des Nations Unies. Le Centre d'information à Tbilissi a réalisé deux vidéos en collaboration avec le Centre national de lutte contre les maladies et de santé publique et l'Alliance géorgienne pour la sécurité routière au sujet de l'utilisation des masques et des gants. Par ailleurs, le Centre d'information à

Windhoek a coopéré avec les médias et le Ministère namibien de la santé et des services sociaux afin de fournir des informations dans les langues locales. Le Centre d'information à Pretoria, en partenariat avec la société de médias Jive Media Africa, a créé des affiches pour les écoles et les lieux de travail qui ont également été publiées sur le site Web du Gouvernement sud-africain consacré au coronavirus.

21. Des partenariats créatifs ont été établis. À titre d'exemple, le Centre d'information à Lusaka et le fournisseur de services mobiles MTN Zambia Ltd ont collaboré pour créer des affiches en vue de diffuser des messages de prévention émanant de l'OMS. Dans le cadre de la campagne #BeActive menée par le Centre d'information à Tokyo, des joueurs membres de la Japan Football Association (fédération japonaise de football) ont donné des astuces pour faire de l'exercice à la maison. Le Centre d'information à Buenos Aires a collaboré avec Subway, Google, Facebook et l'organisation non gouvernementale Chequeado pour étoffer les messages et sensibiliser le public à la désinformation. Le Centre d'information à Moscou a fait appel à des guides d'opinion et des personnes d'influence russes, dont le célèbre joueur de hockey sur glace Viacheslav Fetisov, pour réaliser des vidéos sur la vie durant la pandémie de COVID-19.

22. Le Département a continué de renforcer l'intégration des centres d'information des Nations Unies dans les bureaux de coordonnateur résident en proposant chaque semaine des webinaires axés sur la riposte du système des Nations Unies face à la pandémie. Lors de ces webinaires, suivis en moyenne par 300 membres du personnel de l'ensemble du système des Nations Unies chargés de la communication, l'OMS et d'autres entités des Nations Unies ont présenté des exposés et il a été possible de partager des expériences et des bonnes pratiques concernant la communication de crise. D'autres webinaires sur la stratégie de communication globale de l'Organisation ont été proposés. Ils ont permis d'évaluer l'efficacité de la stratégie, la mise en récit et des questions régionales. On a recensé 5 427 participants au total pendant la période considérée, contre 2 231 pour l'ensemble de l'année 2019. Des réunions de groupes de pairs ont commencé à se tenir au niveau régional et un réseau de coordonnatrices et coordonnateurs des cours de langues a été mis en place, ce qui a renforcé l'appui sur le terrain.

#### **D. Information et médias dans le contexte de la maladie à coronavirus (COVID-19)**

23. En février, le Département a lancé un portail Web consacré à la communication d'informations consolidées et pratiques, ainsi que des mises à jour quotidiennes, concernant la riposte du système des Nations Unies face à la pandémie ([www.un.org/fr/coronavirus](http://www.un.org/fr/coronavirus)). Depuis son lancement, le portail a attiré 1,7 million d'utilisateurs uniques et a enregistré 2,8 millions de pages vues. Disponible dans les six langues officielles, il comprend les rapports, déclarations et notes de synthèse du Secrétaire général, offre un cadre pour la promotion de campagnes et réserve une section aux informations destinées aux États Membres.

#### **E. Promotion du développement durable dans le contexte de la maladie à coronavirus (COVID-19)**

24. Compte tenu de la pandémie et de la crise multidimensionnelle qui en découle, la communication relative au développement durable et aux changements climatiques a été revue. Elle vise maintenant davantage à soutenir l'appel lancé par le Secrétaire général afin qu'on reconstruise en mieux, en s'appuyant sur le Programme de développement durable à l'horizon 2030 et l'Accord de Paris sur les changements

climatiques, pour parvenir à une économie mondiale plus juste, plus verte et plus résiliente.

25. Le message du Secrétaire général publié à l'occasion de la Journée internationale de la Terre nourricière (22 avril), l'allocution qu'il a prononcée le 28 avril lors du Dialogue de Petersberg sur le climat et un ensemble de notes de synthèse et de tribunes publiées dans le *New York Times*, *O Globo*, le *Jakarta Post* et *Le Monde*, entre autres, ont fait l'objet d'une large promotion. Le Secrétaire général y a mis l'accent sur les effets de la pandémie dans différents domaines et au niveau régional ainsi que sur les conséquences subies par les populations vulnérables. Il a en outre appelé l'attention sur les mesures à prendre d'urgence pour sauver des vies et des moyens d'existence, en s'attaquant à la fois à la pandémie et à l'urgence climatique.

26. Le Département a également contribué au lancement de publications phares du Département des affaires économiques et sociales telles que le rapport sur le financement du développement durable 2020 (*Financing for Sustainable Development Report*) (9 avril) et *Situation et perspectives de l'économie mondiale à la mi-2020* (13 mai).

27. Le Département a contribué à mettre en avant des manifestations virtuelles, notamment la Réunion de haut niveau sur le financement du développement à l'ère de la COVID-19 et après (28 mai) et la réunion extraordinaire de l'Alliance mondiale des investisseurs en faveur du développement durable (10 juin). Il a également facilité le lancement de l'initiative « Femmes debout, Solidaires pour tous » de la Vice-Secrétaire générale (27 avril), à laquelle ont participé la Présidente de la République fédérale démocratique d'Éthiopie, la Première Ministre de la Barbade et la Première Ministre du Royaume de Norvège.

28. La Journée internationale de la diversité biologique (22 mai), la Journée mondiale de l'environnement (5 juin) et la Journée mondiale de l'océan (8 juin) ont été d'autres occasions très médiatisées de souligner l'importance d'une planète en bonne santé et d'une relance verte.

29. Des contenus multimédias concernant l'impact de la COVID-19 sur chacun des objectifs de développement durable a été présenté sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable ([www.un.org/sustainabledevelopment/fr/](http://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/)), enregistrant en moyenne plus de 2,5 millions de pages vues par mois en 2020 dans toutes les langues officielles, ainsi que sur le compte @GlobalGoalsUN, dans les médias sociaux, auquel plus de 700 000 personnes sont abonnées.

30. Plus d'une centaine de membres participent maintenant au Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable, touchant plus de 2 milliards de personnes sur cinq continents. Shanghai Media Group, Sistema Sagres (Brésil) et le *Nigerian Observer* comptent parmi les nouveaux membres. Les dossiers de presse mensuels mettent davantage l'accent sur les objectifs de développement durable en rapport avec la pandémie. Ils portaient par exemple sur la santé (objectif 3) en avril et sur les inégalités (objectif 10) en mai.

## **F. Mobilisation de la communauté artistique et messagers de la paix**

31. Tous les messagers de la paix actuels ont signé une déclaration conjointe pour soutenir l'appel du Secrétaire général à un cessez-le-feu mondial pendant la pandémie, suscitant 80 000 réactions dans les médias sociaux. Ils ont également partagé au moins 59 billets pour soutenir les messages de l'Organisation des Nations Unies relatifs à la COVID-19, suscitant 371 000 réactions.

32. La célébration de la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme (2 avril) a cette année été l'occasion de souligner que les personnes autistes sont exposées à des risques démesurés et qu'il importe de veiller à ce que leurs droits ne soient pas lésés durant la pandémie. Les messages publiés dans les médias sociaux au sujet de la Journée ont suscité plus de 10 000 réactions. La Journée internationale du sport au service du développement et de la paix (6 avril) était axée sur la campagne #BeActive et a suscité 79 600 réactions.

## **G. Initiative Impact universitaire**

33. À mesure que la pandémie se propageait, l'initiative Impact universitaire des Nations Unies a rapidement adapté son programme de travail à la diffusion numérique : solides contenus multimédias et entretiens en ligne à l'intention de son public mondial composé d'étudiants, d'éducateurs, d'administrateurs universitaires, de chercheurs et d'innovateurs. Durant la période considérée, Impact universitaire a lancé une série de webinaires multilingues et multimédias sur les conséquences de la COVID-19 pour l'enseignement supérieur, notamment au sujet des leçons qui pourraient être tirées et de ce à quoi pourrait ressembler l'éducation après la pandémie.

## **H. Action éducative**

34. Le 18 mai, le Département a présenté un webinaire intitulé « Fighting stigma, xenophobia, hate speech and racial discrimination related to COVID-19 » (lutter contre la stigmatisation, la xénophobie, les discours de haine et la discrimination raciale liés à la COVID-19), qu'il a organisé conjointement avec le Groupe des relations avec la société civile, le Programme de communication sur l'Holocauste et les Nations Unies et le programme éducatif « En mémoire de l'esclavage ». La totalité des 400 participants interrogés ont indiqué que la réunion d'information leur avait permis de mieux comprendre comment la désinformation était utilisée pour nourrir le racisme, les préjugés et la stigmatisation visant les personnes infectées par le virus responsable de la COVID-19 ; 69 % d'entre eux ont déclaré qu'ils appliqueraient ce qu'ils avaient appris dans le cadre de leur travail ou de leurs études.

35. Le 28 mai, le Département a présenté un webinaire intitulé « Inclusion in the time of COVID-19 : confronting slavery's legacy of racism together » (l'inclusion pendant la pandémie de COVID-19 : lutter ensemble contre le racisme, vestige de l'esclavage), suivi par 380 personnes. Organisé par le programme « En mémoire de l'esclavage » et l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture dans le cadre de la Décennie internationale des personnes d'ascendance africaine, le débat était axé sur la façon dont les personnes d'ascendance africaine ont été frappées de manière disproportionnée par la COVID-19. Parmi les participants, 84 % des personnes ayant répondu à un questionnaire ont déclaré que le webinaire leur avait permis de mieux comprendre comment la COVID-19 exacerbait les inégalités raciales.

