



# Assemblée générale

Distr. générale  
11 avril 2022  
Français  
Original : anglais

## Soixante-dix-septième session

Points 139 et 140 de la liste préliminaire\*

### Projet de budget-programme pour 2023

#### Planification des programmes

## Projet de budget-programme pour 2023

### Titre VII Communication globale

### Chapitre 28 Communication globale

#### Programme 24 Communication globale

## Table des matières

	<i>Page</i>
Avant-propos . . . . .	3
A. Projet de plan-programme pour 2023 et exécution du programme en 2021** . . . . .	4
Orientations générales . . . . .	4
Programme de travail . . . . .	8
Sous-programme 1, Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	8
Sous-programme 2, Services d'information . . . . .	13
Sous-programme 3, Services de diffusion et de partage du savoir . . . . .	17
B. Postes et autres objets de dépense proposés pour 2023*** . . . . .	23
Vue d'ensemble . . . . .	23

\* [A/77/50](#).

\*\* Comme demandé au paragraphe 11 de la résolution [72/266 A](#), la partie consacrée au plan-programme et à l'exécution des programmes est soumise à l'Assemblée générale par l'intermédiaire du Comité du programme et de la coordination.

\*\*\* Comme demandé au paragraphe 11 de la résolution [72/266 A](#), la partie consacrée aux postes et aux objets de dépense autres que les postes est soumise à l'Assemblée générale par l'intermédiaire du Comité consultatif pour les questions administratives et budgétaires.



---

Direction exécutive et administration .....	31
Programme de travail .....	34
Sous-programme 1, Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	34
Sous-programme 2, Services d'information .....	35
Sous-programme 3, Services de diffusion et de partage du savoir .....	36
Appui au programme .....	38
Annexes	
I. Organigramme et répartition des postes pour 2023 .....	40
II. État récapitulatif de la suite donnée aux recommandations formulées par les organes consultatifs et les organes de contrôle .....	43
III. Récapitulatif, par composante et sous-programme, des changements qu'il est proposé d'apporter aux postes .....	45

---

## Avant-propos

Au cours de l'année 2023, les travaux du Département de la communication globale du Secrétariat continueront d'être déterminés par la stratégie de communication globale de l'Organisation des Nations Unies. Le Département a pour mission d'informer le grand public de l'état de notre monde et de l'action que l'ONU mène pour faire changer les choses. Son plus grand défi est d'amener les gens à se sentir concernés et motivés à agir. La stratégie donne la voie à suivre et suit une approche de la communication qui est fondée sur les données et axée sur le public afin de sensibiliser, de susciter l'empathie et de renforcer l'engagement en faveur de l'action, des principes et des buts de l'Organisation.

Le Département adopte une démarche systématique et stratégique qui privilégie la planification préalable, de façon à saisir les meilleurs moments et les meilleures occasions pour avoir un effet sur le public. Cela exige une coordination entre de multiples instances et partenaires de sorte qu'en temps de crise, le système des Nations Unies ait les mêmes messages clés et parle d'une seule voix percutante.

Que ce soit dans le cadre de la pandémie de maladie à coronavirus 2019 (COVID-19), de la crise climatique, des conflits ou de la course à la réalisation des objectifs de développement durable, le Département cherche à asseoir l'Organisation comme une source de contenus fiables, intéressants, précis, et accessibles, au moyen de récits axés sur les personnes, mais aussi sur les solutions. En 2023, les communications mettront en avant à quel point l'action de l'ONU a une portée mondiale et est ancrée dans les valeurs de paix, de justice, de respect, d'égalité, de tolérance et de solidarité. Nous montrerons que nous sommes au service de tous, partout.

La Secrétaire générale adjointe à la communication globale  
(Signé) **Melissa Fleming**

## A. **Projet de plan-programme pour 2023 et exécution du programme en 2021**

### **Orientations générales**

#### **Mandats et considérations générales**

- 28.1 Le Département de la communication globale est chargé de faire connaître au monde entier les idéaux et les activités de l'Organisation des Nations Unies, de dialoguer et de coopérer avec des publics divers et de mobiliser un appui en faveur des buts et principes consacrés par la Charte des Nations Unies. Son mandat découle des priorités arrêtées par l'Assemblée générale dans des résolutions et décisions, dont la résolution 13 (I), la résolution 73/346 sur le multilinguisme et, plus récemment, les résolutions 76/84 A et B sur les questions relatives à l'information. Le monde est en proie à des problèmes graves, complexes et en constante évolution. Par son action de communication, le Département fera connaître les activités de l'ONU à toutes sortes de publics, dans de nombreuses langues et au moyen de multiples plateformes, et favorisera une mobilisation concertée en faveur de toutes les priorités de l'Organisation.

#### **Stratégie et facteurs externes pour 2023**

- 28.2 Le plan-programme d'ensemble pour 2023 tient compte de la stratégie que le Département a lancée pour renforcer l'appui en faveur des travaux et des objectifs de l'ONU en échangeant avec des publics divers et en les encourageant à agir, au moyen de récits percutants et d'une approche mettant l'accent sur les solutions. Pour accomplir la mission dont il est investi, le Département fonde son action sur les principes de base ci-après : une planification stratégique reposant sur la définition des objectifs de communication et des publics cibles ; l'établissement d'étroites relations de travail avec les départements et bureaux organiques du Secrétariat et les entités des Nations Unies, ainsi qu'avec d'autres partenaires essentiels ; l'accès à un public plus large grâce au multilinguisme et au respect de la parité des six langues officielles de l'Organisation lors de la création de supports d'information et de communication, lorsque cela est possible ; le recours ciblé aux nouvelles technologies, tant dans les médias traditionnels que dans les médias sociaux et numériques, le but étant d'assurer une diffusion directe et instantanée de l'information dans le monde entier ; des outils et processus d'évaluation rigoureux permettant de mesurer l'impact des campagnes afin de tirer les enseignements voulus et de réorienter en conséquence les activités du Département.
- 28.3 Dans le cadre de ses sous-programmes, le Département mène des campagnes de communication stratégique destinées à mobiliser et à inspirer le public auquel il s'adresse. Il s'emploie, par l'intermédiaire d'un réseau mondial de centres d'information des Nations Unies intégrés aux bureaux des coordonnateurs résidents des Nations Unies, à atteindre les populations locales et à offrir du contenu pour les plateformes mondiales. Il crée des produits d'information et de communication fiables, objectifs, équilibrés et multilingues qui véhiculent des informations faisant autorité et des récits mettant l'accent sur les solutions. Il mène des activités de sensibilisation sur des questions prioritaires avec l'aide d'un large éventail de partenaires, notamment les États Membres, la société civile, les établissements universitaires, les médias et, en particulier, les jeunes, afin d'accroître les effets des programmes. Il fournit également des informations et des services aux représentants et aux fonctionnaires par l'intermédiaire de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld et favorise la diffusion de connaissances et la communication interne au moyen d'iSeek, l'intranet de l'Organisation. Dans le projet de plan-programme pour 2023, le titre du sous-programme 1, « Services de communication stratégique », est devenu « Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays » afin de mieux correspondre aux travaux du Département.
- 28.4 Le Département continue à accorder, dans ses travaux, une place centrale à l'exactitude, à l'actualité et à la fiabilité des informations qu'il transmet. À une époque où la mésinformation et la haine sont propagées pour favoriser l'intolérance et la discrimination et nuire au discours civil, l'Organisation

s'efforce de faire de ses communications, y compris de ses communications de crise, une source d'informations factuelles fiables qui permettent de faire progresser ses travaux et de promouvoir ses buts et ses principes.

- 28.5 Sachant qu'il faut privilégier l'amélioration continue et répondre aux besoins et aux demandes des États Membres, on a continué de tirer parti de manière systématique, dans le projet de plan-programme pour 2023, des enseignements et des meilleures pratiques concernant les aménagements apportés au programme en raison de la pandémie de maladie à coronavirus (COVID-19). Parmi les exemples d'enseignements et de bonnes pratiques, citons le recours aux technologies modernes permettant de tenir des manifestations en ligne, ou selon des modalités hybrides, aux fins de l'exécution des programmes. En 2021, ces manifestations comprenaient le Séminaire international 2021 des médias sur la paix au Moyen-Orient, le programme de formation 2021 destiné aux journalistes palestiniens, l'Espace médias Objectifs de développement durable lors de l'ouverture de la soixante-seizième session de l'Assemblée générale, les « COP26 Dialogues », diffusés sur la plateforme du Studio des objectifs de développement durable, et la sixième édition de la formation à la communication sur l'exploitation et les atteintes sexuelles à l'intention des hauts fonctionnaires des organismes, fonds et programmes des Nations Unies et des opérations de paix. En l'absence des activités bénévoles et des activités éducatives en présentiel traditionnellement menées pour marquer la Journée internationale Nelson Mandela, le Département a lancé à cette occasion un défi spécial dans le cadre de la campagne Agissons. Autre exemple, l'*Annuaire des Nations Unies* n'est désormais plus publié. Sur la base d'un examen en cours des produits de communication, l'*Annuaire*, une publication produite uniquement en anglais et dont la portée est limitée, sera remplacé par un site Web qui renvoie directement aux ressources pertinentes de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld. Il est cependant supposé que les conditions opérationnelles se sont améliorées et que les activités prescrites pourront être menées à bien selon les modalités en vigueur par le passé, et qu'il y aura donc davantage de possibilités de communiquer directement avec les principales parties prenantes et les partenaires, ce qui se traduira par de meilleurs résultats. Toute modification apportée aux produits prévus sera conforme aux objectifs, aux stratégies et aux mandats et il en sera rendu compte dans la partie consacrée à l'exécution du programme.
- 28.6 En ce qui concerne la coopération avec d'autres entités aux niveaux mondial, régional, national et local, le Département collaborera avec de multiples partenaires, notamment la société civile, les États Membres, les organisations non gouvernementales, les établissements universitaires, les médias et le secteur privé. Il appliquera son approche stratégique et rationnelle des partenariats, afin de se donner les moyens de transmettre son message de manière plus ciblée et de diverses manières à un public encore plus large, en particulier aux jeunes.
- 28.7 En ce qui concerne la coordination et la liaison interorganisations, en tant que secrétariat du Groupe de la communication des Nations Unies et de ses équipes spéciales thématiques, le Département continuera de renforcer la coordination des activités de communication, y compris la communication de crise, dans l'ensemble du système des Nations Unies, notamment par l'intermédiaire des groupes des Nations Unies chargés de la communication aux niveaux national et régional, afin d'harmoniser les messages portant sur telle ou telle question et d'en renforcer ainsi l'impact. Il renforcera également la coordination en intégrant les centres d'information des Nations Unies aux bureaux des coordonnateurs résidents, dans le cadre de la réforme du système des Nations Unies pour le développement. Les membres du personnel du Département œuvrant sur le terrain remplissent les fonctions d'agents de communication et de conseillers auprès des coordonnateurs résidents et travaillent sous la supervision directe de ces derniers. Dans le cadre du processus d'intégration, le Service des centres d'information continuera de collaborer avec le Bureau de la coordination des activités de développement pour fournir un appui en matière de communication stratégique aux coordonnateurs résidents dans les pays qui n'ont pas de centre d'information, afin d'étendre la portée des activités du Département.
- 28.8 En ce qui concerne les facteurs externes, les hypothèses ci-après ont été retenues lors de l'établissement du plan d'ensemble pour 2023 :

- a) toutes les parties prenantes et tous les partenaires s'acquittent des responsabilités et obligations que leur imposent les accords de prestation de services et les partenariats ;
  - b) l'accès des publics cibles aux programmes, produits et services n'est pas limité par des problèmes techniques ou des problèmes de sécurité ni par l'état des infrastructures.
- 28.9 Le Département prend en compte les questions de genre dans ses activités opérationnelles, ses produits et ses résultats, selon qu'il convient. Grâce à ses orientations stratégiques en matière de communication, ces questions sont systématiquement intégrées de façon concrète aux activités du Département. Par exemple, celui-ci s'attachera à assurer une présence équilibrée des femmes et des hommes dans l'ensemble de ses produits, campagnes, manifestations et activités, et à dresser un portrait multidimensionnel de chacune des personnes qu'il met en lumière. Il offrira des perspectives différentes, notamment en faisant de la représentation et de la participation des femmes un thème prioritaire de ses communications, afin que l'ensemble de ses produits médiatiques, campagnes et efforts de sensibilisation tiennent compte des questions de genre et favorisent l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes.
- 28.10 Conformément à la Stratégie des Nations Unies pour l'inclusion du handicap, le Département mettra à profit son réseau de personnes référentes pour mettre au point une approche commune et coordonnée de la mise en œuvre des mandats pertinents de l'Assemblée générale et rendre les services et les activités de l'Organisation accessibles aux personnes handicapées. Les personnes référentes continueront de concourir à l'exécution de la Stratégie dans le domaine des communications, notamment en fixant des normes d'accessibilité pour les sites Web de l'ONU et en offrant un appui en matière de communication interne par l'intermédiaire d'iSeek, l'intranet de l'Organisation.

