



FR

CONSEIL DE DIRECTION
107^{ème} session
Rome, 27-29 mai 2026

UNIDROIT 2026
C.D. (107) 28
Original: anglais
avril 2026

**Point n°14 de l'ordre du jour: Stratégie de communication numérique et diffusion
sur les réseaux sociaux**

(préparé par le Secrétariat)

<i>Sommaire</i>	<i>Description des activités entreprises dans le cadre du site Internet et des réseaux sociaux d'UNIDROIT</i>
<i>Action demandée</i>	<i>Le Conseil de Direction est invité à prendre note des activités du Secrétariat, à envisager de soutenir ses initiatives dans ce domaine, et à se prononcer sur la façon d'améliorer la présence numérique de l'Institut</i>
<i>Documents connexes</i>	UNIDROIT 2025 - C.D. (105) 30 ; UNIDROIT 2025 - C.D. (105) 31 ; UNIDROIT 2024 - C.D. (103) 22 ; UNIDROIT 2021 – C.D. (100) B.19 ; UNIDROIT 2021 – C.D. (100) B.23

I. INTRODUCTION

1. Conformément aux objectifs annoncés lors de la 100^{ème} session du Conseil de Direction d'UNIDROIT (2021), la présence numérique d'UNIDROIT continue de jouer un rôle central pour sensibiliser sur l'importance des activités de l'Institut et renforcer l'impact de ses instruments à travers ses deux réseaux numériques: le site Internet et les réseaux sociaux.

II. STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

2. Le Secrétariat met en œuvre la stratégie de communication numérique 2025-2026 dans le but d'accroître la visibilité et le rayonnement de l'Institut à l'échelle mondiale, et de garantir une application cohérente de son identité de marque et de son message sur toutes les plateformes numériques. Cette stratégie s'est développée pour devenir un cadre global de communication numérique qui exploite à la fois les réseaux sociaux et le site Internet afin de refléter l'évolution des besoins de l'Institut.

3. Afin de soutenir la commémoration du Centenaire d'UNIDROIT, le Secrétariat a également mis en œuvre une stratégie de communication numérique dédiée. Parmi les principales initiatives envisagées, l'Institut a développé des produits dérivés et des articles portant le logo du Centenaire, et a publié des directives officielles relatives au logo à l'usage du personnel, des partenaires externes et des collaborateurs, garantissant ainsi une application cohérente et précise de l'identité visuelle d'UNIDROIT sur l'ensemble des supports de communication et de promotion. En outre, une série de dépliants et de documents liés au Centenaire a été préparée en vue d'une publication en ligne, mettant en avant différents aspects de l'histoire, des réalisations et des travaux en cours de l'Institut.

III. SITE INTERNET

4. Le site Internet d'UNIDROIT sert à la fois de principal canal de communication et de source complète d'informations et d'actualités concernant les instruments normatifs de l'Institut et les activités menées dans le cadre de l'exécution de son mandat. Le Secrétariat a continué d'améliorer ses fonctionnalités et de veiller à la cohérence entre les différents domaines de contenu.

5. En outre, une section dédiée au Centenaire a été créée afin de présenter les initiatives et activités prévues. Cette section comprend des informations sur les Comités du centenaire, les axes de travail et les experts impliqués, ainsi que sur des événements tels que des conférences et des ateliers, présentés sous forme de calendrier. Elle propose également un compte à rebours jusqu'à la célébration du Centenaire, ainsi que des contenus mettant en avant les événements à venir et l'histoire d'UNIDROIT. Le système de navigation amélioré, intégré à la stratégie globale de communication numérique, a contribué à l'augmentation du nombre de visiteurs du site Internet et à la participation d'utilisateurs d'horizons divers.

6. En 2025, la majorité des utilisateurs du site Internet d'UNIDROIT provenaient des États-Unis d'Amérique (plus de 20%), de l'Inde (7,5%), puis du Royaume-Uni (7%), de la France et de l'Italie (environ 5%), ainsi que de la Chine (4,5%). Les pages du site les plus consultées concernaient le Programme de bourses d'études, de stages et de recherches d'UNIDROIT, les États membres et les aperçus des instruments. Parmi les instruments d'UNIDROIT, les pages du site les plus consultées étaient celles des Principes d'UNIDROIT relatifs aux contrats du commerce international (Principes d'UNIDROIT) 2016 et les Clauses types, puis la Convention du Cap et ses Protocoles, la Convention de 1995 sur les biens culturels et les Principes relatifs aux actifs numériques et droit privé.

IV. RÉSEAUX SOCIAUX

7. La présence d'UNIDROIT sur les réseaux sociaux continue de croître et le Secrétariat poursuit les objectifs suivants: i) accroître la visibilité d'UNIDROIT auprès du public et la sensibilisation en ligne à ses projets en cours; ii) promouvoir les événements à venir et encourager la participation des parties prenantes concernées; iii) permettre aux chercheurs, aux professionnels invités, aux stagiaires et aux autres parties prenantes de se connecter entre eux et de maintenir un lien avec UNIDROIT; servir de support dynamique pour communiquer avec la communauté mondiale intéressée aux activités d'UNIDROIT; et iv) permettre à UNIDROIT de diffuser largement les postes vacants et les opportunités de stages et de bourses. Il convient de noter qu'UNIDROIT met en œuvre sa stratégie relative aux réseaux sociaux de manière autonome, sans aucune aide extérieure, ce qui n'entraîne donc que des coûts négligeables pour les États membres.