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

36. Depuis la mi-mars, les services à l'intention des visiteurs à Genève, Nairobi, New York et Vienne ont rapidement évolué de façon à recentrer les efforts pour proposer des visites et des réunions d'information virtuelles et en ligne. À Vienne, une série de vidéos #GlobalGoals (#ObjectifsMondiaux) montre comment le système des Nations Unies a poursuivi ses activités en vue de faire avancer la réalisation des

objectifs de développement durable pendant la crise. À New York, des visites virtuelles ont été organisées à l'intention du programme NYC Junior Ambassadors, de la New York Times Summer Academy, d'écoles primaires au Pakistan, d'universités et de groupes participant à Simul'ONU. À Genève, le Service des visites prépare des courts métrages et des visites virtuelles du Palais des Nations à l'aide de caméras 360 degrés. Ce projet, en cours, a été mis en route dans le cadre du plan stratégique patrimonial de l'Office des Nations Unies à Genève. Les visites protocolaires organisées pour les dignitaires qui se rendent au Palais des Nations ont également repris. À Nairobi, le Service des visiteurs règle les derniers détails d'une exposition consacrée à l'ONU en Afrique, qui fera partie de la visite et devrait en principe être installée avant la fin de l'année.

## J. Outils de gestion des connaissances

37. Durant la période à l'examen, environ 600 articles différents ont été publiés en anglais et en français sur l'intranet de l'Organisation, iSeek ; 40 % d'entre eux avaient trait à la COVID-19. Un accès élargi à iSeek a été fourni au personnel travaillant à distance et on a créé des pages d'information sur les mesures prises face à la pandémie. Une série de 15 séances d'information en ligne, iSeek Live, a été lancée et suivie par 50 000 personnes. Lors d'une séance de iSeek Live, l'initiative « Verified » a été présentée à 1 400 membres du personnel. Dans le cadre des efforts actuellement déployés pour élargir l'accès à l'intranet, iSeek peut maintenant être consulté par 50 000 membres du personnel de l'UNICEF, du Programme des Nations Unies pour le développement et de l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (ONU-Femmes), en plus des 40 000 membres du personnel du Secrétariat qui y avaient déjà accès.

38. Face à la pandémie, le Groupe de la conception graphique a établi un système visuel pour les graphiques publiés dans les médias sociaux, des sites Web et plus de 15 rapports et notes de synthèse relatives à la COVID-19 pour le compte du Cabinet du Secrétaire général.

39. Le groupe Web de la Section de la gestion des connaissances et solutions graphiques a apporté un appui technique concernant le système de gestion des contenus Web inspiré de Drupal (appelé « UN2 »), qui a permis de mettre rapidement en service le site Web de l'ONU destiné à donner des informations au grand public sur le coronavirus ([www.un.org/fr/coronavirus](http://www.un.org/fr/coronavirus)) dans toutes les langues officielles.

## K. Vente et commercialisation

40. La Section de la vente et de la commercialisation a fait figurer des contenus relatifs à la COVID-19 sur son site Web de commerce en ligne ([shop.un.org](http://shop.un.org)) ainsi que sur sa plateforme en ligne UN iLibrary, a publié des livres électroniques accessibles aux personnes présentant un handicap à partir de toutes les notes de synthèse sur la COVID-19 et a publié *From My Window: Children at Home During COVID-19*, ouvrage dans lequel la vie des enfants confinés chez eux est examinée de leur point de vue. Le Club de lecture des objectifs de développement durable a organisé l'heure du conte en ligne pendant un mois, du 5 mai au 2 juin, pour collaborer avec les maisons d'édition en vue de promouvoir des contenus relatifs aux objectifs de développement durable pendant la pandémie.

## **L. Expositions**

41. En ce qui concerne les journées internationales des Nations Unies, le Groupe des expositions a donné davantage la priorité aux expositions en ligne. Entre mars et juin 2020, six expositions étaient accessibles en ligne. Elles traitaient de questions prioritaires telles que les violences sexuelles en période de conflit, le maintien de la paix et l'état des océans dans le monde. Ces expositions ont été vues par 1 475 visiteurs en ligne et ont suscité 3 300 réactions dans les médias sociaux.

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

42. La première réunion d'information virtuelle organisée par le Groupe des relations avec la société civile a mis en lumière l'action des infirmières et infirmiers et des autres membres du personnel de santé en première ligne pendant la pandémie et a été vue par 580 personnes dans 20 pays. Le Département a lancé un appel pour que lui soient soumis des récits soulignant l'action menée par la société civile face à la pandémie. Par la suite, 30 récits ont été diffusés dans les médias sociaux. Le Département a également lancé un sondage de la société civile sur la désinformation en sept langues.

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

43. La *Chronique de l'ONU* a publié 17 articles sur la pandémie et la riposte de l'Organisation faisant ressortir les solutions à long terme qui pourraient contribuer à prévenir d'autres épidémies meurtrières et à reconstruire en mieux. Des représentantes et représentants permanents d'États Membres, des fonctionnaires des Nations Unies et d'autres spécialistes ont soumis des contributions écrites sur la manière dont l'Organisation s'emploie à utiliser la technologie pour ralentir la propagation du virus tout en continuant de remplir ses fonctions et mandats essentiels, sur la protection l'environnement et de la biodiversité comme moyen de prévenir l'apparition de maladies mortelles et sur le rôle déterminant des femmes pour ce qui est de sauver des vies et de répondre aux besoins en matière de relèvement. Le site Web a enregistré plus de 1,5 million de pages vues entre juin 2019 et juin 2020.

## **O. Bibliothèque Dag Hammarskjöld**

44. Face à la pandémie, la Bibliothèque Dag Hammarskjöld a permis au personnel et aux représentantes et représentants au Siège de l'Organisation des Nations Unies d'avoir accès à distance à son catalogue de ressources électroniques. Par l'intermédiaire du Consortium du système des Nations Unies pour l'acquisition d'informations électroniques, la Bibliothèque a fait en sorte que les institutions spécialisées, fonds et programmes des Nations Unies aient accès à distance aux ressources auxquelles elle est abonnée. La Bibliothèque a également établi et mis en ligne une section « foire aux questions » en anglais, en espagnol et en français, réunissant et tenant à jour des informations sur l'action de l'Organisation.

## IV. Multilinguisme

### A. Le rôle des centres d'information des Nations Unies dans le multilinguisme

45. Le réseau de 59 centres d'information des Nations Unies travaille quotidiennement en anglais, arabe, espagnol, français et russe, ainsi que dans 106 autres langues locales<sup>1</sup>. À titre d'exemple, les centres d'information à Dakar, Dar es Salaam (Tanzanie), Lagos (Nigéria), Lusaka, Pretoria, Windhoek et Yaoundé ont traduit dans les langues locales des messages du Secrétaire général, des vidéos et des entretiens avec des experts de l'ONU qui ont ensuite été diffusés par des chaînes de télévision partenaires, des chaînes de radio locales et des programmes radiophoniques des Nations Unies, à une audience potentielle de plus de 400 millions de personnes.

46. Le Centre d'information à New Delhi a coordonné la mise en ligne de vidéos sur la COVID-19 en langue des signes hindie dans des médias traditionnels et sociaux. À l'aide de vidéos visant à lutter contre les informations erronées sur la COVID-19 dans les langues locales, le Centre d'information à Dakar a facilité la diffusion d'une campagne de sensibilisation panafricaine sur des chaînes de télévision nationales et régionales dans 22 pays d'Afrique francophone. Pour promouvoir le système des Nations Unies, le Service d'information des Nations Unies à Vienne, en partenariat avec le Service de la gestion des conférences et le Service de la technologie de l'information de l'Office des Nations Unies à Vienne et le Groupe de la communication des Nations Unies à Vienne, a lancé un portail Web multilingue ([www.unvienna.org/unvienna/fr/index.html](http://www.unvienna.org/unvienna/fr/index.html)).

### B. Informations et reportages multimédia et multilingues

47. Durant la période considérée, le nombre d'utilisateurs des sites Web d'ONU Info a grimpé de plus de 437 % par rapport à la même période en 2019. Début février, ONU Info a créé une page composite sur le coronavirus à l'intention du grand public dans le monde entier, en neuf langues.

48. ONU Info a continué de rendre compte des séances virtuelles du Conseil de sécurité, ainsi que des séances de premier plan de l'Assemblée générale et du Conseil économique et social et a mis en relief l'engagement de l'Organisation en faveur des droits humains et des objectifs de développement durable.

49. En s'appuyant sur des données factuelles et statistiques fournies par l'OMS et en multipliant les contacts avec les bureaux de coordinateur résident afin de traiter tous les aspects de la pandémie, ONU Info a attiré de nouveaux publics larges (voir fig. I et II) à la recherche d'informations sérieuses faisant autorité et de récits intéressants. ONU Info a également préparé des articles explicatifs à l'intention du public afin de dissiper la confusion et de lutter contre les informations erronées au sujet du coronavirus et a braqué les projecteurs sur des exemples concrets de

<sup>1</sup> Afrikaans, allemand, amharique, arménien, azéri, bafut, bahasa indonesia, bambara, bangwa, bassa, bemba, bengali, biélorusse, birman, catalan, créole, danois, dioula, euskera, ewondo, féroïen, filipino, finnois, frison, galicien, géorgien, goudjrati, grec, guarani, gulmacema, haoussa, hindi, hongrois, iakoute, igbo, ıla, islandais, italien, japonais, kaonde, kituba, lala, lambda, lenje, lingala, lozi, lunda, luvale, malgache, mambwe, maori, marathe, mari, mbunda, mooré, namwanga, ndebele, néerlandais, ngoni, nkoya, norvégien, nsenga, nyanja, ourdou, persan, peul, pidgin anglais, polonais, portugais, quechua, roumain, sâme du Nord, sepedi, sesotho, setswana, shona, shupamum, singhalais, slovaque, slovène, soli, suédois, swahili, swazi, tagalog, tamazight, tamoul, tatar, tchèque, tchétyène, télougou, tigrinya, tonga, tsonga, tumbuka, turc, turkmène, twi, ukrainien, venda, vietnamien, wolof, xhosa, yoruba et zoulou.

solidarité. On a poursuivi les efforts visant à faire mieux respecter le principe de l'égalité des langues : plus de 40 vidéos ont été sous-titrées par des partenaires universitaires dans les langues officielles.