## Exécution du programme en 2021

### Conséquences de la pandémie

- 28.11 La poursuite de la pandémie en 2021 a eu des conséquences sur l'exécution des mandats, en particulier pour les centres d'information des Nations Unies, où plusieurs manifestations en présentiel ont été annulées ou limitées. La participation des centres d'information aux conférences Simul'ONU, par exemple, a certes légèrement augmenté par rapport à 2020, mais elle s'est limitée à 35 manifestations contre plus de 120 avant la pandémie. L'action éducative en général a également subi les effets de la pandémie : le nombre de séances d'information, d'ateliers et de tables rondes a diminué de moitié depuis 2019. Les mesures prises face à cette situation ont essentiellement consisté à transférer les activités en ligne, où environ 700 activités ont été menées par les centres d'information en 2021. Dans le cadre du sous-programme 2, un nombre limité de représentants des médias ont été autorisés à accompagner les chefs d'État et de gouvernement pendant la semaine de réunions de haut niveau de l'Assemblée générale. Plusieurs producteurs de vidéos et d'émissions ont été autorisés à voyager pour produire des contenus originaux et couvrir la vingt-sixième session de la Conférence des parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et la réunion de haut niveau organisée à l'occasion du vingtième anniversaire de la déclaration de Durban. En outre, pour aider les États Membres à faire face aux problèmes liés à la pandémie, le Département s'est fondé sur ses objectifs d'ensemble et a continué, dans ses produits sur les différentes questions, de mettre l'accent sur la nécessité d'une transition juste et d'une reprise durable après la crise sanitaire, en vue de rétablir l'équilibre avec la nature, de faire face à l'urgence climatique, de réduire les inégalités et de veiller à ce que personne ne soit laissé pour compte. La question de l'accès au vaccin a été particulièrement mise en avant dans les activités de communication de l'ONU, notamment dans le cadre de la campagne « Verified », visant à lutter contre la désinformation. Les centres d'information des Nations Unies ont continué de prêter un appui aux bureaux des coordonnateurs résidents, à l'Organisation mondiale de la Santé et aux autres organismes représentés dans les équipes de pays des Nations Unies en adaptant aux conditions locales les messages relatifs à la COVID-19.

## Textes des organes délibérants définissant les mandats

28.12 On trouvera ci-après la liste des mandats définis pour le programme.

### Résolutions de l'Assemblée générale

13 (I)	Organisation du Secrétariat	75/23	Programme d'information spécial sur la question de Palestine du Département de la communication globale du Secrétariat
168 (II)	Journée des Nations Unies		
423 (V)	Journée des droits de l'homme	75/80	Programme d'information des Nations Unies sur le désarmement
32/40 B	Question de Palestine		
35/201	Programme de stages de journalisme Reham Al-Farra	76/68	Suite donnée à la Déclaration et au Programme d'action en faveur d'une culture de paix
36/67	Année internationale de la paix et Journée internationale de la paix	76/84 A	Questions relatives à l'information : l'information au service de l'humanité
54/134	Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes	76/84 B	Questions relatives à l'information : politiques et activités de l'Organisation des Nations Unies en matière de communication globale
57/7	Examen et évaluation finals du nouvel Ordre du jour des Nations Unies pour le développement de l'Afrique dans les années 90 et appui au Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique	76/104	Diffusion d'informations sur la décolonisation
57/129	Journée internationale des Casques bleus des Nations Unies	76/142	Suite donnée à la quatrième Conférence mondiale sur les femmes et application intégrale de la Déclaration et du Programme d'action de Beijing et des textes issus de la vingt-troisième session extraordinaire de l'Assemblée générale
60/7	Mémoire de l'Holocauste		
60/225	Aide aux survivants du génocide de 1994 au Rwanda, en particulier aux orphelins, aux veuves et aux victimes de violences sexuelles	76/226	Appel mondial à une action concrète pour l'élimination du racisme, de la discrimination raciale, de la xénophobie et de l'intolérance qui y est associée et pour l'application intégrale et le suivi de la Déclaration et du Programme d'action de Durban
62/122	Mémorial permanent en souvenir des victimes de l'esclavage et de la traite transatlantique des esclaves		
64/13	Journée internationale Nelson Mandela		

## Produits

28.13 On trouvera dans le tableau 28.1 les produits de portée générale retenus pour le programme.

Tableau 28.1

### Produits de portée générale retenus pour la période 2021-2023, par catégorie et sous-catégorie

Catégorie et sous-catégorie	Produits prévus : 2021	Produits livrés : 2021	Produits prévus : 2022	Produits prévus : 2023
<b>A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts</b>				
<b>Services fonctionnels pour les réunions</b> (nombre de réunions de trois heures)	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Réunions ou séances :				
1. Comité consultatif pour les questions administratives et budgétaires	1	1	1	1
2. Comité du programme et de la coordination	1	1	1	1
3. Cinquième Commission	1	1	1	1

## Activités d'évaluation

- 28.14 L'évaluation de la stratégie de communication globale était en cours en 2021 et ses résultats préliminaires ont orienté l'établissement du plan-programme pour 2023.
- 28.15 Il a été tenu compte des résultats et des enseignements de l'évaluation mentionnée plus haut au moment de l'établissement du projet de plan-programme pour 2023. Par exemple, en réponse aux informations sur les incidences du référencement sur Google, YouTube et Instagram de la campagne Agissons, conformément à la stratégie de communication globale, des objectifs de croissance ambitieux concernant les initiatives individuelles enregistrées ont été inclus dans le projet de plan-programme pour 2023.
- 28.16 Il est prévu de procéder en 2023 à une évaluation de la mise en œuvre du multilinguisme au Département.

## Programme de travail

### Sous-programme 1

#### Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays

#### Objectif

- 28.17 L'objectif auquel le sous-programme contribue consiste à mobiliser le public et à renforcer l'engagement en faveur de l'action, des principes et des buts de l'Organisation des Nations Unies.

#### Stratégie

- 28.18 Pour contribuer à la réalisation de l'objectif, dans le cadre du sous-programme, le Département fera ce qui suit :
- a) mener des campagnes de communication sur les priorités de l'ONU, en particulier le développement durable, les changements climatiques, la paix et la sécurité et les droits humains, dans le cadre de la stratégie de communication globale de l'Organisation et au moyen de divers outils de communication, notamment des messages ciblés, des contenus axés sur des questions précises et des récits inspirants, le but étant de mettre en avant les solutions et les succès et de créer une dynamique propice à l'action. Les effets et les avancées des travaux accomplis par l'Organisation seront mis en avant et relayés par le Groupe de la communication des Nations Unies, qui coordonnera les activités de communication dans l'ensemble du système des Nations Unies ;
  - b) promouvoir les priorités de l'ONU en matière de communication stratégique par l'intermédiaire des centres d'information des Nations Unies en élaborant des contenus multimédias à l'appui de messages et de campagnes de communication ciblés et localisés ;
  - c) prodiguer des conseils en matière de communication stratégique et de communication de crise aux bureaux des coordonnateurs résidents et aux équipes de pays des Nations Unies dans leurs régions respectives ;
  - d) fournir des informations sur les problèmes liés à la COVID-19 moyennant l'élaboration et la promotion de contenus permettant de lutter contre la désinformation, de renforcer la confiance dans les messages de santé et la vaccination et de favoriser le processus actuel de relèvement menant vers une planète plus égalitaire, plus inclusive, plus durable, plus sûre et plus saine.
- 28.19 Le travail qui sera ainsi effectué devrait avoir les résultats suivants :
- a) une meilleure connaissance et une participation accrue des populations cibles dans le monde entier et de nouvelles initiatives à l'appui des priorités de l'ONU ;

- b) des campagnes de communication de portée mondiale, disponibles dans les langues et sur les plateformes utilisées par les publics cibles, de façon à produire plus d'effets.

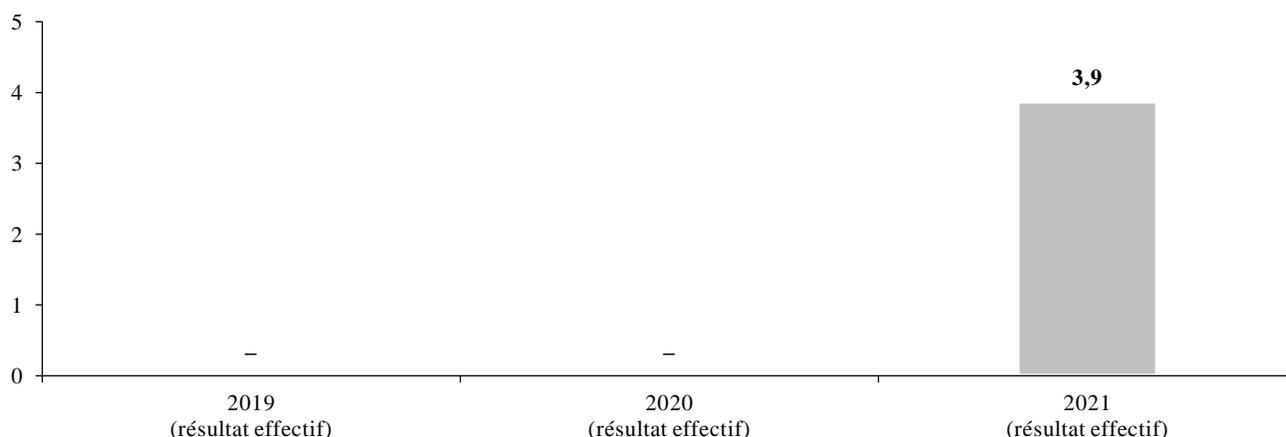
### Exécution du programme en 2021

**La séance « Coup de projecteur sur les objectifs de développement durable » a confirmé que le Programme de développement durable à l'horizon 2030 n'avait rien perdu de sa pertinence**

- 28.20 Dans le cadre du sous-programme, le Département a créé une plateforme multilingue et des contenus pour les médias sociaux sur la manifestation « Coup de projecteur sur les objectifs de développement durable » qui a marqué le début du débat de haut niveau de la soixante-seizième session de l'Assemblée générale et a suscité de nombreuses réactions parmi le grand public. Il a également lancé la campagne « Keeping the Promise » (Tenir ses promesses), qui a pour objet d'inciter les personnes du monde entier à contribuer à l'avènement d'un monde meilleur pour tous. Les participants étaient invités à choisir parmi 11 promesses inspirées des objectifs de développement durable et à partager leur promesse sur les médias sociaux, afin d'encourager d'autres personnes à faire de même.
- 28.21 Dans le cadre du sous-programme et en coordination avec le Cabinet de la Vice-Secrétaire générale, le Département a mis à profit la présence du groupe de pop coréenne BTS à la séance « Coup de projecteur sur les objectifs de développement durable » au début de la soixante-seizième session de l'Assemblée générale, en leur qualité d'envoyés spéciaux du Président de la République de Corée. BTS a participé à la campagne « Keeping the Promise » et a partagé sa promesse sur les médias sociaux, ce qui a permis de renforcer la visibilité globale de la campagne. Au total, plus de 115 000 promesses ont été partagées. Le Coup de projecteur a touché de nouveaux publics dans le monde et généré le plus grand nombre de consultations recensées sur l'ensemble des comptes de médias sociaux de l'ONU au cours des deux dernières années. Toutes plateformes et langues confondues, plus de 100 messages ont été publiés, ce qui a donné lieu à près de 3,9 millions d'interactions. Ce résultat montre l'avantage qu'il y a à exploiter les médias sociaux dès les premières étapes de la planification des campagnes, ainsi qu'à inviter des collaborateurs de haut niveau à participer aux activités de l'ONU sur les médias sociaux.
- 28.22 Les progrès concernant l'objectif sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.I).

Figure 28.I  
**Mesure des résultats : nombre d'actes de participation des utilisateurs dans le cadre de la séance « Coup de projecteur sur les objectifs de développement durable »**

(En millions)



## Résultats escomptés pour 2023

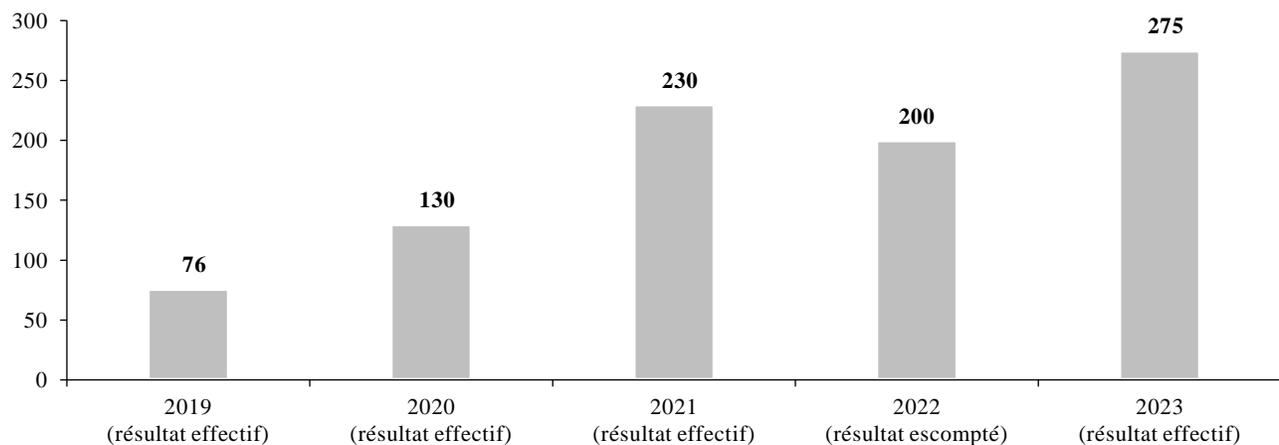
### Résultat 1 : mobilisation des médias en vue de la mise en œuvre des objectifs de développement durable

#### Exécution du programme en 2021 et cible pour 2023

- 28.23 Le travail effectué dans le cadre du sous-programme a facilité l'exécution de stratégies de communication ciblées sur les objectifs de développement durable auprès de divers médias, ce qui a entraîné l'adhésion de 100 nouveaux membres au Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable en 2021, soit un total de 230 membres, et a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 150 membres au total.
- 28.24 Les progrès concernant l'objectif, de même que la cible pour 2023, sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.II).