8. UNIDROIT dispose actuellement de comptes sur [LinkedIn](#) (depuis 2016), [Facebook](#) (depuis 2016), [X](#) (anciennement Twitter, depuis 2018) et [YouTube](#) (relancé en 2019).

9. Afin de renforcer davantage sa présence numérique et son rayonnement, le Secrétariat publie régulièrement sur les réseaux sociaux toutes les actualités diffusées sur le site Internet, ainsi que des contenus supplémentaires visant à promouvoir les événements organisés par l'Institut ou en collaboration avec des universités, des organisations internationales affiliées et des partenaires individuels. Il republie également les publications pertinentes des institutions partenaires concernant des initiatives conjointes. Toutes les publications sont accompagnées d'images ou de vidéos pertinentes, produites par UNIDROIT ou issues de ressources libres de droits. En outre, chaque publication comprend un lien vers le site Internet d'UNIDROIT, ce qui contribue à accroître le trafic et le nombre d'utilisateurs.

10. La présence d'UNIDROIT sur YouTube continue de s'étendre, avec la mise en ligne d'enregistrements de présentations données à l'Institut et lors d'événements externes, notamment des conférences, des concours de plaidoirie et des universités d'été, ainsi que du contenu promotionnel sur les instruments et les activités d'UNIDROIT. En 2025, une nouvelle initiative vidéo a été lancée afin d'améliorer l'accessibilité des instruments fondamentaux de l'Institut grâce à des contenus explicatifs courts et structurés. La série de vidéos " *UNIDROIT Instruments Explained*" devrait compter 15 vidéos, dont les cinq premières ont déjà été publiées, notamment des séquences consacrées à la Convention du Cap et au Protocole aéronautique, à la Loi type de la CNUDCI-UNIDROIT sur les récépissés d'entrepôt, au Guide législatif sur la liquidation bancaire, à la Convention de 1995 sur les biens culturels et aux Principes sur les actifs numériques et le droit privé. Quatre autres vidéos sont actuellement en cours de production et seront diffusées dans les mois à venir, tandis que les autres devraient être publiées d'ici la fin de l'année 2026. La chaîne YouTube d'UNIDROIT héberge actuellement 114 vidéos, un nombre qui devrait augmenter considérablement conformément à la stratégie de communication numérique actualisée et au développement de la nouvelle série de vidéos.

V. INDICATEURS DE PERFORMANCE

11. Les trois indicateurs de performance clés pour la stratégie de communication de l'Institut sont i) le nombre d'abonnés; ii) la "portée" du programme des réseaux sociaux (le nombre total de personnes qui consultent les réseaux sociaux d'UNIDROIT) et iii) le nombre de renvois au site Internet d'UNIDROIT. Depuis son lancement, le programme d'UNIDROIT a dépassé les attentes pour les trois principaux indicateurs de performance, comme en témoigne la croissance significative du nombre des abonnés, des taux de participation et des renvois. Au 27 mars 2026, l'Institut comptait plus de 46 000 *followers* sur LinkedIn (contre 38 000 en 2025), 6 500 *followers* sur Facebook (contre 6 200 en 2025), 2 519 *followers* sur X (contre 2 400 en 2025) et 850 abonnés sur YouTube (contre 712 en 2025). Sur LinkedIn, une augmentation de 32% a été observée en termes de participation et de commentaires faits par les *followers*.

12. Les réseaux sociaux d'UNIDROIT ont une portée internationale et couvrent toutes les catégories de population. Au cours des douze derniers mois, le contenu d'UNIDROIT a été affiché sur les flux d'information, plus de 1.280.317 fois sur LinkedIn et près de 107.000 fois sur Facebook. Les réseaux sociaux constituent depuis toujours la plus grande source de renvois pour le site Internet (en dehors des moteurs de recherche). Plus de 5 000 visites ont été effectuées vers le site d'UNIDROIT via ses pages sur les réseaux sociaux, confirmant l'importance de ces réseaux pour la promotion des activités d'UNIDROIT.

13. UNIDROIT poursuit également son programme de stages en communication numérique (anciennement "programme de stages en réseaux sociaux"), qui a été élargi conformément à sa stratégie et à ses activités afin de refléter la portée plus large de ses travaux. En 2025, le programme a accueilli cinq stagiaires qui ont aidé le Secrétariat à produire du contenu pour les canaux numériques de l'Institut, contribuant ainsi à la mise en œuvre de ses stratégies de communication et à la promotion de ses événements et activités.

VI. ACTION DEMANDÉE

14. *Le Conseil de Direction est invité à prendre note des activités du Secrétariat, à envisager de soutenir ses initiatives dans ce domaine, et à se prononcer sur la façon d'améliorer la présence numérique de l'Institut.*