Figure I  
Croissance du nombre d'utilisateurs d'ONU Info (février-juin 2019 et février-juin 2020)

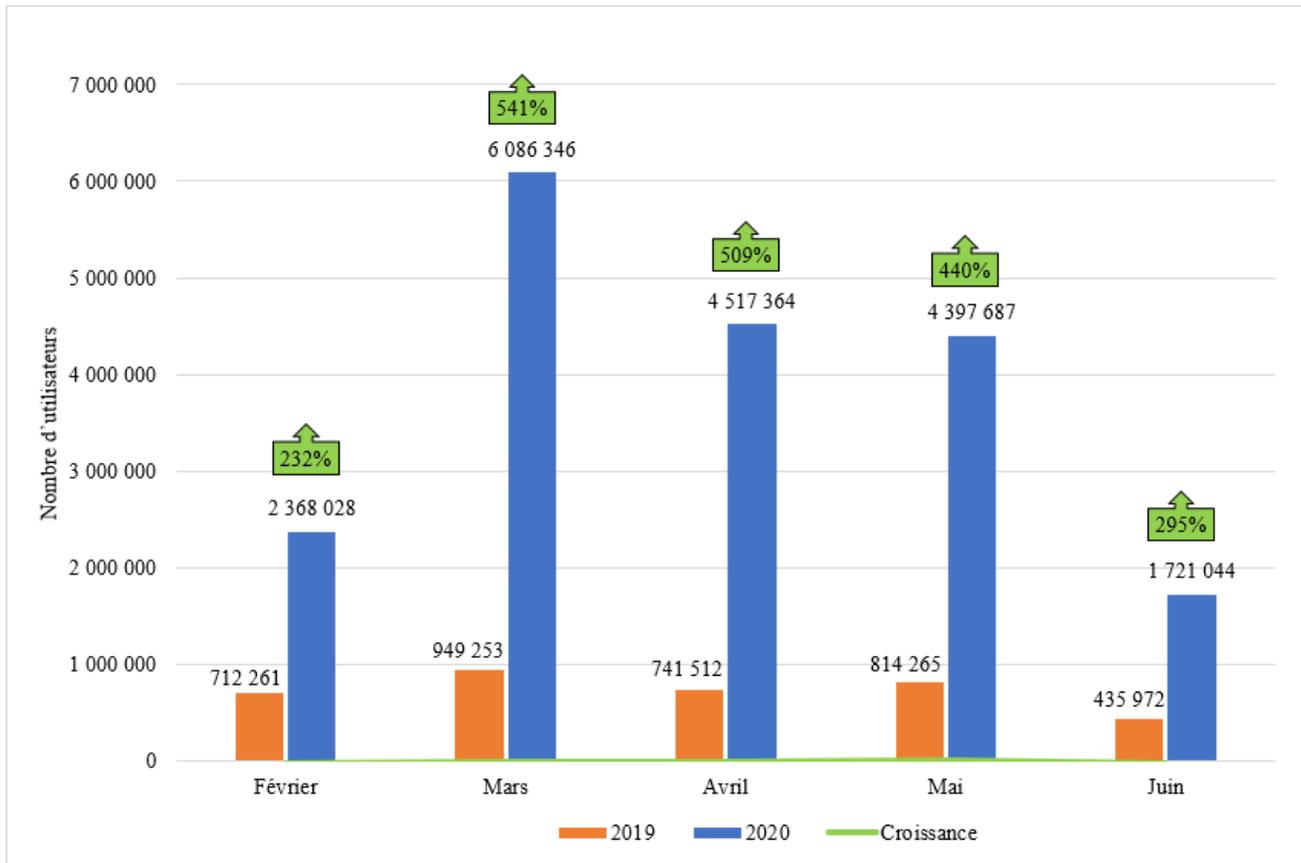
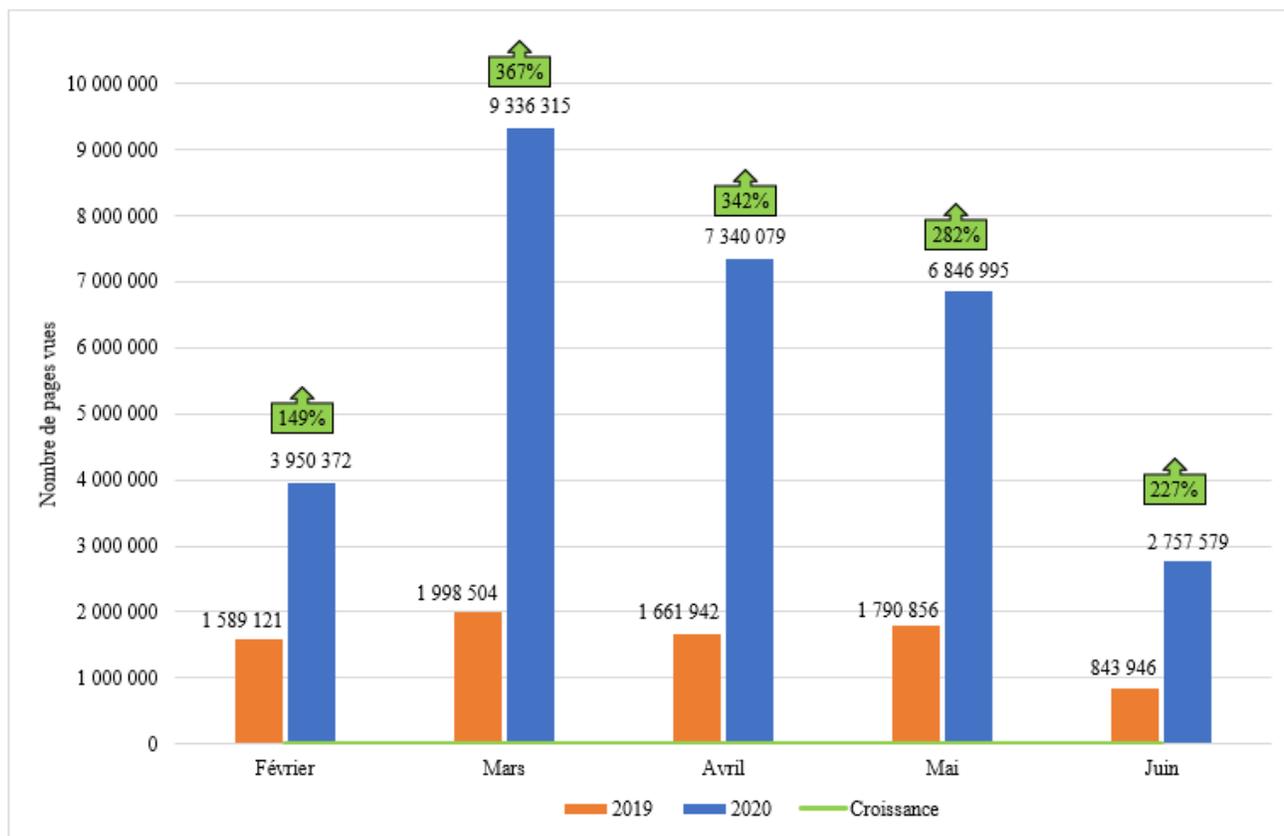


Figure II  
Croissance du nombre de pages d'ONU Info vues (février-juin 2019 et février-juin 2020)



50. En mars, la part d'audience de la version arabe d'ONU Info a connu une croissance sans précédent, avec une augmentation de 1 000 % du nombre de pages vues et de 1 772 % du nombre d'utilisateurs. Outre la pandémie, on a continué de rendre compte d'autres questions pressantes telles que les situations en Libye, en Palestine et au Yémen. Parmi les contenus qui ont retenu le plus l'attention figure un entretien vidéo avec une soldate de la paix tunisienne qui a été relayé par de grandes chaînes d'information, notamment par *Al-Jazeera*, *Al-Arabiya* et *Al-Ekhbariya*.

51. En plus de ses activités habituelles, le Groupe chinois d'ONU Info a préparé plus de 30 entretiens et articles de fond portant sur l'action menée en première ligne dans la lutte contre la COVID-19 à la suite d'échanges avec des rescapés, des bénéficiaires et des experts de l'ONU en Chine. À ce jour, 126 millions de personnes sont abonnées à son compte Weibo, soit quatre fois plus qu'en 2019. Un message publié récemment au sujet du personnel des Nations Unies participant aux efforts déployés à New York pour combattre la pandémie a été vu 6 millions de fois, établissant un nouveau record.

52. La version anglaise d'ONU Info a enregistré une augmentation de plus de 140 % du nombre de visiteurs, avec 8,8 millions de pages vues. L'article le plus lu, intitulé « China shows COVID-19 coronavirus can be "stopped in its tracks" » (la Chine montre qu'on peut stopper la propagation de la COVID-19), a été vu 765 000 fois, ce qui en fait la page la plus visitée sur un.org en mars et avril. Le produit audio le plus écouté était un podcast de la série *The Lid Is On*, intitulé « "Entrepreneurs of intolerance" compound COVID-19 racist backlash » (les entrepreneurs de l'intolérance amplifient la vague de racisme durant la pandémie), auquel a participé

la Rapporteuse spéciale sur les formes contemporaines de racisme, de discrimination raciale, de xénophobie et de l'intolérance qui y est associée.