Figure 28.II

#### Mesures des résultats : nombre de membres du Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable (résultat cumulé)



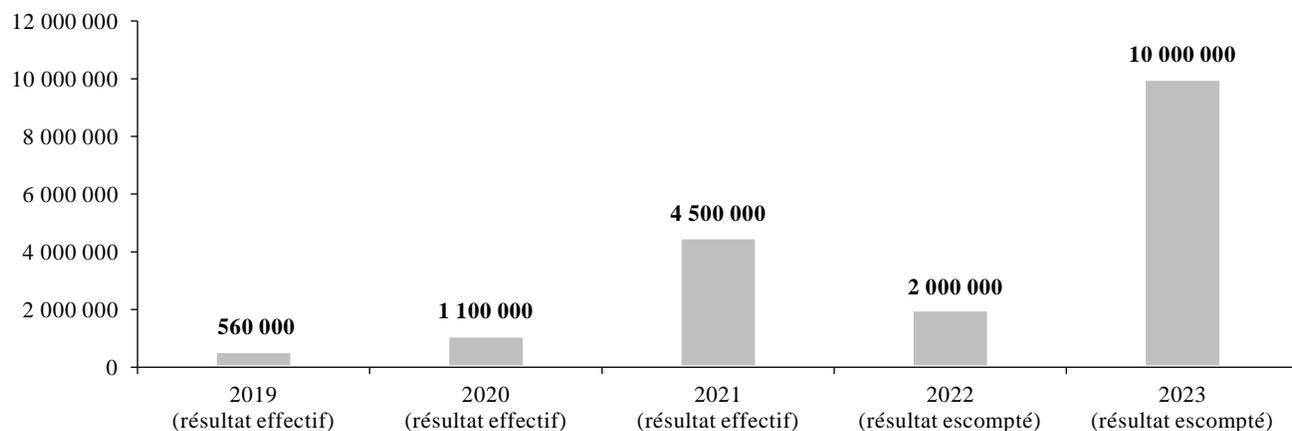
### Résultat 2 : renforcement de la lutte contre les changements climatiques

#### Exécution du programme en 2021 et cible pour 2023

- 28.25 Le travail effectué dans le cadre du sous-programme a facilité une meilleure compréhension et une plus grande participation du public concernant l'action climatique, notamment grâce à la campagne Agissons, ce qui a donné lieu à l'enregistrement de 3,4 millions d'initiatives individuelles en 2021, soit un total de 4,5 millions d'initiatives enregistrées à la fin de l'année, et a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 1,5 million d'initiatives climatiques enregistrées.
- 28.26 Les progrès concernant l'objectif, de même que la cible pour 2023, sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.III).

Figure 28.III

**Mesure des résultats : nombre d'initiatives prises pour le climat enregistrées sur le site Web ou dans l'application de la campagne Agissons (résultat cumulé)**



**Résultat 3 : renforcement de la mobilisation du grand public à l'échelle mondiale en ce qui concerne les thèmes prioritaires de l'ONU**

**Projet de plan-programme pour 2023**

28.27 Les médias sociaux sont de plus en plus utilisés pour mieux faire connaître les thèmes prioritaires de l'ONU au public, accroître la mobilisation de ce dernier et maximiser la portée et les effets obtenus. À cette fin, dans le cadre du sous-programme, des ressources numériques ciblées sont mises au point afin de toucher les populations du monde entier.

*Enseignements tirés et changements prévus*

28.28 L'enseignement tiré est le suivant : on a pris conscience qu'il fallait élaborer des ressources numériques ciblées et donner une place centrale aux médias sociaux dans toutes les stratégies de campagne, dès la phase de planification, afin d'accroître les effets et la portée des campagnes du Département sur les thèmes prioritaires. Ceux-ci sont notamment : les objectifs de développement durable ; l'action climatique ; la Déclaration et le Programme d'action de Durban sur la lutte contre le racisme, l'intolérance et la discrimination ; la paix et la sécurité ; l'exploitation et les atteintes sexuelles ; les droits humains.

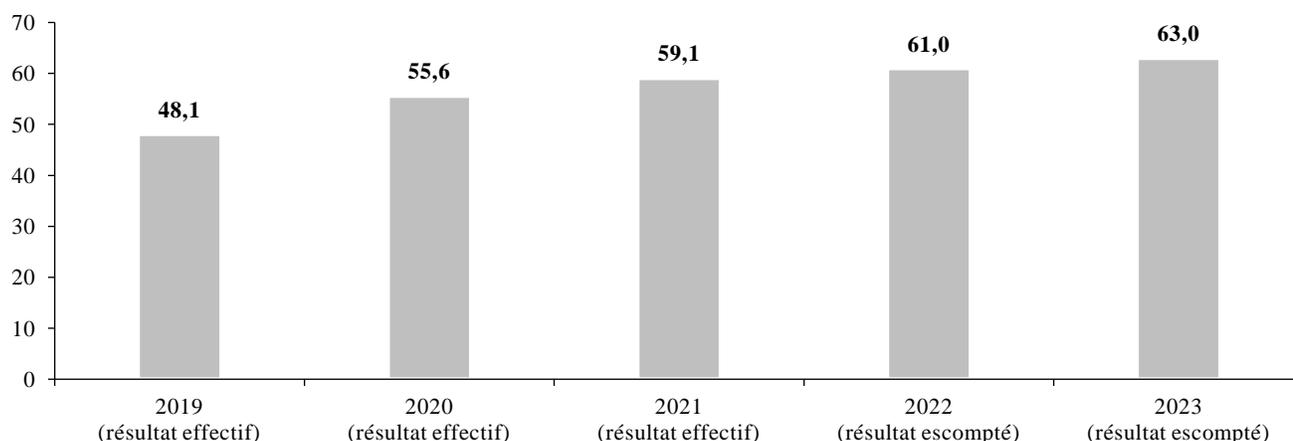
28.29 Compte tenu de cet enseignement, dans le cadre du sous-programme, on renforcera les campagnes auprès des pays cibles et l'unité linguistique concernée de l'équipe des médias sociaux donnera des conseils sur les messages, les plateformes et les personnalités influentes qui permettraient d'élargir la portée aux populations du monde entier. Les partenaires et les soutiens seront recensés en vue d'élargir les campagnes de l'ONU sur les médias sociaux et prendront part à la phase de planification. La compréhension des questions sociales et le suivi des conversations et de l'activisme autour des principaux domaines d'intervention de l'Organisation, notamment les commentaires des utilisateurs, permettront d'éclairer en permanence l'orientation des campagnes et de les réorienter si nécessaire. En adoptant une démarche souple, stratégique et axée sur les données, le Département vise à maximiser les effets obtenus et la portée, ce qui se traduit par une augmentation du nombre d'abonnés sur les comptes de l'ONU.

28.30 Les progrès escomptés concernant l'objectif sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.IV).

Figure 28.IV

**Mesure des résultats : nombre d'abonnés sur l'ensemble des médias sociaux**

(En millions)

**Produits**

28.31 On trouvera dans le tableau 28.2 les produits retenus pour le sous-programme.

Tableau 28.2

**Sous-programme 1 : produits retenus pour la période 2021-2023, par catégorie et sous-catégorie**

<i>Catégorie et sous-catégorie</i>	<i>Produits prévus : 2021</i>	<i>Produits livrés : 2021</i>	<i>Produits prévus : 2022</i>	<i>Produits prévus : 2023</i>
<b>A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts</b>				
<b>Documentation destinée aux organes délibérants</b> (nombre de documents)	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
1. Rapport destiné à l'Assemblée générale sur la diffusion d'informations sur la décolonisation	1	1	1	1
<b>B. Création et transfert de connaissances</b>				
<b>Séminaires, ateliers et activités de formation</b> (nombre de jours)	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
2. Programme de formation à l'intention des services de radiodiffusion et des journalistes palestiniens	24	21	24	24
3. Séminaire international des médias sur la paix au Moyen-Orient	2	2	2	2
<b>D. Activités de communication</b>				
<b>Programmes d'information, manifestations spéciales et supports d'information</b> : campagnes de communication et manifestations et programmes de sensibilisation stratégiques par l'intermédiaire des bureaux extérieurs du Département, touchant les populations locales grâce à des conférences, à des expositions et à l'organisation de plus de 100 conférences Simul'ONU sur des questions prioritaires ou de manifestations spéciales des Nations Unies, avec des publics cibles (par exemple, la société civile, les jeunes, les universités, les gouvernements et le secteur privé) et dans plus de 120 langues.				
<b>Relations extérieures et relations avec les médias</b> : conférences de presse, exposés et tables rondes sur les priorités, les activités, les manifestations, les publications, les rapports et les résultats des négociations ou d'autres activités des Nations Unies ; campagnes dans les médias (entretiens et articles d'opinion) ; partenariats stratégiques avec des établissements d'enseignement, les médias, la société civile, le secteur privé, la communauté artistique et d'autres partenaires ; production de programmes de radio et de télévision.				
<b>Plateformes numériques et contenus multimédias</b> : comptes officiels de médias sociaux, campagnes et sites Web multilingues gérés par les centres d'information des Nations Unies.				

## **Sous-programme 2 Services d'information**

### **Objectif**

- 28.32 L'objectif auquel le sous-programme contribue consiste à mobiliser le public et à renforcer l'engagement en faveur de l'action, des principes et des buts de l'Organisation des Nations Unies.

### **Stratégie**

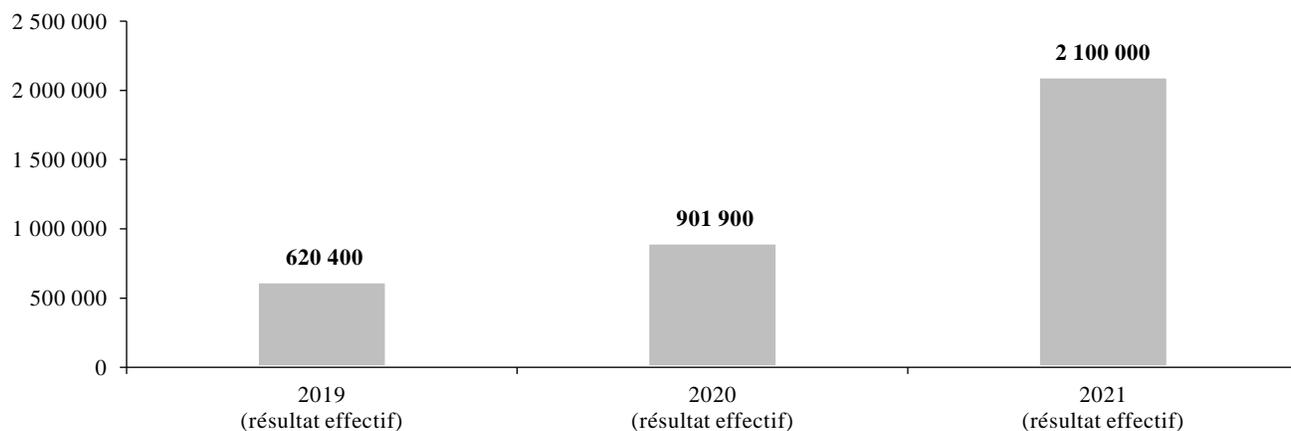
- 28.33 Pour contribuer à la réalisation de l'objectif, dans le cadre du sous-programme, le Département fera ce qui suit :
- a) publier en temps voulu des actualités et des informations exactes, objectives et nuancées ;
  - b) produire des actualités et d'autres produits d'information (documents écrits, audiovisuels et photographiques) adaptés à chaque destinataire ;
  - c) fournir des services aux médias et à d'autres utilisateurs, en recourant notamment aux systèmes de diffusion sur Internet et sur appareil mobile les plus récents, l'accent étant mis sur le multilinguisme dès le stade de la planification.
- 28.34 Le travail qui sera ainsi effectué devrait avoir les résultats suivants :
- a) une augmentation du nombre de personnes utilisant les produits et services du sous-programme ;
  - b) une sensibilisation et une participation accrues du public aux travaux menés par l'Organisation grâce à des contenus plus conviviaux et plus diversifiés et à un éventail plus large d'options (des médias traditionnels aux médias sociaux) pour les différents publics.