53. Pour la version française du site d'ONU Info, l'augmentation de 273 % du nombre de pages vues s'explique par le traitement percutant et opportun de la riposte des Nations Unies face à la pandémie. Durant la période considérée, sur les 100 articles les plus lus, 90 avaient trait à la COVID-19. Les articles qui ont attiré le plus l'attention portaient sur l'Afrique, des conseils d'ordre général donnés à la population et les effets du virus sur les enfants. Dans les médias sociaux, le public du site s'est également élargi, le nombre d'abonnés Twitter et Facebook ayant, par exemple, enregistré respectivement une hausse de 73 % et 40 % par rapport à 2019.

54. La version hindie du site d'ONU Info, qui compte un nouveau partenaire basé aux États-Unis d'Amérique, Radio Zindagi, a enregistré une hausse de plus de 350 % du nombre de pages vues et de 679 % du nombre d'utilisateurs par rapport à 2019. La fréquentation du site Web a également connu une forte augmentation, de 1 300 % lorsque l'accès au site se fait via les moteurs de recherche, par référencement naturel, et de 150 % lorsqu'il est consulté à partir de plateformes de médias sociaux. Le Groupe hindi a diversifié les contenus multimédias qu'il propose. Il a par exemple publié un compte rendu sur les objectifs de développement durable présenté au festival de littérature de Jaipur en Inde.

55. La version swahilie du site d'ONU Info a continué d'adapter les contenus aux publics et aux plateformes de la région de l'Afrique de l'Est. Des articles ont été repris presque chaque jour par des organes de presse, des blogueurs et d'autres organismes de diffusion en ligne en Afrique de l'Est. Depuis la fin de la période couverte par le précédent rapport, ONU Info en swahili collabore avec 10 nouveaux partenaires, dont des stations de radio traditionnelles, de grandes chaînes de télévision et des organismes de diffusion en ligne.

56. En mars, le Groupe portugais a constaté une augmentation de 285 % du nombre de pages vues sur la version portugaise du site d'ONU Info. Le Groupe a renforcé ses partenariats avec les équipes de pays des Nations Unies dans les États lusophones, établi un partenariat important avec CNN Brésil et relancé la coopération avec SAPO Portugal, un agrégateur de contenus en ligne. Durant la période à l'examen, le nombre d'abonnés à la chaîne YouTube en portugais a augmenté de 83 % et le Groupe a participé à la promotion de la première Journée mondiale de la langue portugaise.

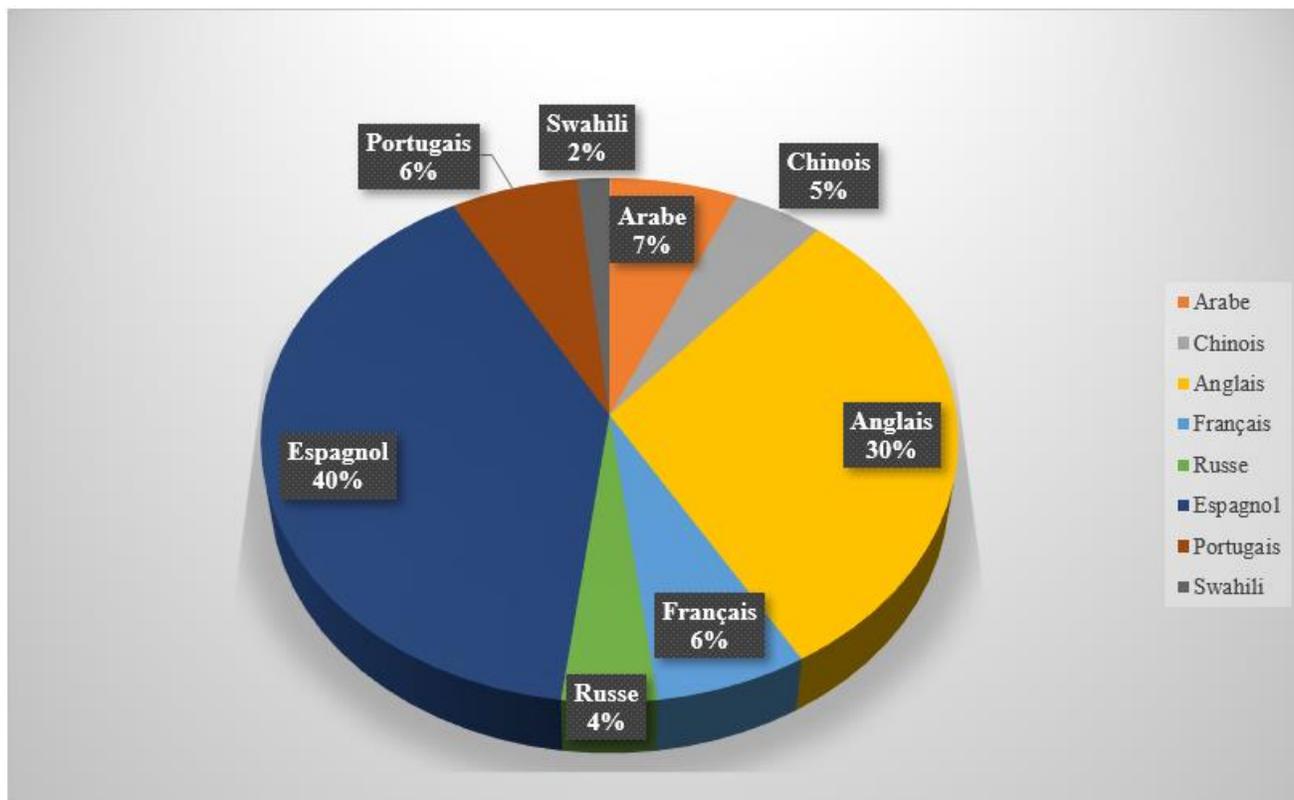
57. Pendant la période considérée, l'audience de la version russe du site d'ONU Info n'a cessé d'augmenter, avec plus de 672 000 utilisateurs et plus de 1,2 million de pages vues, soit une augmentation de 258 % par rapport à la même période en 2019. Une large place a été faite aux informations recueillies sur le terrain pour les sujets traitant de la pandémie. Parmi les autres activités marquantes durant la période à l'examen, on mentionnera deux campagnes sur les médias sociaux, coorganisées par ONU Info en russe et l'équipe russe chargée des médias sociaux et la Mission permanente de la Fédération de Russie : une initiative menée conjointement avec des membres de la Communauté d'États indépendants pour marquer le soixante-quinzième anniversaire de la victoire contre le régime nazi et une campagne organisée dans le cadre de la Journée de la langue russe.

58. ONU Info en espagnol, en collaboration étroite avec des centres d'information et des organismes des Nations Unies présents en Amérique latine, a multiplié les sujets concernant la région et, depuis février, enregistrait presque chaque mois de nouveaux chiffres records pour ce qui est du nombre de pages vues et du nombre de visiteurs. En mai, le site a atteint un record absolu, avec 3,37 millions de pages vues. Il est ainsi devenu, pour le quatrième mois d'affilée, le site d'ONU Info le plus visité parmi les neuf langues disponibles (voir fig. III). Le nombre de pages vues a augmenté de 505 %

entre février et juin. Le nombre d'abonnés au compte Twitter en espagnol a augmenté de plus de 30 %, pour atteindre 310 000 abonnés. Cette augmentation s'explique en partie par la diffusion en direct sur Twitter des conférences de presse que l'OMS organise régulièrement sur la pandémie.

Figure III

Nombre de pages vues sur ONU Info, par langue, entre février et juin 2020



### C. Initiative de mobilisation de la communauté artistique et multilinguisme

59. Le Département a relancé la campagne de vidéos éducatives de Thomas et ses amis sur les objectifs de développement durable en anglais, en chinois, en espagnol, en italien, en japonais, en polonais et en portugais afin d'offrir des possibilités d'apprentissage et des ressources éducatives aux familles pendant la fermeture des écoles liée à la pandémie. Ces courtes vidéos ont été visionnées plus de 400 000 fois depuis et, au total, plus de 6,3 millions de fois depuis le début de la campagne.

### D. Vente et commercialisation et multilinguisme

60. Le catalogue de UN iLibrary a continué de s'étoffer : 211 livres, rapports et autres documents y ont été ajoutés entre février et juin, portant le nombre total de titres à 8 447. Plus de la moitié des documents étaient disponibles en plusieurs langues ou dans une langue autre que l'anglais. Chaque mois, le Club de lecture des objectifs de développement durable sélectionne des livres dans toutes les langues officielles en vue de sensibiliser des enfants âgés de 6 à 12 ans aux objectifs de développement durable. Cette année, le Club a présenté des livres portant sur de multiples thèmes,

dont le travail décent et la croissance économique (objectif 8) et la réduction des inégalités (objectif 10).

## **V. Participation des jeunes**

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

61. Le Bureau de l'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse continue de mobiliser les jeunes et de promouvoir, tant dans le système des Nations Unies qu'en dehors, leur participation dans les domaines d'actions prioritaires énoncés dans la Stratégie des Nations Unies pour la jeunesse, tels la santé mentale, les changements climatiques et la prévention de l'extrémisme violent, ainsi que dans le cadre de mécanismes et initiatives des Nations Unies, tels le forum politique de haut niveau pour le développement durable et l'initiative de dialogue mondial lancée dans le cadre du soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies. Dans le contexte de la COVID-19, le Bureau a adapté ses activités afin de fournir aux jeunes des informations exactes sur la pandémie tout en favorisant la solidarité mondiale et de leur offrir un espace en ligne sûr pour faire part d'idées et de préoccupations.

62. En ce qui concerne la pandémie, le Bureau a notamment proposé les activités suivantes : une série de webinaires consacrés aux jeunes et à leur santé mentale a été organisée en collaboration avec l'OMS et l'UNICEF et suivie par 146 000 personnes ; chaque semaine, le blog de l'Envoyée met en lumière les efforts déployés par des jeunes pour faire face à la crise ; des informations exactes et vérifiées sont partagées. L'Envoyée a continué de prononcer des discours liminaires et des déclarations en ligne et d'adresser des messages vidéo.

63. Le Bureau a touché plus de 210 000 personnes grâce à son site Web. Entre mars et juin, plus de 192 000 réactions ont été enregistrées sur Twitter et 376 644 sur Facebook.

### **B. Activités des centres d'information des Nations Unies destinées aux jeunes**

64. Les centres d'information des Nations Unies ont continué d'engager des échanges avec le jeune public. Par exemple, le Centre d'information à Nairobi a accueilli 200 délégués de la jeunesse de 20 universités dans le cadre de la conférence Simul'ONU organisée au Kenya. Le Centre d'information à Buenos Aires a organisé une réunion virtuelle Simul'ONU axée sur les objectifs de développement durable à l'intention de 23 écoles argentines, mexicaines et uruguayennes. Le Centre d'information à Yaoundé a présenté des documents et des jeux et projeté des vidéos lors de la fête nationale de la jeunesse. Pour encourager les enfants à se familiariser très tôt avec les principes de la durabilité, le Centre d'information à Jakarta a lancé le Club de lecture des objectifs de développement durable en Indonésie.

### **C. Activités du Groupe des relations avec la société civile et du Service de liaison avec les organisations non gouvernementales destinées aux jeunes**

65. En avril, des manifestations en ligne animées par des jeunes, en collaboration avec le comité directeur du Département formé de représentantes et représentants de la jeunesse issus de la société civile, ont été organisées pour faire le point des problèmes particuliers rencontrés au niveau régional durant la pandémie et marquer la Journée internationale du multilatéralisme et de la diplomatie au service de la paix

(24 avril) et le cinquantième anniversaire de la Journée internationale de la Terre nourricière (22 avril). L'objectif était d'encourager la jeunesse à se mobiliser davantage afin de répondre plus efficacement à l'urgence climatique. Elles ont été suivies en direct par 3 500 personnes.

#### **D. Participation des jeunes dans le cadre de l'initiative Impact universitaire**

66. En mars, Impact universitaire a lancé #Work4UN, une série de contenus multimédias et numériques en plusieurs langues pour faire connaître aux jeunes des voies à suivre en vue de travailler pour l'ONU. Cette série est disponible dans toutes les langues officielles et, à ce jour, les articles et vidéos proposés ont été visionnés plus de 181 000 fois sur le site Web, la chaîne YouTube et la page WeChat d'Impact universitaire.

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

#### **A. Droits humains**

67. La Journée internationale de réflexion sur le génocide des Tutsis au Rwanda en 1994 (12 avril), organisée en collaboration avec la Mission permanente du Rwanda, a été commémorée en ligne. À cette occasion, le Secrétaire général et le Président de l'Assemblée générale ont adressé des messages vidéo, des contenus ont été partagés dans les médias sociaux, ONU Info a publié un article et une rescapée a livré un témoignage.

68. Le Département a organisé une série de discussions en ligne faisant le lien entre les programmes de diffusion qu'il lui a été demandé d'exécuter concernant la traite transatlantique des esclaves, l'Holocauste et le génocide des Tutsis au Rwanda en 1994 afin de montrer que leurs séquelles, les inégalités et le racisme, se recourent.

69. Lors de la Journée internationale de sensibilisation à l'albinisme (13 juin), le Département, en collaboration avec le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme et l'Experte indépendante sur l'exercice des droits de l'homme par les personnes atteintes d'albinisme, a fourni un appui à la diffusion et à la communication de contenus sur les médias sociaux et produit un article de presse afin de faire prendre conscience des discriminations dont les personnes atteintes d'albinisme font l'objet.

70. Le Département, en collaboration étroite avec le Président de l'Assemblée générale, a fourni des services de secrétariat pour le Prix des Nations Unies Nelson Rolihlahla Mandela, décerné à deux lauréats. La remise du Prix en mains propres a toutefois été retardée en raison de la pandémie.

71. Le Département a facilité les activités multilingues de communication et d'information relatives à l'appel à l'action en faveur des droits humains lancé par le Secrétaire général le 24 février. En outre, en collaboration avec le Bureau du Conseiller spécial pour la prévention du génocide, il a apporté son concours à la publication, le 11 mai, de la « Note d'orientation de l'Organisation des Nations Unies sur les moyens de lutter contre les discours de haine liés à la COVID-19 » en anglais et en français.

#### **B. Paix et sécurité**

72. Le Département de la communication globale a collaboré avec le Département des opérations de paix pour promouvoir la Journée internationale des Casques bleus

des Nations Unies (29 mai), qui avait pour thème « Les femmes dans le maintien de la paix ». Parmi les produits diffusés sur des supports multimédias et dans les médias sociaux figuraient des portraits de soldats de la paix et des entretiens avec les médias dans leur pays d'origine, donnant lieu à la publication de plus de 225 articles dans 29 pays. Des activités d'information menées par des moyens traditionnels et dans les médias sociaux dans 48 pays fournisseurs de contingents ou de personnel de police ont touché des millions de personnes et suscité de très nombreuses réactions en ligne.

73. En février, en collaboration avec le Département des opérations de paix et le Département des stratégies et politiques de gestion et de la conformité, le Département de la communication globale a organisé un autre stage de formation de trois jours sur la communication relative à la question de l'exploitation et des atteintes sexuelles à l'intention de 14 hauts responsables parmi le personnel hors siège et le personnel de l'Union africaine. 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.

74. Le Département a également fourni des orientations en matière de communication en ce qui concerne les déclarations et autres observations publiques faites par des membres du personnel des Nations Unies à la suite de manifestations. Ces directives s'inscrivent dans le cadre des orientations générales d'ordre analytique et opérationnel données aux équipes de pays des Nations Unies et aux opérations de paix.

### C. Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique

75. Durant la période considérée, le Département a réorganisé ses activités pour produire des contenus d'actualité axés sur la riposte de l'Afrique face à la pandémie, en étroite coordination avec les partenaires clefs suivants : le Bureau de la Conseillère spéciale pour l'Afrique, l'Union africaine, l'Agence de développement de l'Union africaine, la Commission économique pour l'Afrique et des centres d'information des Nations Unies.

76. Le Département a organisé des entretiens au sujet de l'état de préparation et de la riposte sur le continent avec la Directrice régionale de l'OMS pour l'Afrique, le Directeur des Centres africains de prévention et de contrôle des maladies, le Secrétaire exécutif de l'Agence de développement de l'Union africaine, le Secrétaire général de la Zone de libre-échange continentale africaine, les responsables du Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida et du Bureau du Programme des Nations Unies pour le développement pour l'Afrique. Il a largement diffusé ces entretiens, ainsi que des reportages sur les effets de la pandémie sur les personnes présentant un handicap et des campagnes en ligne visant à rendre hommage aux soignantes et soignants africains et aux soldates de la paix originaires d'Afrique, au moyen de ses canaux numériques et a notamment touché plus de 206 000 abonnés à ses comptes sur les médias sociaux. La fréquentation du site Web *Afrique Renouveau* ([www.un.org/africarenewal/fr](http://www.un.org/africarenewal/fr)) a augmenté : on a recensé plus de 1,5 million de visites et plus de 4 000 personnes sont maintenant abonnées à la lettre d'information électronique.

77. Le Département a contribué à la rédaction et à la diffusion d'une tribune de la Vice-Secrétaire générale sur les mesures de relance liées à la COVID-19 publiée dans *Afrique Renouveau*, qui a été traduit en français, en portugais et en swahili et reprise dans 44 publications. Durant la période considérée, *Afrique Renouveau* a produit 77 articles qui ont été de nouveau publiés par 327 médias dans différents pays, notamment les suivants : Algérie, Allemagne, États-Unis d'Amérique, Ouganda, Pologne, Sénégal, Tchéquie, Yémen, Zambie et Zimbabwe.

78. Le Département de la communication globale a apporté un appui à d'autres départements. Il a notamment reconfiguré le site Web du Bureau de la Conseillère spéciale pour l'Afrique et fourni une aide en matière de communication pour le Cycle de conférences sur l'Afrique tenues du 20 au 22 mai 2020.

#### **D. Décolonisation**

79. Le Département de la communication globale, en consultation étroite avec le Département des affaires politiques et de la consolidation de la paix, a créé un dépliant intitulé « Dix questions fréquemment posées sur l'Organisation des Nations Unies et la décolonisation », en cours de traduction dans toutes les langues officielles et accessible en ligne. D'autres activités menées à l'appui du programme de l'Organisation relatif à la décolonisation sont présentées en détail dans le rapport du Secrétaire général sur la diffusion d'informations sur la décolonisation (A/AC.109/2020/18).

80. La Bibliothèque Dag Hammarskjöld a reçu une trentaine de demandes de recherche approfondie sur la question de la décolonisation.

#### **E. Programme d'information spécial sur la question de Palestine**

81. Le Département a fait la promotion d'activités virtuelles organisées par le Comité pour l'exercice des droits inaliénables du peuple palestinien, dont le Forum des Nations Unies sur la question de Palestine (4 juin), une conversation en ligne avec le Premier Ministre de l'État de Palestine (18 mai) et deux autres manifestations spéciales tenues le 14 et le 21 avril au sujet de l'impact de la pandémie dans le Territoire palestinien occupé. Des supports numériques ont été utilisés à cette fin, notamment les comptes de l'ONU dans les médias sociaux et un groupe Facebook d'anciens participants au programme de formation, qui compte plus de 85 journalistes palestiniens.

### **VII. Information et sensibilisation**

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

82. Avant que la Conférence des Nations Unies visant à appuyer la réalisation de l'objectif de développement durable n° 14 : conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable n'ait été reportée, le Service de liaison avec les organisations non gouvernementales avait terminé des préparatifs liés à l'accréditation d'organisations non gouvernementales, d'établissements universitaires et d'organisations du secteur privé. Il avait également aidé la société civile à participer et à contribuer à une concertation des parties prenantes sur la Conférence. En coopération avec ONU-Femmes, le Service a également géré les procédures d'accréditation liées à l'examen après 25 ans de la mise en œuvre de la Déclaration et du Programme d'action de Beijing, dont la nouvelle date n'a pas encore été arrêtée.