## **Exécution du programme en 2021**

### **Élargissement du public grâce à la chaîne YouTube de l'ONU**

- 28.35 En 2021, dans le cadre du sous-programme, le Département a continué d'élargir le public cible grâce à la chaîne YouTube officielle où l'ONU diffuse des vidéos en direct, qui est passée de 901 900 abonnés en 2020 à 2,1 millions en 2021. Il a envoyé des notifications à un plus grand nombre de personnes et a constaté que les gens connaissaient manifestement la chaîne et étaient intéressés par son contenu. De 2019 à aujourd'hui, les vidéos de la chaîne ont été visionnées plus de 205,4 millions de fois, soit plus de 11,5 millions d'heures de visionnage. Le public comprend des nationaux de tous les États Membres. Pendant le débat de haut niveau de la soixante-seizième session de l'Assemblée générale, qui comprenait le débat général, ainsi que d'autres manifestations, la majorité du public – environ 60 % – était composée de personnes âgées de 18 à 35 ans.
- 28.36 Les progrès concernant l'objectif sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.V).

Figure 28.V

**Mesure des résultats : nombre d'abonnés à la chaîne YouTube mondiale de l'ONU (résultat cumulé)****Résultats escomptés pour 2023****Résultat 1 : contenus multimédias en un coup d'œil****Exécution du programme en 2021 et cible pour 2023**

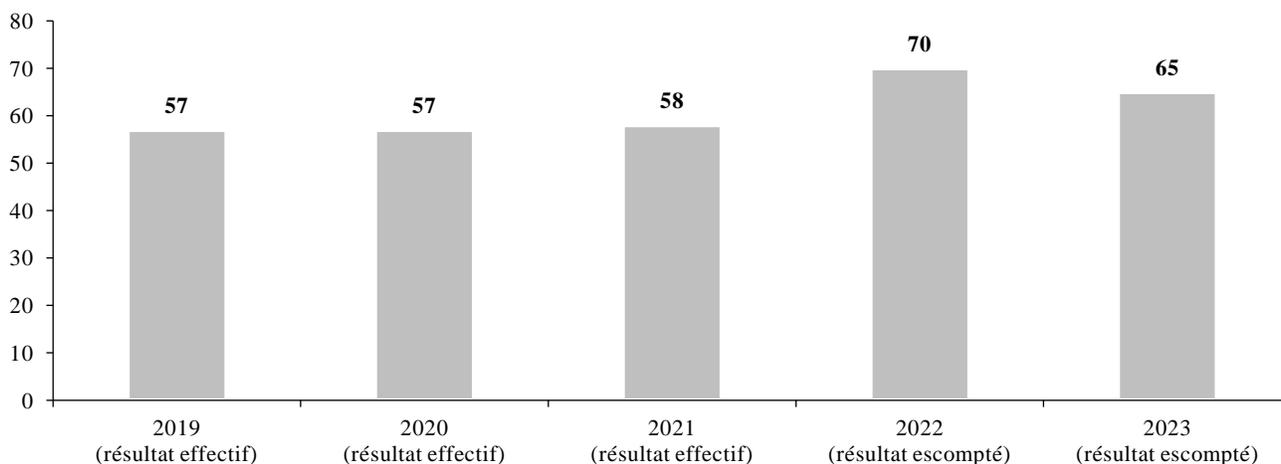
28.37 Le travail effectué dans le cadre du sous-programme a contribué au lancement d'un nouveau site Web pour la télévision en ligne des Nations Unies et à la création d'une plateforme mettant à disposition des visiteurs des supports audiovisuels (audio, vidéo et photo) à partir d'un seul site Web, ce qui a permis aux utilisateurs de visionner 58 millions de minutes de vidéos à la demande, mais n'a donc pas permis d'atteindre la cible fixée, à savoir 70 millions de minutes de vidéos à la demande visionnées. La cible n'a pas été atteinte car le nombre de réunions et de manifestations tenues au Siège de l'Organisation en 2021 a été moins élevé que prévu, en raison de la COVID-19, et le Département a produit moins de vidéos qu'escompté.

28.38 Les progrès concernant l'objectif, de même que la cible pour 2023, sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.VI).

Figure 28.VI

**Mesure des résultats : durée de visionnage des vidéos à la demande par an**

(En millions de minutes)



**Résultat 2 : attention accrue aux changements climatiques**

**Exécution du programme en 2021 et cible pour 2023**

- 28.39 Le travail effectué dans le cadre du sous-programme a facilité la création de contenus multimédias axés sur le public et consacrés aux changements climatiques, notamment des commentaires explicatifs, des listes, un bulletin d’information sur le climat et une série de podcasts intitulée « No Denying It ». En conséquence, on a enregistré 1,2 million de pages vues (avec une augmentation de 65 % au cours de la vingt-sixième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques). Un système d’étiquetage a été mis en place pour recueillir des données de base afin de mesurer l’intérêt pour chaque thème, ce qui a permis d’atteindre la cible fixée.
- 28.40 Les progrès concernant l’objectif, de même que la cible pour 2023, sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir le tableau 28.3).

Tableau 28.3

**Mesure des résultats**

2019 (résultat effectif)	2020 (résultat effectif)	2021 (résultat effectif)	2022 (résultat escompté)	2023 (résultat escompté)
Accès aux nouvelles de dernière heure sur les changements climatiques	Accès aux nouvelles de dernière heure sur les changements climatiques, y compris à des reportages, des commentaires explicatifs et des contenus axés sur la sensibilisation en fonction de l’intérêt du public	Contenus multimédias consacrés aux changements climatiques de plus en plus consultés ; mise en place d’un système d’étiquetage permettant de recueillir des données de base afin de mesurer l’intérêt pour chaque thème	Augmentation de 25 % des acteurs utilisant des nouvelles concernant l’action climatique	Augmentation de 30 % de la fréquentation liée aux produits et aux plateformes d’information sur l’action climatique

**Résultat 3 : élargissement de l’accès à ONU Info**

**Projet de plan-programme pour 2023**

- 28.41 Dans le cadre du sous-programme, on a constaté un changement notable dans la façon dont les visiteurs du site Web visionnaient le contenu : ils délaissent les ordinateurs de bureau au profit des appareils mobiles. En 2020, ce phénomène était en partie imputable à la pandémie, mais le changement s’est pérennisé et les nouveaux utilisateurs et visiteurs ainsi que les visiteurs revenant sur le site montrent une préférence marquée pour le visionnage sur appareil mobile. Cette évolution a conduit à la refonte en 2021 de la page d’accueil d’ONU Info et à la création de contenus, notamment pour la version mobile du site.

*Enseignements tirés et changements prévus*

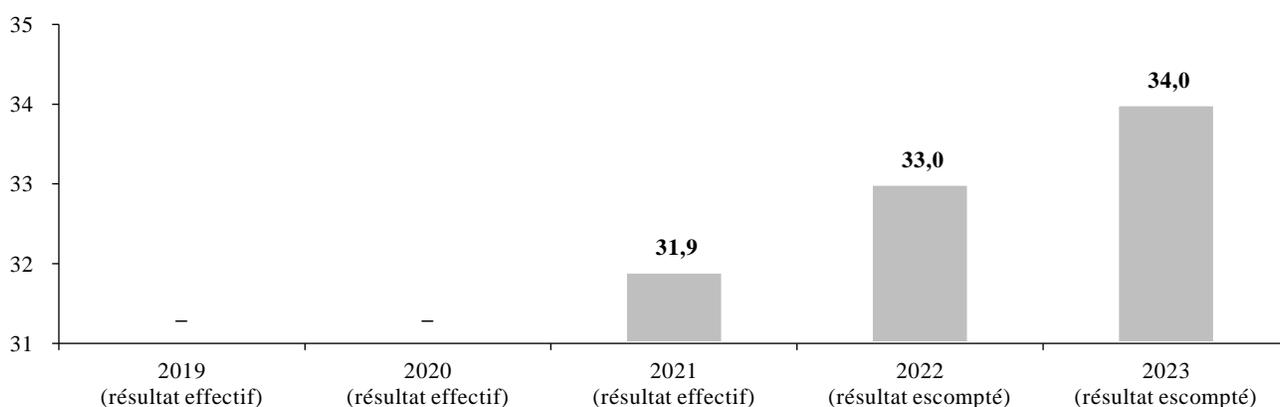
- 28.42 L’enseignement tiré du sous-programme est le suivant : l’augmentation du nombre de visiteurs accédant à ONU Info, en particulier sur des appareils mobiles, exigera des investissements supplémentaires pour améliorer et mettre à niveau l’application mobile existante UN News Reader afin d’offrir des fonctionnalités et des paramètres supplémentaires aux utilisateurs et d’attirer davantage d’utilisateurs aux niveaux mondial et régional.

- 28.43 Compte tenu de cet enseignement, dans le cadre du sous-programme, on s’alignera sur les meilleures pratiques, par exemple en matière de visionnage sur appareil mobile d’ONU Info et de méthodes de diffusion, en modifiant les formats des articles pour répondre à l’évolution des préférences du public régional et en adaptant le contenu pour attirer les jeunes qui utilisent des appareils mobiles. En outre, on pourrait renforcer l’optimisation du moteur de recherche afin de faciliter l’accès des utilisateurs à ONU Info sur diverses plateformes. Cette démarche devrait se traduire par un taux d’interaction plus élevé et par un nombre croissant d’utilisateurs accédant au site web d’ONU Info.
- 28.44 Les progrès escomptés concernant l’objectif sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.VII).

Figure 28.VII

**Mesure des résultats : augmentation de la fréquentation du site Web remanié d’ONU Info**

(En millions d’utilisateurs)



**Produits**

- 28.45 On trouvera dans le tableau 28.4 les produits retenus pour le sous-programme.

Tableau 28.4

**Sous-programme 2 : produits retenus pour la période 2021-2023, par catégorie et sous-catégorie**

*Catégorie et sous-catégorie*

**D. Activités de communication**

**Relations extérieures et relations avec les médias** : accréditation et services concernant 1 100 membres des médias couvrant les réunions des Nations Unies ; couverture des réunions intergouvernementales ; publication et diffusion en ligne des discours et déclarations du Secrétaire général et de la Vice-Secrétaire générale et des transcriptions des rencontres du Secrétaire général avec la presse ; couverture photographique des réunions des principaux organes intergouvernementaux et des activités du Secrétaire général, de la Vice-Secrétaire générale et du Président ou de la Présidente de l’Assemblée générale.

**Plateformes numériques et contenus multimédias** : contenus multimédias (audio, vidéo et texte) dans les six langues officielles et trois langues non officielles (hindi, swahili et portugais) diffusés tous les jours sur de multiples plateformes et canaux, y compris en ligne et sur les médias sociaux, et dans le cadre de partenariats avec des organes de presse externes ; site Internet principal des Nations Unies (y compris la page d’accueil) et 206 sites consacrés aux journées commémoratives des Nations Unies et aux grandes campagnes mondiales dans les six langues officielles ; assistance aux entités des Nations Unies pour que leurs sites Web soient multilingues (quelque 42 sites Web) ; couverture télévisuelle en direct, dont des flux en direct, et mise en ligne de retransmissions à la demande de réunions intergouvernementales et d’autres manifestations dignes d’intérêt se déroulant au Siège, comme le Studio des objectifs de développement durable ; fourniture de services de médiathèque aux représentants, aux médias et autres.

### **Sous-programme 3**

#### **Services de diffusion et de partage du savoir**

##### **Objectif**

- 28.46 L'objectif auquel le sous-programme contribue consiste à mobiliser le public et à renforcer l'engagement en faveur de l'action, des principes et des buts de l'Organisation des Nations Unies.

##### **Stratégie**

- 28.47 Pour contribuer à la réalisation de l'objectif, dans le cadre du sous-programme, le Département fera ce qui suit :
- a) mener des activités de sensibilisation auprès d'un large éventail international d'établissements universitaires, d'étudiants et d'éducateurs, de la communauté artistique et de la société civile ;
  - b) organiser des séances d'information, des manifestations spéciales, des visites guidées et des ateliers interactifs et collaborer avec les organisateurs des conférences Simul'ONU ;
  - c) proposer des programmes de sensibilisation et d'éducation sur l'Holocauste et la traite transatlantique des esclaves. et créer des publications, des guides de recherche et des expositions portant sur ces thèmes prioritaires, notamment à l'intention des jeunes ;
  - d) produire des supports de communication, des identités visuelles et une image de marque à l'appui des priorités de l'Organisation ;
  - e) nouer et entretenir des partenariats stratégiques avec les secteurs du divertissement, de la publicité et de l'édition, de grandes manifestations sportives et internationales et des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, en visant en particulier les jeunes ;
  - f) collaborer avec ses partenaires pour créer des ressources et des programmes éducatifs multilingues efficaces et mettre sur pied des campagnes, des projets et des manifestations encourageant à agir en faveur du Programme de développement durable à l'horizon 2030 ;
  - g) faciliter le partage des connaissances et la préservation des ressources d'information de l'ONU destinées à un public interne comme externe.
- 28.48 Le travail qui sera ainsi effectué devrait avoir les résultats suivants :
- a) une meilleure compréhension des principes et des buts de l'Organisation et une plus grande participation des jeunes et des étudiants aux processus politiques, non gouvernementaux et intergouvernementaux menés aux niveaux local, régional ou national ;
  - b) une mobilisation accrue des jeunes et des étudiants en faveur de la mise en œuvre des objectifs de développement durable et l'émergence d'une nouvelle génération de dirigeants attachés aux principes et aux valeurs de l'Organisation ;
  - c) un accès accru des États Membres, du personnel des Nations Unies dans le monde entier, des établissements de recherche, des jeunes, des écoles et du grand public à la documentation et aux informations de l'Organisation aux fins d'une collaboration plus étroite, d'une plus grande sensibilisation et de meilleures décisions.