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

83. Jusqu'à ce que l'accès du public aux locaux des Nations Unies soit suspendu en raison de la pandémie, en mars, plus de 30 000 personnes avait suivi des visites et des présentations à Genève, Nairobi, New York et Vienne. Des visites ont été proposées

dans plus de 20 langues et adaptées au public concerné ou axées sur des thèmes particuliers. À New York, les activités proposées en février à l'occasion du « Black History Month » (mois de sensibilisation à l'histoire afro-américaine) et de la journée des enfants à l'ONU ont particulièrement plu au public : plus d'un millier de personnes y ont participé. À Vienne, on a organisé le programme « Ferienspiel », traditionnellement offert durant les vacances scolaires.

### C. Bibliothèque Dag Hammarskjöld

84. La vision stratégique de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld à l'horizon 2025 a été définie et tient compte de divers résultats des travaux du groupe de travail de la Bibliothèque. Elle est assortie de plans de travail annuels, dans lesquels sont précisés les mesures et les projets à mettre en route pour atteindre les objectifs stratégiques de la Bibliothèque, notamment les suivants : promouvoir le multilinguisme, collaborer avec la communauté universitaire mondiale et exploiter des technologies innovantes.

85. Pour faciliter l'accès aux ressources et documents de l'ONU, la Bibliothèque Dag Hammarskjöld a analysé plus de 8 200 documents destinés aux organes délibérants et publications qu'elle a téléchargés dans la Bibliothèque numérique des Nations Unies et le Système de diffusion électronique des documents. Elle a donné la priorité aux contenus relatifs à la COVID-19. La Bibliothèque numérique des Nations Unies a enregistré plus de 1,5 million de téléchargements uniques dans les six langues officielles.

86. Pour préserver l'histoire exceptionnelle de l'ONU, plus de 7 600 documents historiques (représentant 52 390 pages) ont été numérisés et mis en ligne, dont 826 documents de la Commission des questions politiques spéciales et de la décolonisation de l'Assemblée générale et 539 documents du Conseil de tutelle. La Bibliothèque Dag Hammarskjöld continuera de s'acquitter de cette tâche importante dans la limite des ressources dont elle dispose.

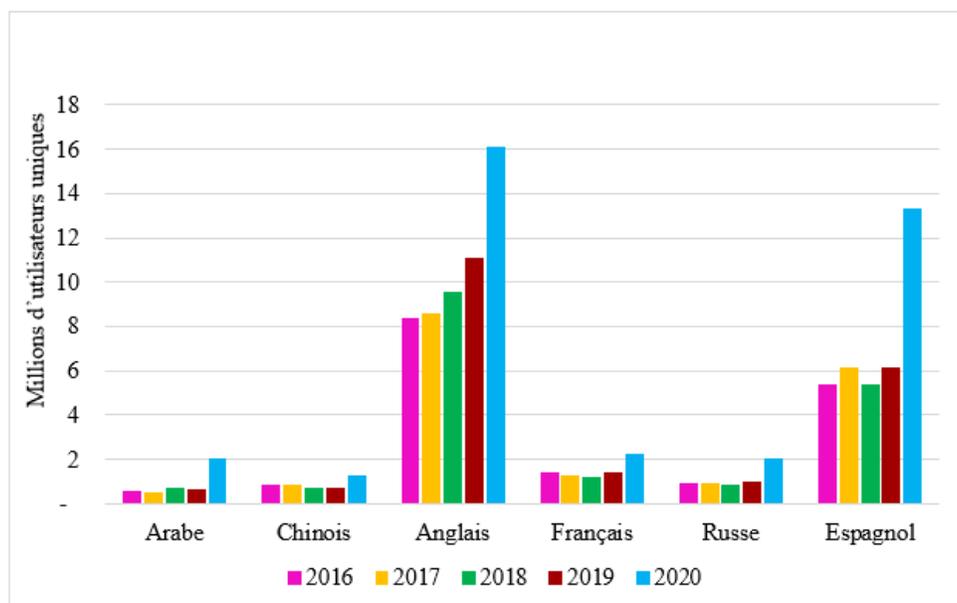
## VIII. Information et médias

### A. Sites Web et médias numériques

87. Durant la période considérée, le Département a créé, tenu à jour et développé des sites Web en plusieurs langues pour des réunions, des initiatives et des journées internationales des Nations Unies telles que le sommet sur les systèmes alimentaires prévu en 2021, l'Initiative Spotlight et le soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation de Nations Unies. De nouveaux sites Web ont été mis en service pour le Plan d'action de coopération numérique, la Stratégie du Secrétaire général pour l'exploitation des données par tout le monde, partout, la série de podcasts *Awake at Night* et la Journée internationale du thé. La gouvernance des sites Web de l'Organisation est restée une priorité, et les normes relatives à la stratégie d'image pour le site Web du Secrétariat ont été mises à jour et appliquées.

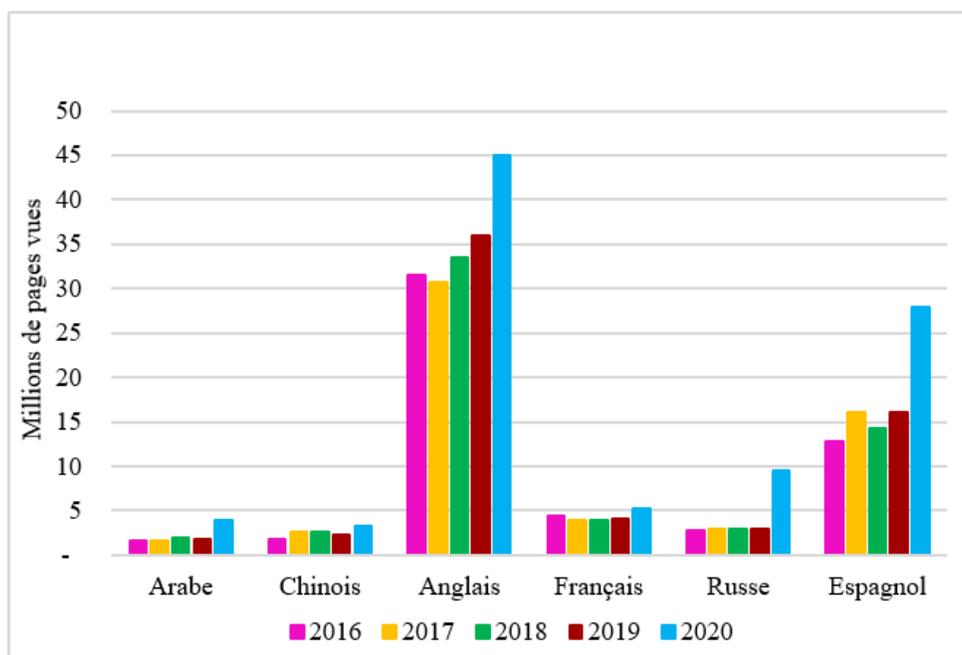
88. Entre février et mai 2020, 36 millions de personnes ont visité le site Web [www.un.org](http://www.un.org), toutes langues confondues, soit une augmentation de 77 % par rapport à 2019. Toutes les versions linguistiques ont enregistré une forte croissance, les versions espagnole et anglaise ayant enregistré la meilleure audience (7 millions et 5 millions d'utilisateurs respectivement), tandis que les taux de croissance les plus importants ont été enregistrés par les versions arabe (219 %), espagnole (116 %) et russe (112 %) (voir fig. IV).

Figure IV  
Audience (nombre d'utilisateurs), par langue, de février à mai (2016-2020)



89. Le nombre de visites a augmenté dans toutes les langues entre février et mai 2020 par rapport à 2019. L'augmentation enregistrée durant cette période est la plus forte observée au cours des cinq dernières années. On a recensé au total 94,8 millions de pages vues, soit une augmentation 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).

Figure V  
Taux d'activité (nombre de pages vues), par langue, de février à mai (2016-2020)

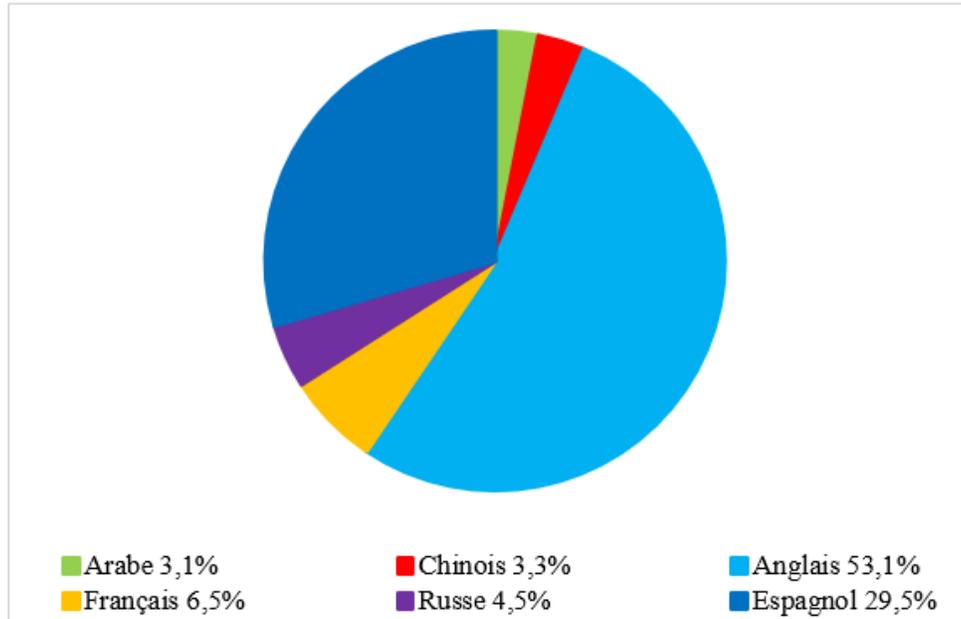


90. La part d'audience par langue est dans l'ensemble restée stable entre 2016 et 2019 mais, de février à mai 2020, la part de l'arabe, du russe et de l'espagnol dans l'audience totale a augmenté (voir fig. VI).

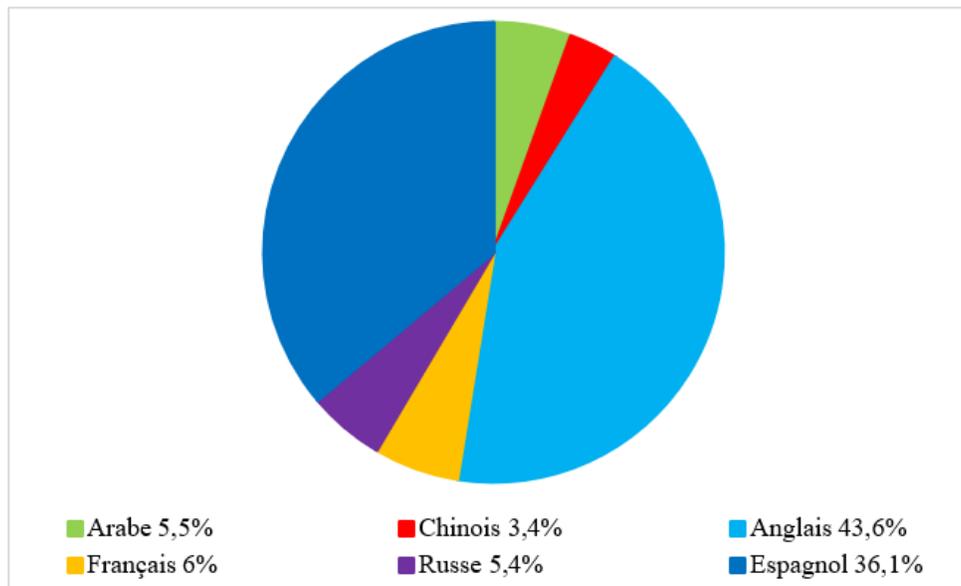
Figure VI

**Comparaison de la part d'audience par langue d'une année à l'autre**

**A. De février à mai 2019**



**B. De février à mai 2020**



## B. Médias sociaux

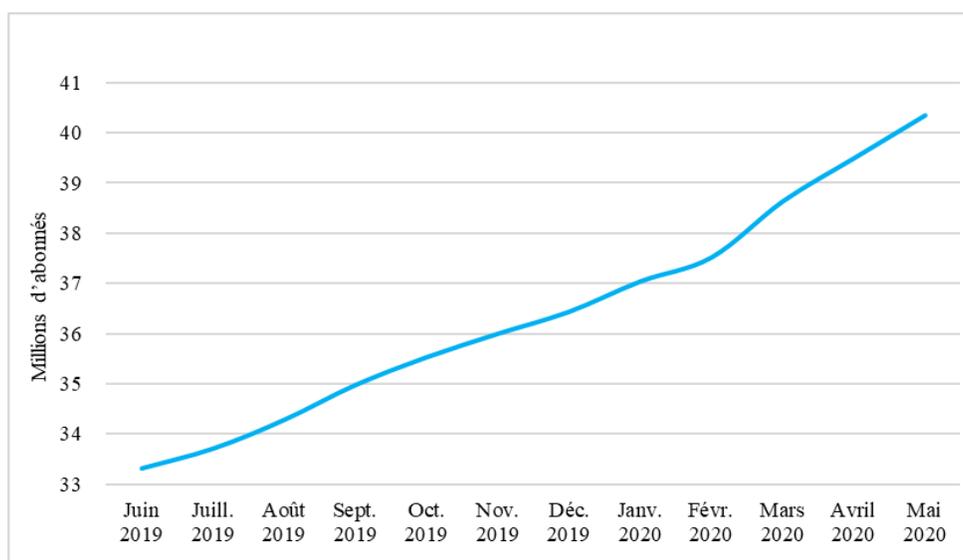
91. Pour mettre en avant la riposte de l'Organisation face à la COVID-19, le Département a revu sa stratégie relative aux médias sociaux dans les langues officielles, en portugais, en swahili et en hindi, afin de centrer l'attention principalement sur la crise. La demande d'informations exactes sur la pandémie a été confirmée par la forte augmentation de l'audience et du taux d'activité des comptes institutionnels.

92. L'audience a nettement augmenté sur les médias sociaux durant la période considérée (voir fig. VII). En l'espace de quatre mois, jusqu'au 31 mai, 1,2 million de personnes de plus se sont abonnées au compte Twitter de l'Organisation et le nombre moyen mensuel de réactions suscitées par les messages a presque triplé par rapport aux quatre mois précédents. En avril, le compte Twitter en arabe a atteint le cap du million d'abonnés. Le nombre d'abonnés au compte Instagram a augmenté de 20 % et se rapproche des 5 millions pour le compte en anglais. Le compte WeChat a enregistré plus de 200 000 nouveaux abonnés, ce qui représente une augmentation de plus de 45 %. Le taux d'activité a été en hausse constante sur toutes les plateformes. Sur Instagram, plusieurs actualités ont été visionnées plus de 100 000 fois et un large public a visionné les vidéos dans leur intégralité.

93. L'initiative « Verified » a été lancée à l'aide des comptes de l'Organisation dans toutes les langues et le compte Twitter a enregistré plus de 29 000 réactions à la vidéo diffusée à cette occasion. En l'espace de trois semaines, tous les contenus correspondants avaient suscité plus de 47 000 réactions sur Facebook et 89 000 sur Instagram dans toutes les langues. Sur Facebook, la vidéo de lancement a été visionnée au moins 700 000 fois.

Figure VII

**Évolution du nombre d'abonnés à l'ensemble des comptes institutionnels dans les médias sociaux entre juin 2019 et mai 2020**



94. En avril, l'Organisation a ouvert un compte institutionnel sur TikTok, un média social ciblant les jeunes. La vidéo de lancement, dans laquelle le Secrétaire général participait au défi « Safe Hands » visant à sensibiliser le public au lavage des mains dans le contexte la COVID-19, a été visionnée plus de 8,9 millions de fois.

## C. Services de presse et d'appui aux réunions

95. Pendant la période considérée, la Section des communiqués de presse a publié 989 communiqués de presse en anglais et en français, soit 3 721 pages au total, sur les activités du Secrétaire général, de l'Assemblée générale, du Conseil de sécurité et du Conseil économique et social, et sur les points presse quotidiens du porte-parole du Secrétaire général.

96. Depuis la suspension, liée à la COVID-19, des réunions en présentiel, la Section des communiqués de presse a produit des communiqués de presse sur les séances virtuelles du Conseil de sécurité, les résolutions et décisions adoptées par l'Assemblée générale selon la procédure d'approbation tacite et des résumés des débats virtuels de la session de fond du Conseil économique et social.

97. La télévision en ligne des Nations Unies a réorganisé ses activités pendant la pandémie pour continuer de couvrir les séances et réunions du Conseil de sécurité et de l'Assemblée générale, les réunions d'information et d'autres manifestations et de partager les contenus avec les organismes de diffusion du monde entier. Elle a facilité l'enregistrement et la diffusion de messages vidéo du Secrétaire général et d'autres hauts fonctionnaires de l'Organisation.

98. Le Groupe de la diffusion sur le Web a continué de faire circuler des informations sur de multiples plateformes et applications. Durant la période considérée, plus de 30 millions de personnes ont suivi la diffusion en continu, en direct et à la demande, de réunions et manifestations des Nations Unies directement sur le site Web de la télévision en ligne des Nations Unies, la chaîne YouTube de l'ONU et sur Facebook et Twitter. Durant la période considérée, environ 75 000 personnes de plus se sont abonnées à la chaîne YouTube, qui compte au total 700 000 abonnés.

99. Compte tenu de la COVID-19, le Groupe de la diffusion sur le Web a appliqué un plan d'exécution des tâches à distance, diffusant en continu des réunions virtuelles en direct sur la télévision en ligne des Nations Unies et les plateformes de médias sociaux. Il a créé une liste de lecture regroupant environ 200 vidéos de l'ensemble des conférences de presse de l'OMS, des points presse et messages vidéo du Secrétaire général et d'autres manifestations concernant la COVID-19.

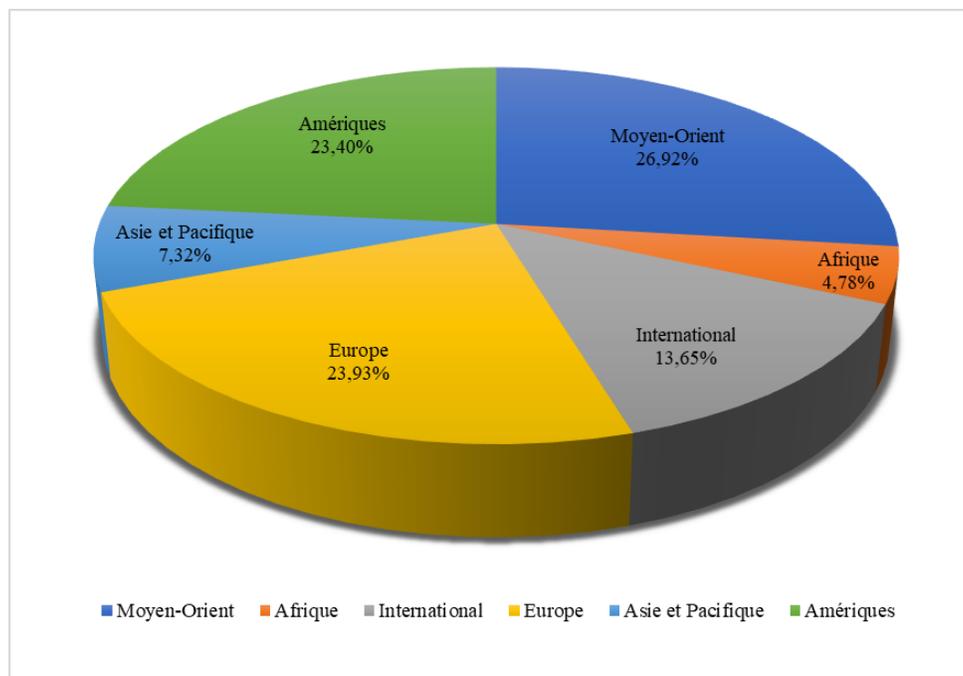
100. Le Groupe des accréditations et de la liaison avec les médias a partagé des informations sur les réunions, manifestations et points presse virtuels avec les membres de la presse et a notamment envoyé une centaine de dépêches au cours du premier semestre de 2020. Il a également fait circuler des comptes rendus, des déclarations et des communiqués de presse émanant d'entités des Nations Unies et d'États Membres. Il a continué de communiquer en permanence avec l'Association des correspondants accrédités auprès des Nations Unies au sujet des effets des mesures liées à la pandémie sur l'accès et les conditions de travail.