##### **Exécution du programme en 2021**

###### **Meilleure connaissance de l'objectif de développement durable n° 2 (Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable)**

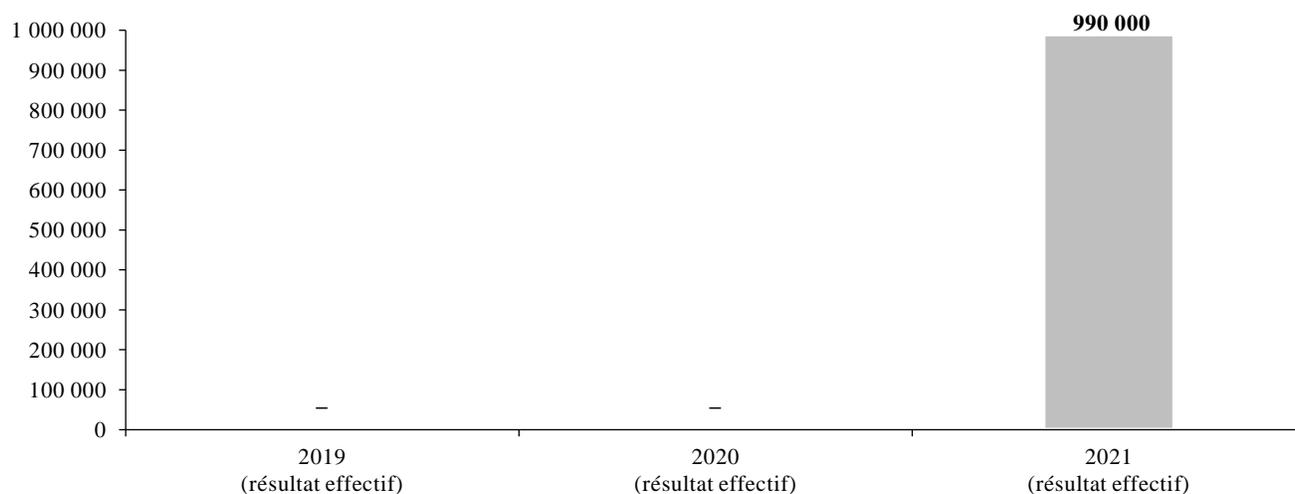
- 28.49 Dans le cadre du sous-programme, le Département a noué des partenariats dans le secteur du cinéma et de la télévision afin de déterminer de quelle façon celui-ci pouvait collaborer avec l'Organisation

pour sensibiliser à la nutrition, réduire le gaspillage alimentaire et promouvoir d'autres pratiques alimentaires durables qui contribuent à la santé des personnes et de la planète. Des campagnes mondiales ont été mises au point en collaboration avec d'importants studios de cinéma et de télévision, y compris des messages d'intérêt public et d'autres contenus numériques mettant en scène les personnages de fiction populaires des studios, afin de communiquer autour de l'objectif de développement durable n° 2. L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et la Fondation pour les Nations Unies ont également pris part aux campagnes.

- 28.50 Une campagne qui mettait en scène le personnage animé Pierre Lapin a permis de sensibiliser le public à l'objectif 2 et de l'inciter à agir. Elle a suscité 185 000 interactions sur les médias sociaux (mentions « J'aime », commentaires, etc.) et près d'un million de vues du message vidéo d'intérêt public, qui a été produit en 14 langues. Pour encourager les gens à agir en faveur de l'objectif 2, des contenus relatifs à la campagne figuraient également en bonne place sur le site Web et l'application mobile de la campagne Agissons pendant sept semaines. Cette « prise de contrôle » du site Web et de l'application de la campagne Agissons a généré près de 60 000 consultations de pages et l'application mobile a été utilisée environ 6 000 fois. Les personnes se sont engagées à prendre environ 400 000 habitudes ou initiatives individuelles pour promouvoir une alimentation saine et le zéro déchet. L'un des partenaires a également diffusé le message d'intérêt public sur ses chaînes de télévision mondiales, ce qui représente un public potentiel de 5,6 millions de personnes, en vue d'encourager des milliers de personnes à se rendre sur le site ou l'application d'Agissons pour s'engager à prendre des mesures en faveur de la durabilité. Pour atteindre directement les étudiants, les messages ont également été diffusés sur une page web destinée aux enseignants sur le site Web du Ministère de l'éducation d'un État Membre, ont été inclus dans un livre d'activités pour enfants de la FAO en 17 langues et ont été communiqués à 55 000 enseignants et incorporés dans des programmes scolaires du monde entier. La campagne a aussi été promue auprès de dizaines de milliers d'employés des studios partenaires dans le monde entier, dont les services compétents ont intégré des initiatives « durables » sur les lieux de travail.
- 28.51 Les progrès concernant l'objectif sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.VIII).

Figure 28.VIII

**Mesure des résultats : nombre de vues du message vidéo d'intérêt public portant sur l'objectif de développement durable n° 2**



## Résultats escomptés pour 2023

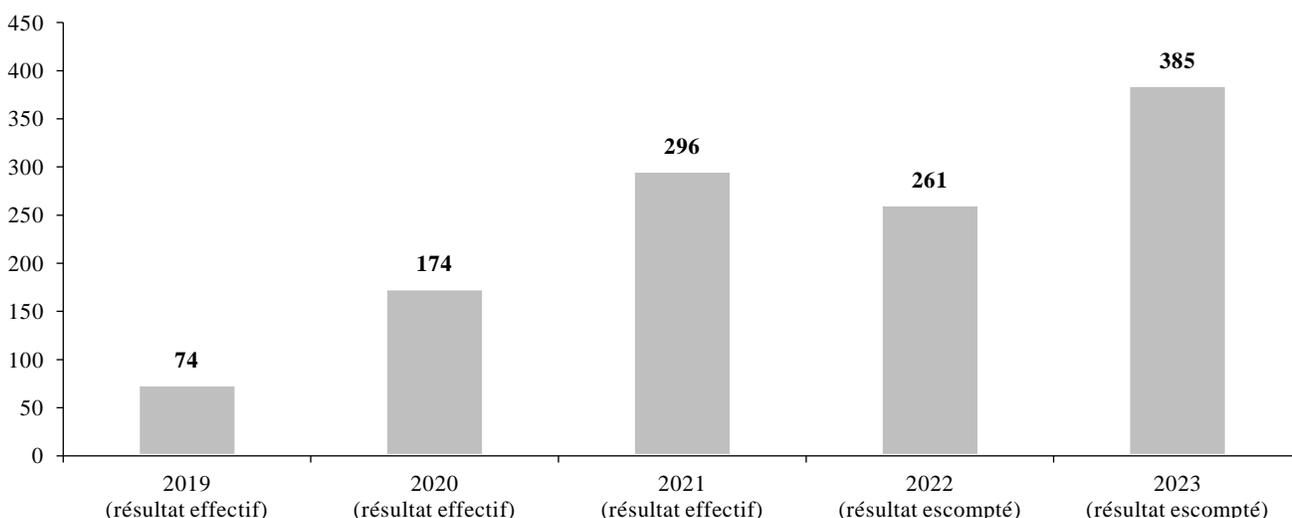
### Résultat 1 : mobilisation de partenariats stratégiques et durables en vue d'accélérer la réalisation des objectifs de développement durable

#### Exécution du programme en 2021 et cible pour 2023

- 28.52 Le travail effectué dans le cadre du sous-programme a contribué à renforcer la collaboration avec des partenaires mondiaux et divers afin d'accélérer la réalisation des objectifs de développement durable, ce qui a permis à 296 partenaires d'assurer la diffusion de contenus et la conduite de campagnes et de faire mieux que la cible fixée, à savoir 94 partenaires.
- 28.53 Les progrès concernant l'objectif, de même que la cible pour 2023, sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.IX).

Figure 28.IX

#### Mesure des résultats : nombre de partenaires assurant la diffusion de contenus et la conduite de campagnes (résultat cumulé)



### Résultat 2 : élargissement de l'accès aux connaissances accumulées par l'ONU et à la documentation destinée aux organes délibérants

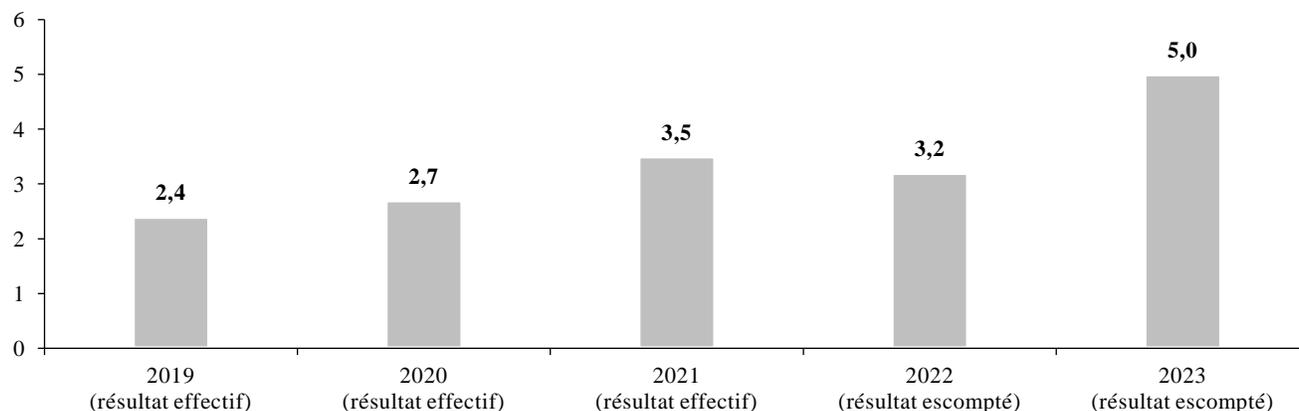
#### Exécution du programme en 2021 et cible pour 2023

- 28.54 Le travail effectué dans le cadre du sous-programme a aidé à mettre immédiatement à disposition sous divers formats des documents destinés aux organes délibérants et publications de l'ONU aux membres des missions permanentes, aux chercheurs et aux citoyens partout dans le monde, ce qui a donné lieu à 3,5 millions de téléchargements uniques de ressources et documents de l'ONU sur les plateformes et a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 2,9 millions de téléchargements uniques.
- 28.55 Les progrès concernant l'objectif, de même que la cible pour 2023, sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.X).

Figure 28.X

**Mesure des résultats : nombre de téléchargements uniques de ressources et documents de l'ONU sur les plateformes du sous-programme (résultat cumulé)**

(En millions)

**Résultat 3 : meilleure connaissance des objectifs de développement durable et renforcement de l'action en faveur de ceux-ci parmi la communauté mondiale du football****Projet de plan-programme pour 2023**

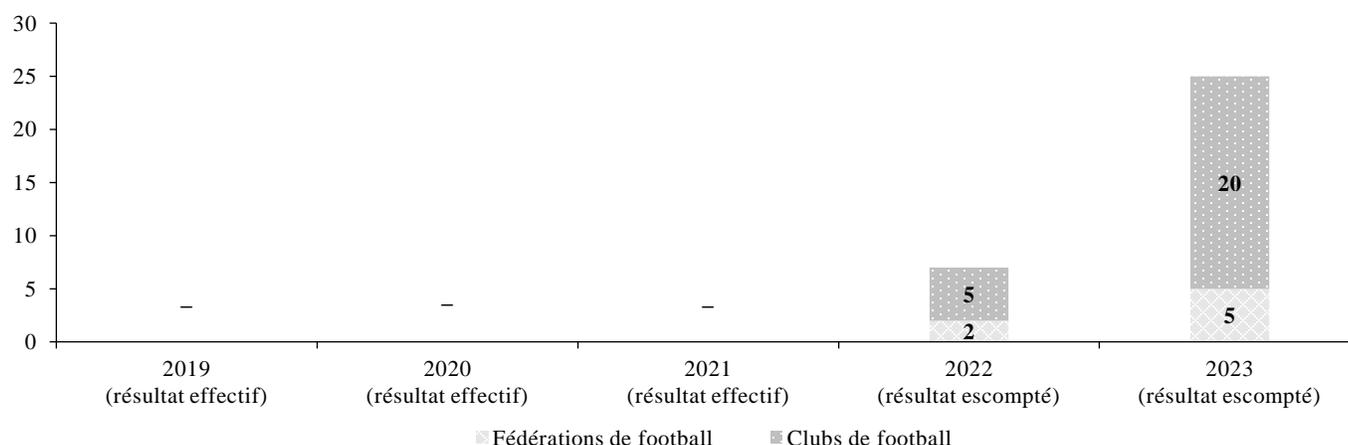
- 28.56 La mise en œuvre du Programme 2030 et des objectifs de développement durable prend du retard dans certains domaines et la crise sanitaire a eu de profondes répercussions négatives. Si le monde veut accélérer la réalisation des objectifs, l'ONU doit faire participer de grands groupes de parties prenantes à ses efforts de sensibilisation, en particulier celles qui ont un vaste public mondial. Dans le cadre du sous-programme, le Département a mis au point une initiative visant à susciter une forte mobilisation parmi les acteurs et les supporters de l'un des sports les plus populaires au monde.