## D. Vidéos, télévision et photographies

101. UNifeed demeure un élément fructueux des échanges du Département avec les organismes de diffusion. Il s'agit d'un point de distribution unique pour tous les organes de diffusion du monde désireux d'obtenir des vidéos illustrant les activités que mènent les entités des Nations Unies. Les reportages d'UNifeed ont été diffusés 63 179 fois entre février et juin 2020, soit une hausse de 46 % par rapport à la même période en 2019. En moyenne, les produits d'UNifeed ont été utilisés, chaque mois, par plus de 800 organismes de diffusion, ceux de la région du Moyen-Orient étant les plus nombreux (voir fig. VIII). Les organismes de diffusion internationaux ci-après

utilisent ces produits : CNN, Al-Jazeera, et Africanews, qui couvre 33 pays d'Afrique subsaharienne.

Figure VIII  
**Organismes de diffusion par région**



102. La Section de la vidéo de l'ONU a augmenté sa production de messages du Secrétaire général diffusés sur les plateformes de médias sociaux. Parmi les communiqués de presse et messages vidéo en rapport avec la COVID-19, l'appel du Secrétaire général à un cessez-le-feu mondial a attiré le plus l'attention : il a été vu 1,2 million de fois sur Twitter, 249 000 sur IGTV, 328 000 fois sur Facebook et 122 000 fois sur YouTube.

103. La Section de la vidéo, en collaboration avec le Gouvernement indien et le Programme des Nations Unies pour l'environnement, a réalisé un documentaire sur l'agriculture neutre en carbone en Inde. Des représentants de la Section se sont rendus en République démocratique du Congo pour mettre en lumière les activités du Bureau de la Représentante spéciale du Secrétaire général chargée de la question des violences sexuelles commises en période de conflit et du Haut-Commissariat aux droits de l'homme dans un documentaire partagé avec des partenaires de diffusion dans le cadre du programme L'ONU en action.

104. La Photothèque de l'ONU a satisfait 1 355 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 partout dans le monde. 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.

105. Durant la période considérée, le site Web du Service photographique de l'ONU a enregistré 1 320 750 pages vues et 49 415 photos en haute résolution ont été téléchargées directement sur ce site. En outre, la Photothèque de l'ONU a partagé plus de 55 350 photos. Quelque 4 235 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.

106. La Médiathèque de l'ONU a répondu à 2 248 demandes d'images destinées à la production de sujets d'information quotidiens, de documentaires, de productions en ligne et de programmes éducatifs. Ces demandes ont été formulées par divers clients, notamment des bureaux des Nations Unies, des missions diplomatiques, des médias, des institutions éducatives et culturelles et des producteurs indépendants. On a recensé 242 131 pages vues et 30 300 vidéos visionnées sur le site Web de la Médiathèque. Près de 33 000 fichiers audio et vidéo y ont été téléchargés et distribués à des clients. La Médiathèque a continué de numériser une sélection d'archives audiovisuelles historiques, avec le soutien du Gouvernement omanais. Jusqu'à présent, 35 % de la collection historique de l'Organisation a été numérisée dans le cadre de ce projet.

## **E. Partenaires**

107. Le Département continue d'accorder des licences dans l'ensemble du secteur des médias afin de contribuer à ce que les organismes de diffusion traditionnels, les maisons d'édition en ligne et les nouvelles plateformes diffusent plus largement les contenus produits par l'Organisation. Durant la période considérée, de nouveaux accords de licence ont été conclus avec des organismes de diffusion en Afrique de l'Est, en Afrique australe et aux États-Unis d'Amérique. Pour que les contenus audio, notamment les messages du Secrétaire général et les contenus d'ONU Info relatifs à la pandémie, touchent de nouveaux publics, le Département a conclu des accords avec les plateformes de diffusion audio en ligne Spotify, Castbox et SoundCloud.

## **IX. Soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies et Expo 2020**

### **A. Soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies**

108. Pour le soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies, le Groupe de l'Annuaire des Nations Unies a préparé une publication commémorative intitulée *Achieving our Common Humanity: Celebrating Global Cooperation through the United Nations* (montrons notre humanité commune : célébrons la coopération mondiale grâce à l'ONU). Cet ouvrage est une invitation à participer à une conversation mondiale sur les moyens de surmonter les obstacles pour bâtir un avenir commun placé sous le signe d'une prospérité partagée et d'une planète en bonne santé. Tout en relatant des innovations déterminantes concernant les principes directeurs et accords internationaux, il décrit également comment de tels changements ont amélioré la vie d'êtres humains dans le monde entier, depuis la création de l'ONU jusqu'à la riposte du système des Nations Unies face à la pandémie.

109. Pour garantir que la conversation mondiale engagée dans le cadre du soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation sur l'avenir que les gens veulent au-delà de 2030 soit inclusive, les centres d'information des Nations Unies ont traduit et diffusé l'enquête lancée dans le cadre de cet anniversaire en 60 langues et ont organisé des activités de sensibilisation auprès des gouvernements, de la société civile, des universités et des organisations de jeunes. Le Centre d'information à Harare a facilité l'organisation d'un concert virtuel, diffusé en direct sur Facebook à 40 000 personnes, lors duquel six artistes de renom se sont produits afin d'appeler l'attention sur le soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation ainsi que sur la COVID-19 et

d'autres problèmes planétaires. Le Centre d'information à Beyrouth a organisé des consultations en ligne avec des jeunes au sujet du soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation en arabe, en anglais et en français. Le Centre d'information à Lagos a coordonné le dialogue entre la Vice-Secrétaire générale et des jeunes à l'occasion du soixante-quinzième anniversaire dans les studios de Channels Television Abuja. Le Centre d'information à Canberra a organisé des réunions d'information virtuelles à l'intention d'étudiantes et d'étudiants en Australie.

110. L'initiative Impact universitaire a organisé une série de discussions en ligne pour promouvoir le soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation. Plus d'un millier de personnes se sont inscrites pour y participer et examiner les enjeux décrits dans les documents d'information établis dans le cadre de l'anniversaire et réfléchir au rôle que l'enseignement supérieur peut jouer en vue de résoudre les problèmes mondiaux les plus pressants. Les webinaires ont été programmés à différents horaires pour faciliter la participation dans différentes régions et proposés dans plusieurs langues. On a encouragé les participants à répondre à l'enquête lancée dans le cadre du soixante-quinzième anniversaire de l'ONU, ce que plus de 1 200 d'entre eux ont fait.

## **B. Expo 2020**

111. En raison de la pandémie de COVID-19, le Bureau International des Expositions a décidé de reporter d'un an l'Expo 2020, maintenant prévue du 1<sup>er</sup> octobre 2021 au 31 mars 2022. Ce report permettra au Département de tirer parti des moyens de communication existants choisis avec soin dans l'ensemble du système des Nations Unies pour offrir une expérience plus intéressante lors de l'Expo 2020 à Doubaï (Émirats arabes unis).

## **X. Conclusion**

112. La crise sanitaire mondiale provoquée par la COVID-19 a nettement mis en exergue de nombreux enjeux auxquels la communauté internationale doit faire face : les inégalités de genre, les inégalités économiques et les inégalités en matière d'éducation ; la fracture numérique ; le fléau de la guerre et la façon dont il fait obstacle au développement, notamment à l'accès aux soins de santé ; la crise climatique qui s'aggrave et la manière dont elle contribue à la multiplication et à la propagation des pandémies ; le tsunami d'informations erronées et de désinformation qui met en danger des vies lorsqu'il submerge des informations fiables et les faits. Cela étant, la pandémie a également montré ce qu'il était possible de faire : réduire les émissions de carbone et la pollution atmosphérique dues aux usines et aux véhicules ; s'entraider en agissant de concert avec les voisins ; utiliser les données et l'innovation technologique pour parvenir à des solutions.

113. Alors que l'ONU marque ses 75 ans d'activité, le moment est venu d'examiner ce que l'Organisation, née des cendres d'une guerre mondiale, a accompli depuis sa création mais aussi de réfléchir à ce qui l'attend. Les menaces actuelles sont tout aussi réelles et terribles que celles auxquelles il a fallu faire face en 1945, et seule une action multilatérale concertée permettra de continuer de bâtir un monde plus juste et pacifique. Le Département de la communication globale continue d'évoluer afin de relever ces défis en mettant la communication au service de l'information mais aussi de la sensibilisation et de la mobilisation. En nous adressant directement aux gens dans des langues qu'ils comprennent, à l'aide de médias auxquels ils ont accès et de contenus intéressants et favorisant la participation, nous pouvons contribuer à créer un monde dans lequel chacun s'épanouit dans la paix, la dignité et l'égalité sur une planète en bonne santé.