*Enseignements tirés et changements prévus*

- 28.57 L'enseignement tiré est le suivant : sur la base de précédentes campagnes très médiatisées, on a constaté que des échanges réguliers avec les principales parties prenantes d'une initiative mondiale, dans ce cas la communauté mondiale du football, étaient essentiels à la réussite de l'initiative. Le sous-programme, qui a bénéficié de la participation régulière de grandes figures de la communauté du football, notamment de la Fédération internationale de football association et de l'Union des associations européennes de football, lancera l'initiative « United Nations football for the Goals », qui offre à cette communauté sportive la possibilité de s'engager et d'agir en faveur des objectifs. Il a également conscience que l'appui des États Membres et les échanges avec eux seront indispensables s'il veut qu'une initiative si médiatisée soit un succès. Compte tenu de cet enseignement, il travaillera avec toutes les parties prenantes afin de déterminer les manifestations clés et d'autres occasions de présenter les mesures qui favorisent la réalisation des objectifs dans le monde du football et de montrer de quelle façon d'autres entités et le grand public peuvent participer efficacement à la réalisation des objectifs. Pour devenir membres de l'initiative « United Nations football for the Goals », les organisations de football et les parties prenantes individuelles s'engageraient à sensibiliser le public aux objectifs et à prendre des mesures pour aider à atteindre ces derniers.
- 28.58 Les progrès escomptés concernant l'objectif sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir le tableau 28.XI).

Figure 28.XI

**Mesure des résultats : nombre d'entités partenaires de l'initiative « United Nations football for the Goals » (résultat cumulé)**



## Produits

28.59 On trouvera dans le tableau 28.5 les produits retenus pour le sous-programme.

Tableau 28.5

**Sous-programme 3 : produits retenus pour la période 2021-2023, par catégorie et sous-catégorie**

Catégorie et sous-catégorie	Produits prévus : 2021	Produits livrés : 2021	Produits prévus : 2022	Produits prévus : 2023
<b>A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts</b>				
<b>Documentation destinée aux organes délibérants</b> (nombre de documents)	4	4	4	4
1. Rapports destinés à l'Assemblée générale sur les questions d'information et les activités du Département : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion et de partage du savoir	4	4	4	4
<b>Services fonctionnels pour les réunions</b> (nombre de réunions de trois heures)	20	20	20	20
2. Réunions du Comité de l'information	20	20	20	20
<b>B. Création et transfert de connaissances</b>				
<b>Séminaires, ateliers et activités de formation</b> (nombre de jours)	193	355	276	361
3. Ateliers sur la collaboration intergouvernementale à l'intention des organisations non gouvernementales et programme d'orientation destiné aux organisations non gouvernementales nouvellement accréditées	27	36	30	40
4. Stage de formation sur les services de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld et stages pour les créateurs de contenu, les éditeurs et les personnes référentes pour iSeek	145	298	225	300
5. Stage de formation sur le journalisme dans le cadre du Programme de stages de journalisme Reham Al-Farra	21	21	21	21

<i>Catégorie et sous-catégorie</i>	<i>Produits prévus : 2021</i>	<i>Produits livrés : 2021</i>	<i>Produits prévus : 2022</i>	<i>Produits prévus : 2023</i>
------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

**D. Activités de communication**

**Programmes d’information, manifestations spéciales et supports d’information** : partenariats avec la société civile, les établissements universitaires et d’autres entités ; supports éducatifs et promotionnels sur les activités de l’Organisation, tels que la Chronique de l’ONU et l’ABC des Nations Unies, et programmes d’information sur un large éventail de sujets concernant l’Organisation ; réponses aux demandes de renseignements et dossiers d’informations conçus spécialement pour les enseignants ; expositions au Siège de l’Organisation des Nations Unies et en ligne ; visites guidées multilingues pour plus d’un demi-million de visiteurs dans 20 langues ; programme de communication avec des personnalités éminentes, dont les Messagers de la paix et d’autres célébrités, à des fins de sensibilisation ; manifestations spéciales et célébration de certaines journées ou années commémoratives ; Initiative de mobilisation de la communauté artistique visant à créer des films, des émissions télévisées ou des pièces de théâtre mettant à l’honneur l’Organisation ou une question l’intéressant ; création de produits graphiques à l’appui de l’identité visuelle, des campagnes de communication et des supports d’information ; manifestations à l’intention des étudiants, telles que des visioconférences mondiales ; orientations et conseils d’experts fournis dans le cadre de Simul’ONU ; conférences sur des sujets tels que l’esclavage, la traite transatlantique des esclaves et la commémoration de l’Holocauste.

**Relations extérieures et relations avec les médias** : conférences et communiqués de presse annonçant les nouveaux partenariats noués et les manifestations spéciales organisées à des fins de sensibilisation ; ouverture d’expositions.

**Plateformes numériques et contenus multimédias** : tenue à jour d’iSeek (y compris la publication d’articles), la principale plateforme de communication interne du Secrétariat pour l’ensemble des utilisateurs dans le monde ; portail e-deleGATE ; United Nations Development Business.

**Services de bibliothèque** : mise en place d’un répertoire central sécurisé réunissant les biens communs numériques des Nations Unies (la Bibliothèque numérique des Nations Unies) ; services d’information et de partage du savoir, chargés de mettre les produits de la Bibliothèque à la disposition du public mondial en les publiant en ligne, de s’occuper des prêts et autres services connexes et d’offrir des services de recherche directe et ciblée aux représentants des États Membres ; interaction plus large avec le public au moyen d’une plus grande présence sur le Web et les médias sociaux, de manifestations et de conférences et de la gestion du Consortium du système des Nations Unies pour l’acquisition d’informations électroniques et du Programme des bibliothèques depositaires des publications des Nations Unies ; conservation de divers documents à la bibliothèque.

## B. Postes et autres objets de dépense proposés pour 2023

### Vue d'ensemble

28.60 On trouvera dans les tableaux 28.6 à 28.8 des informations sur les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2023 et, selon le cas, sur les changements dont il est tenu compte.

Tableau 28.6

#### Vue d'ensemble : évolution des ressources financières, par objet de dépense

(En milliers de dollars des États-Unis)

Objet de dépense	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2023 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
Postes	76 617,3	82 343,6	34,8	–	118,7	153,5	0,2	82 497,1	
Autres dépenses de personnel	2 873,2	4 020,6	–	–	146,0	146,0	3,6	4 166,6	
Dépenses de représentation	2,6	25,3	–	–	–	–	–	25,3	
Consultants	142,4	–	–	–	–	–	–	–	
Experts	14,9	–	–	–	–	–	–	–	
Voyages du personnel	241,5	260,7	–	–	–	–	–	260,7	
Services contractuels	5 198,3	6 276,4	(6,3)	13,7	692,3	699,7	11,1	6 976,1	
Frais généraux de fonctionnement	3 839,8	5 050,6	–	–	0,2	0,2	–	5 050,8	
Fournitures et accessoires	157,2	547,8	–	–	(14,5)	(14,5)	(2,6)	533,3	
Mobilier et matériel	1 805,9	630,6	–	–	–	–	–	630,6	
Aménagement des locaux	26,2	–	–	–	–	–	–	–	
Subventions et contributions	24,6	859,1	–	–	–	–	–	859,1	
<b>Total</b>	<b>90 943,9</b>	<b>100 014,7</b>	<b>28,5</b>	<b>13,7</b>	<b>942,7</b>	<b>984,9</b>	<b>1,0</b>	<b>100 999,6</b>	

Tableau 28.7

#### Vue d'ensemble : postes proposés et changements relatifs aux postes pour 2023

(Nombre de postes)

	Nombre	Informations sur les postes
Effectif approuvé pour 2022	685	1 SGA, 3 D-2, 18 D-1, 34 P-5, 71 P-4, 105 P-3, 57 P-2/1, 7 G(1°C), 196 G(AC), 143 AL, 50 AN
Création	2	1 P-5 au titre de la composante Direction exécutive et administration 1 P-3 au titre du sous-programme 3
Réaffectation	–	1 P-2 au titre du sous-programme 2 2 P-2 au titre du sous-programme 3
Transfert (géographique)	–	1 P-5, 2 P-3, 1 AN et 3 AL au titre du sous-programme 1
Effectif proposé pour 2023	687	1 SGA, 3 D-2, 18 D-1, 35 P-5, 71 P-4, 106 P-3, 57 P-2/1, 7 G(1°C), 196 G(AC), 143 AL, 50 AN

Note : Les abréviations ci-après sont utilisées dans les tableaux et figures : AL = agent(e) local(e) ; AN = administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national ; G(1°C) = agent(e) des services généraux (1<sup>re</sup> classe) ; G(AC) = agent(e) des services généraux (Autres classes) ; SGA = secrétaire général(e) adjoint(e).

Tableau 28.8

**Vue d'ensemble : postes proposés, par catégorie et par classe**

(Nombre de postes)

Catégorie et classe	Changements				Total	Effectif proposé pour 2023
	Effectif approuvé pour 2022	Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements		
<b>Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur</b>						
SGA	1	–	–	–	–	1
D-2	3	–	–	–	–	3
D-1	18	–	–	–	–	18
P-5	34	–	–	1	1	35
P-4	71	–	–	–	–	71
P-3	105	–	–	1	1	106
P-2/1	57	–	–	–	–	57
<b>Total partiel</b>	<b>289</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>291</b>
<b>Agents des services généraux et des catégories apparentées</b>						
Agents des services généraux (1 <sup>re</sup> classe)	7	–	–	–	–	7
Agents des services généraux (Autres classes)	196	–	–	–	–	196
Agents locaux	143	–	–	–	–	143
Administrateurs recrutés sur le plan national	50	–	–	–	–	50
<b>Total partiel</b>	<b>396</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>396</b>
<b>Total</b>	<b>685</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>687</b>

- 28.61 On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans les tableaux 28.9 à 28,11 et dans la figure 28.XII.
- 28.62 Comme le montrent les tableaux 28.9 1) et 28.10 1), les ressources proposées pour 2023 s'élèvent globalement à 100 999 600 dollars avant actualisation des coûts, soit une augmentation nette de 984 900 dollars (1,0 %) par rapport aux crédits ouverts pour 2022. La variation découle des trois facteurs suivants : a) des ajustements techniques ; b) des nouveaux mandats et des mandats élargis ; c) d'autres changements. Les ressources demandées permettent de financer l'exécution intégrale, efficace et rationnelle des mandats.

Tableau 28.9

**Vue d'ensemble : évolution des ressources financières, par source de financement, composante et sous-programme**

(En milliers de dollars des États-Unis)

1) *Budget ordinaire*

Composante/sous-programme	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements			Total	Pourcentage	2023 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements			
A. Direction exécutive et administration	2 053,1	2 610,5	–	–	125,4	125,4	4,8	2 735,9
B. Programme de travail								
1. Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	33 182,3	40 008,6	34,8	–	–	34,8	0,1	40 043,4
2. Services d'information	32 757,3	32 997,5	(6,3)	13,7	771,6	779,0	2,4	33 776,5
3. Services de diffusion et de partage du savoir	19 350,0	20 603,7	–	–	45,7	45,7	0,2	20 649,4
<b>Total partiel (B)</b>	<b>85 289,6</b>	<b>93 609,8</b>	<b>28,5</b>	<b>13,7</b>	<b>817,3</b>	<b>859,5</b>	<b>0,9</b>	<b>94 469,3</b>
C. Appui au programme	3 601,3	3 794,4	–	–	–	–	–	3 794,4
<b>Total partiel (1)</b>	<b>90 943,9</b>	<b>100 014,7</b>	<b>28,5</b>	<b>13,7</b>	<b>942,7</b>	<b>984,9</b>	<b>1,0</b>	<b>100 999,6</b>

2) *Quotes-parts hors budget ordinaire*

Composante/sous-programme	2021 (dépenses effectives)	2022 (estimations)	Changements	Pourcentage	2023 (prévisions)
A. Direction exécutive et administration	–	–	–	–	–
B. Programme de travail					
1. Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	421,6	560,6	(28,0)	(5,0)	532,6
2. Services d'information	281,8	315,7	11,7	3,7	327,4
3. Services de diffusion et de partage du savoir	–	–	–	–	–
<b>Total partiel (B)</b>	<b>703,4</b>	<b>876,3</b>	<b>(16,3)</b>	<b>(1,9)</b>	<b>860,0</b>
C. Appui au programme	–	–	–	–	–
<b>Total partiel (2)</b>	<b>703,4</b>	<b>876,3</b>	<b>(16,3)</b>	<b>(1,9)</b>	<b>860,0</b>

**Titre VII Communication globale**

3) *Ressources extrabudgétaires*

Composante/sous-programme	2021 (dépenses effectives) (estimations)		Changements	Pourcentage	2023 (prévisions)
A. Direction exécutive et administration	-	-	-	-	-
B. Programme de travail					
1. Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	729,9	414,0	82,7	20,0	496,7
2. Services d'information	1 649,4	2 061,9	388,5	18,8	2 450,4
3. Services de diffusion et de partage du savoir	7 011,7	8 602,4	(278,1)	(3,2)	8 324,3
<b>Total partiel (B)</b>	<b>9 391,0</b>	<b>11 078,3</b>	<b>193,1</b>	<b>1,7</b>	<b>11 271,4</b>
C. Appui au programme	437,5	719,8	(173,5)	(24,1)	546,3
<b>Total partiel (3)</b>	<b>9 828,5</b>	<b>11 798,1</b>	<b>19,6</b>	<b>0,2</b>	<b>11 817,7</b>
<b>Total</b>	<b>101 475,8</b>	<b>112 689,1</b>	<b>988,2</b>	<b>0,9</b>	<b>113 677,3</b>

Tableau 28.10

**Vue d'ensemble : postes proposés pour 2023, par source de financement, composante et sous-programme**

(Nombre de postes)

1) *Budget ordinaire*

Composante/sous-programme	Effectif approuvé pour 2022	Changements			Total	Effectif proposé pour 2023
		Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements		
A. Direction exécutive et administration	16	-	-	1	1	17
B. Programme de travail						
1. Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	332	-	-	-	-	332
2. Services d'information	181	-	-	-	-	181
3. Services de diffusion et de partage du savoir	134	-	-	1	1	135
<b>Total partiel (B)</b>	<b>647</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>648</b>
C. Appui au programme	22	-	-	-	-	22
<b>Total partiel (1)</b>	<b>685</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>687</b>

2) *Quotes-parts hors budget ordinaire*

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>2022 (estimations)</i>	<i>Changements</i>	<i>2023 (prévisions)</i>
A. Direction exécutive et administration	–	–	–
B. Programme de travail			
1. Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	2	–	2
2. Services d'information	2	–	2
3. Services de diffusion et de partage du savoir	–	–	–
<b>Total partiel (B)</b>	<b>4</b>	<b>–</b>	<b>4</b>
C. Appui au programme	–	–	–
<b>Total partiel (2)</b>	<b>4</b>	<b>–</b>	<b>4</b>

3) *Ressources extrabudgétaires*

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>2022 (estimations)</i>	<i>Changements</i>	<i>2023 (prévisions)</i>
A. Direction exécutive et administration	–	–	–
B. Programme de travail			
1. Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	–	–	–
2. Services d'information	–	–	–
3. Services de diffusion et de partage du savoir	10	–	10
<b>Total partiel (B)</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>10</b>
C. Appui au programme	1	–	1
<b>Total partiel (3)</b>	<b>11</b>	<b>–</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>700</b>	<b>2</b>	<b>702</b>

Tableau 28.11

**Vue d'ensemble : évolution des ressources financières et des postes**

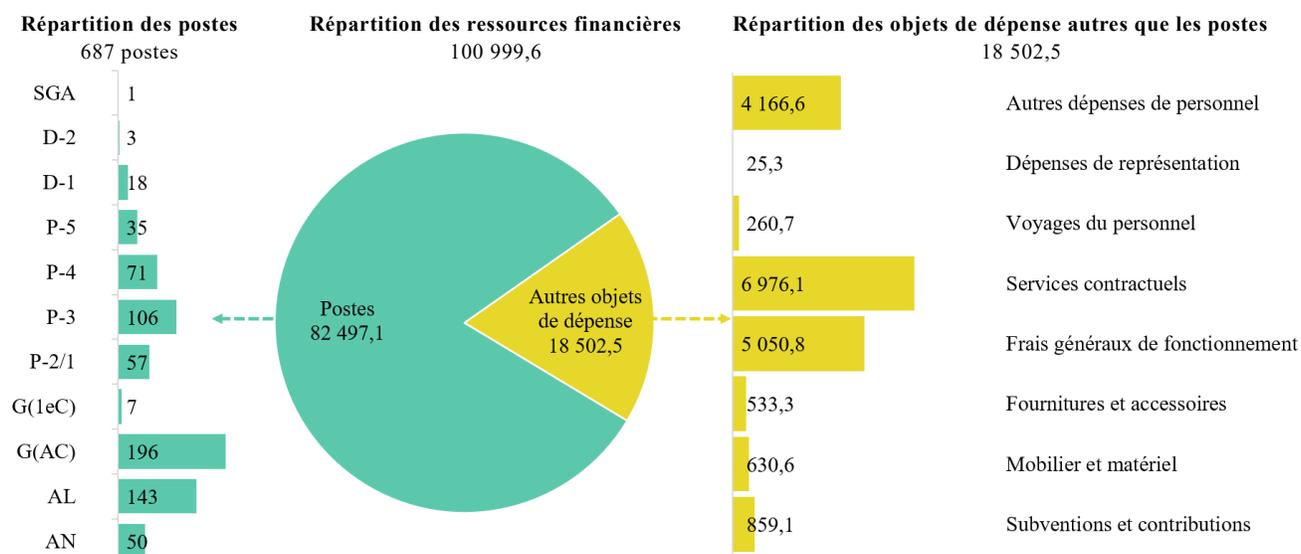
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				2023 (prévisions avant actualisation des coûts)	
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total	Pourcentage	
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>								
Postes	76 617,3	82 343,6	34,8	–	118,7	153,5	0,2	82 497,1
Autres objets de dépense	14 326,6	17 671,1	(6,3)	13,7	824,0	831,4	4,7	18 502,5
<b>Total</b>	<b>90 943,9</b>	<b>100 014,7</b>	<b>28,5</b>	<b>13,7</b>	<b>942,7</b>	<b>984,9</b>	<b>1,0</b>	<b>100 999,6</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		289	–	–	2	2	0,7	291
Agents des services généraux et des catégories apparentées		396	–	–	–	–	–	396
<b>Total</b>		<b>685</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0,3</b>	<b>687</b>

Figure 28.XII

**Répartition des ressources proposées pour 2023 (avant actualisation des coûts)**

(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



## Explications concernant les variations, par facteur, composante et sous-programme

### Récapitulatif des changements relatifs aux ressources

#### Ajustements techniques

- 28.63 Comme le montre le tableau 28.9 1), les changements entraînent une augmentation nette de 28 500 dollars, qui s'explique comme suit :
- a) **Sous-programme 1 (Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays).** L'augmentation de 34 800 dollars tient à l'effet-report de la transformation d'un poste de spécialiste de l'information (P-4) en poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe) (administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national), qui avait été approuvé par l'Assemblée générale dans sa résolution [76/245](#) et pour lequel un taux de vacance de 50 % avait été appliqué conformément à la pratique établie ;
  - b) **Sous-programme 2 (Services d'information).** La diminution de 6 300 dollars s'explique par le non-renouvellement de crédits prévus pour 2022 au titre des services contractuels pour couvrir les services de diffusion sur le Web conformément à la décision [75/570](#) de l'Assemblée générale relative à la conférence intergouvernementale chargée d'élaborer un instrument international juridiquement contraignant se rapportant à la Convention des Nations Unies sur le droit de la mer et portant sur la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité marine des zones ne relevant pas de la juridiction nationale.

#### Nouveaux mandats et mandats élargis

- 28.64 Comme le montre le tableau 28.9 1), les changements entraînent une augmentation de 13 700 dollars des ressources prévues pour le sous-programme 2 (Services d'information). Cette augmentation, imputable aux services contractuels, tient aux ressources supplémentaires nécessaires pour couvrir les dépenses afférentes aux services de diffusion sur le Web à l'appui d'une réunion de haut niveau et d'une consultation multipartite sur la couverture sanitaire universelle, en application de la résolution [75/315](#) de l'Assemblée générale.

#### Autres changements

- 28.65 Comme le montre le tableau 28.9 1), les changements entraînent une augmentation nette de 942 700 dollars, comprenant des augmentations au titre de la direction exécutive et de l'administration (125 400 dollars), du sous-programme 2 (Services d'information) (771 600 dollars) et du sous-programme 3 (Services de diffusion et de partage du savoir) (45 700 dollars). Des changements sans effets sur les coûts ont également été apportés au titre du sous-programme 1 (Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays). Les changements se répartissent comme suit :
- a) **Direction exécutive et administration.** L'augmentation de 125 400 dollars au titre des postes est liée au poste (P-5) qu'il est proposé de créer au Bureau du (de la) Secrétaire général(e) adjoint(e) à la communication globale (voir annexe III) ;
  - b) **Sous-programme 1 (Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays).** Les changements, qui n'ont aucun effet sur les coûts, sont essentiellement imputables aux facteurs suivants :
    - i) une augmentation nette de 14 800 dollars, au titre des postes, liée au poste (P-3) qu'il est proposé de transférer de Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie) à Nairobi, et au poste (P-3) qu'il est proposé de transférer de New York à Genève (voir annexe III) ;
    - ii) le transfert de cinq postes [1 P-5, 1 AN et 3 AL] de Lagos (Nigeria) à Abuja, sans incidence budgétaire (voir annexe III) ;

- iii) une diminution de 14 800 dollars à la rubrique Fournitures et accessoires, compte tenu des dépenses passées, de l'utilisation accrue d'outils en ligne au lieu de fournitures de bureau telles que le papier d'impression, et de la consommation réduite de fournitures en raison de l'augmentation du travail à distance ;
- c) **Sous-programme 2 (Services d'information)**. L'augmentation nette de 771 600 dollars est imputable à l'effet combiné des facteurs suivants :
  - i) une diminution de 65 100 dollars, au titre des postes, liée au poste (P-2) qu'il est proposé de réaffecter avec un taux de vacance de 50 % (voir annexe III) ;
  - ii) une augmentation de 836 700 dollars à l'appui du Studio des objectifs de développement durable. Le besoin d'interactions numériques de haute qualité a incité le Département à perfectionner sa production de manifestations en ligne et hybrides, et à tirer parti du potentiel des récits numériques pour créer une expérience plus immersive. Ces dernières années, et surtout compte tenu de l'augmentation du nombre de manifestations en ligne, la demande de manifestations spéciales et de réunions complexes tenues en ligne et faisant intervenir des participants situés dans plusieurs endroits a augmenté de façon exponentielle. Au début, il a fallu communiquer avec les parties moyennant Webex, Zoom et Teams. En raison de la pandémie, la demande en faveur de meilleures manifestations en ligne, en particulier de celles pouvant être retransmises, a augmenté. Pour mobiliser efficacement le public et mettre en relation des participants de différents endroits, l'ONU doit parvenir à produire des manifestations en haute résolution et à utiliser des innovations numériques, telles que la visualisation des données et les graphiques animés, comme l'ont fait les partenaires médiatiques externes lors de la diffusion en direct des réunions pendant la semaine de haut niveau de l'Assemblée générale. Le Studio des objectifs de développement durable permettra de mener ce type d'activités et de produire divers supports de communication sur des thèmes prioritaires de l'ONU, en mettant l'accent sur les objectifs. Les objectifs tracent la voie vers un avenir meilleur et plus durable pour tous. Ils sont un moyen de lutter contre les problèmes mondiaux actuels, notamment la pauvreté, les inégalités, les changements climatiques et la dégradation de l'environnement, et d'œuvrer en faveur de la paix et de la justice. Le Studio facilite une série de discussions dynamiques, de dialogues intergénérationnels, d'interviews diffusées sur le Web et d'entretiens inspirants, et met en avant des initiatives porteuses de changement et des solutions révolutionnaires aux grands défis mondiaux. Cet espace interactif sera un forum où les participants pourront prendre part à des conversations constructives afin de promouvoir la réalisation des objectifs. L'augmentation de 836 700 dollars qui est proposée est répartie comme suit :
    - a. Une augmentation de 146 000 dollars des autres dépenses de personnel couvrirait les coûts de deux emplois de temporaire : 1 producteur(trice) de télévision/vidéo (P-3) et 1 assistant(e) d'information [G(AC)], auxquels un taux de vacance de 50 % serait appliqué, pour appuyer les activités du Studio. Le (la) producteur(trice) de télévision/vidéo s'acquitterait des tâches suivantes : réaliser la couverture télévisuelle en direct des réunions, conférences de presse, exposés et autres manifestations dignes d'intérêt tenues au Siège ; coordonner et produire des manifestations complexes et des tournages en studio utilisant plusieurs caméras ; assurer des fonctions de mise en scène ou prodiguer des conseils pour la production d'émissions spéciales ; coordonner avec les techniciens de télévision sous contrat avec l'ONU l'utilisation des équipements vidéo, de son et d'éclairage aux fins de la production ; mener des activités visant à promouvoir la couverture médiatique. L'assistant(e) d'information [G(AC)] aurait les attributions suivantes : apporter un soutien technique dans le cadre des activités de production, d'enregistrement, de montage et de postproduction des contenus audio et multimédias ; mettre en place et faire fonctionner des systèmes informatiques de montage vidéo et autres équipements de pointe ; éditer des contenus audiovisuels, en utilisant du matériel et

des logiciels pour produire des reportages vidéo et des programmes d'information de courte ou de longue durée destinés aux principaux organes de presse audiovisuelle ; travailler sur des programmes de télévision haute définition et 4K, des logiciels de montage de contenu télévisuel et des effets numériques haut de gamme en vue de fournir des services vidéo et audio de haute qualité aux fins de la diffusion hors ligne et en ligne ;

- b. Une augmentation de 690 700 dollars à la rubrique Services contractuels couvrirait les coûts des activités techniques du Studio (caméras, systèmes audio, contrôles, etc.) lorsqu'il est utilisé. Le personnel actuellement en poste ne dispose pas de toutes les compétences et connaissances techniques nécessaires pour créer ou exploiter l'environnement interactif virtuel et la programmation complexe des médias de diffusion. Dans le monde des médias, les compétences techniques évoluent rapidement et le Département doit employer une équipe hautement qualifiée pour être en mesure de produire les programmes de pointe que le Studio peut proposer ;
- d) **Sous-programme 3 (Services de diffusion et de partage du savoir).** L'augmentation nette de 45 700 dollars s'explique comme suit :
  - i) une diminution de 130 200 dollars imputable aux deux postes (2 P-2) qu'il est proposé de réaffecter sur la base d'un taux de vacance de 50 % (voir annexe III) ;
  - ii) une augmentation de 173 800 dollars qui tient à un poste de spécialiste de l'information (P-3) dont la création en 2022 a été proposée dans le rapport intitulé *Éradiquer le racisme et promouvoir la dignité de toutes et tous au Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies (A/76/771)*, soumis à l'Assemblée générale pour examen à la deuxième partie de la reprise de sa soixante-seizième session (voir annexe III) ;
  - iii) une augmentation de 2 100 dollars des objets de dépense autres que les postes, au titre des services contractuels (1 600 dollars), des frais généraux de fonctionnement (200 dollars) et des fournitures et accessoires (300 dollars), pour les dépenses renouvelables afférentes aux services communs et associées au poste de spécialiste de l'information.

### Quotes-parts hors budget ordinaire et ressources extrabudgétaires

- 28.66 Comme le montrent les tableaux 28.9 2) et 28.10 2), le Département reçoit des quotes-parts hors budget ordinaire, qui servent à financer l'appui aux activités d'information menées dans le cadre des missions de maintien de la paix. En 2023, il est prévu de recevoir des quotes-parts hors budget ordinaire d'un montant estimé à 860 000 dollars, qui permettra de financer quatre postes et des objets de dépense autre que les postes. Elles sont en baisse de 16 300 dollars par rapport au montant qui était prévu pour 2022, ce qui s'explique essentiellement par la diminution des ressources demandées pour 2023 en ce qui concerne le personnel temporaire (autre que pour les réunions), comme il ressort du rapport du Secrétaire général sur le budget du compte d'appui aux opérations de maintien de la paix pour l'exercice allant du 1<sup>er</sup> juillet 2022 au 30 juin 2023 (A/76/725). Elles représentent 0,8 % des ressources totales du présent chapitre.
- 28.67 Comme le montrent les tableaux 28.9 3) et 28.10 3), le Département devrait continuer de recevoir des ressources extrabudgétaires en espèces et en nature, en complément des ressources du budget ordinaire. En 2023, le montant des ressources extrabudgétaires devrait s'élever à 11 817 700 dollars, ce qui permettra de financer 11 postes, comme indiqué dans le tableau 28.10 3). Ces ressources serviront essentiellement à financer les activités de renforcement des capacités du Département, à appuyer des activités multimédias et des activités opérationnelles en hindi, et à mener des activités d'appui liées à la publication intitulée *United Nations Development Business*, au Bureau de l'Envoyé(e) du Secrétaire général pour la jeunesse et au Consortium du système des Nations Unies pour l'acquisition d'informations électroniques. Elles représentent 10,4 % des ressources totales du présent chapitre. D'une valeur estimée à 1 412 600 dollars, les contributions en nature qu'il est prévu

de recevoir prendraient la forme de locaux mis gracieusement à la disposition des centres d'information des Nations Unies.

- 28.68 Les ressources extrabudgétaires dont il est question ici sont placées sous le contrôle du Département, à qui le Secrétaire général a délégué des pouvoirs.

### **Direction exécutive et administration**

- 28.69 La composante Direction exécutive et administration comprend le Bureau du (de la) Secrétaire général(e) adjoint(e).

- 28.70 La composante s'occupe des activités suivantes :

- a) assurer la direction générale et la gestion stratégique des activités de communication de l'Organisation, qui découlent des mandats confiés au Département et du programme de travail approuvé, tant au Siège que sur le terrain ;
- b) élaborer la stratégie, les politiques et les directives du Département et s'occuper de certains aspects et problèmes touchant aux politiques générales et à la gestion ;
- c) assurer la gestion du personnel et la gestion administrative et financière du Département ;
- d) diriger les activités de liaison du Département avec des organes intergouvernementaux, comme le Comité de l'information et le Groupe de la communication des Nations Unies ;
- e) superviser les communications de crise et la gestion de la réputation, en réunissant les entités des Nations Unies et les partenaires concernés dans des cellules de crise afin d'harmoniser les stratégies et les messages, et proposer une politique, des conseils et une formation en matière de communications de crise ;
- f) définir les priorités de l'Organisation en matière de communication, repérer les occasions de communiquer à leur sujet sur fond d'environnement médiatique chargé et veiller à la coordination à l'échelle du système des Nations Unies en renforçant le Groupe de la communication des Nations Unies, y compris au niveau des pays par l'intermédiaire des centres d'information des Nations Unies et du système des coordonnatrices et coordonnateurs résidents.

- 28.71 Comme prévu dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030, en particulier dans les objectifs 12 (Consommation et production responsables) et 13 (Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques), lorsque cela est possible et utile, le Département continuera de rendre accessible en ligne, plutôt qu'en version imprimée, l'intégralité de sa documentation officielle, de ses publications, de ses brochures, de ses communications et de ses documents de sensibilisation, afin de réduire son empreinte carbone et d'économiser de l'énergie. Il continuera également d'adopter toute une série de pratiques durables, parmi lesquelles la réduction des photocopies et de l'impression des documents internes, et encouragera le recours aux visioconférences de manière à réduire autant que possible le nombre de déplacements. En outre, il continuera de soutenir la communication interne et externe sur les mesures prises en faveur de la durabilité environnementale par le système des Nations Unies au Siège de l'Organisation, ainsi que dans les lieux d'affectation et les missions, et encouragera les membres du personnel à rejoindre la campagne Agissons et d'autres initiatives du Secrétariat axées sur les initiatives individuelles liées aux changements climatiques et au développement durable.

- 28.72 On trouvera dans le tableau 28.12 des informations sur le respect des délais de soumission de la documentation et d'achat des billets d'avion. En ce qui concerne le respect des directives relatives aux délais d'achat des billets d'avion, le Département a demandé aux voyageurs et voyageuses de demander l'autorisation du (de la) Secrétaire général(e) adjoint(e) lorsqu'ils souhaitent déroger aux directives, d'expliquer la raison pour laquelle la demande est présentée tardivement et de donner le motif du voyage. En outre, le Département examine de près les demandes de dérogation et

communiqué régulièrement avec le personnel et les cadres pour les sensibiliser à l'existence des directives et au fait qu'il importe de limiter autant que possible le nombre de dérogations.

Tableau 28.12  
**Respect des délais**  
(En pourcentage)

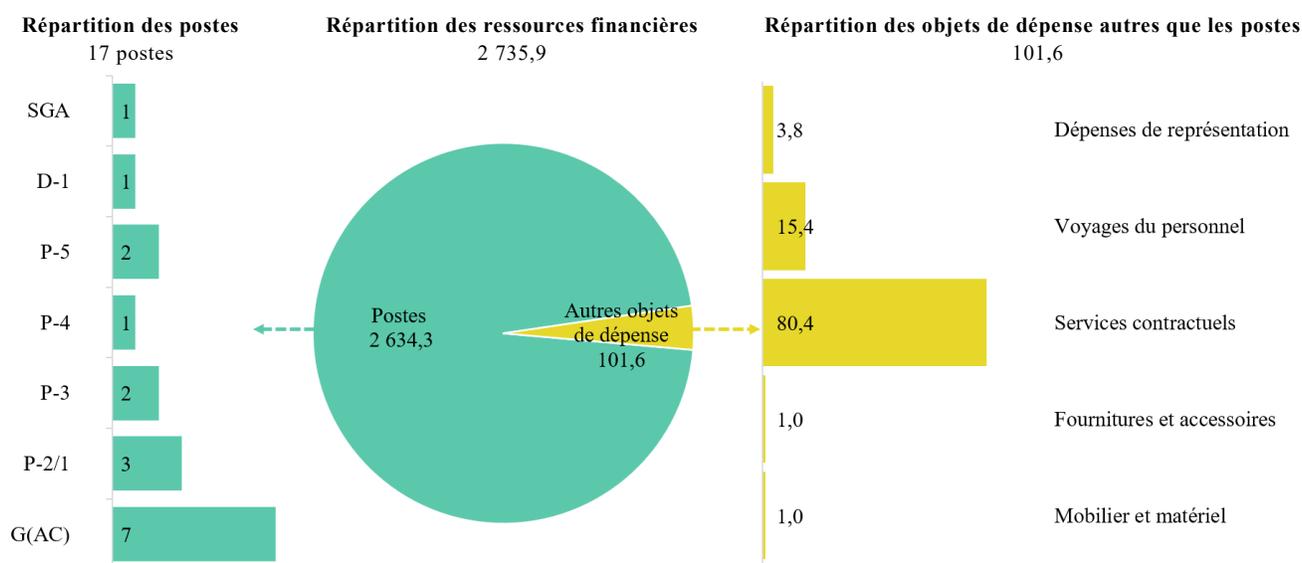
	2019 (taux effectif)	2020 (taux effectif)	2021 (taux effectif)	2022 (taux prévu)	2023 (taux prévu)
Soumission de la documentation dans les délais	100	100	100	100	100
Achat des billets d'avion au moins deux semaines avant le départ	56	48	56	100	100

28.73 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2023 s'élèvent à 2 735 900 dollars et font apparaître une augmentation de 125 400 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2022. On trouvera au paragraphe 28.65 a) des explications sur l'augmentation qui est proposée. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.13 et la figure 28.XIII.

Tableau 28.13  
**Direction exécutive et administration : évolution des ressources financières et des postes**  
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				2023 (prévisions avant actualisation des coûts)	
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total		Pourcentage
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>								
Postes	1 859,6	2 508,9	–	–	125,4	125,4	5,0	2 634,3
Autres objets de dépense	193,5	101,6	–	–	–	–	–	101,6
<b>Total</b>	<b>2 053,1</b>	<b>2 610,5</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>125,4</b>	<b>125,4</b>	<b>4,8</b>	<b>2 735,9</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		9	–	–	1	1	11,1	10
Agents des services généraux et des catégories apparentées		7	–	–	–	–	–	7
<b>Total</b>		<b>16</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6,3</b>	<b>17</b>

Figure 28.XIII  
**Direction exécutive et administration : répartition des ressources proposées pour 2023 (avant actualisation des coûts)**



## Programme de travail

### Sous-programme 1

#### Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays

28.74 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2023 s'élèvent à 40 043 400 dollars et font apparaître une augmentation de 34 800 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2022. On trouvera aux paragraphes 28.63 a) et 28.65 b) des explications sur l'augmentation qui est proposée. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.14 et la figure 28.XIV.

Tableau 28.14

#### Sous-programme 1 : évolution des ressources financières et des postes

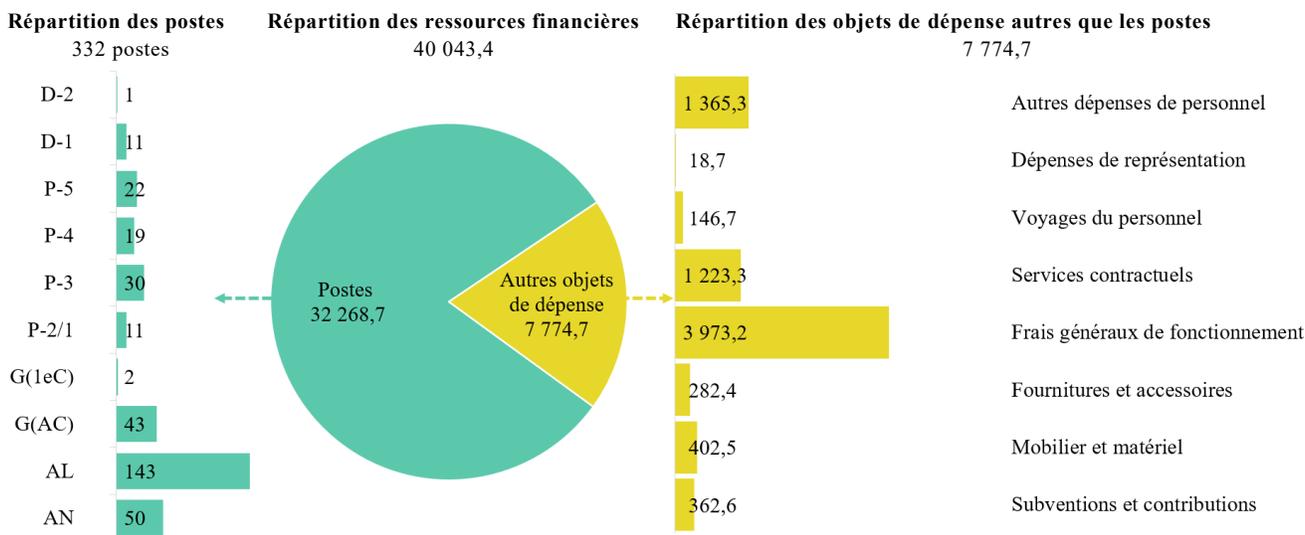
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2023 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>									
Postes	27 109,7	32 219,1	34,8	–	14,8	49,6	0,2	32 268,7	
Autres objets de dépense	6 072,7	7 789,5	–	–	(14,8)	(14,8)	(0,2)	7 774,7	
<b>Total</b>	<b>33 182,3</b>	<b>40 008,6</b>	<b>34,8</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>34,8</b>	<b>0,1</b>	<b>40 043,4</b>	
<b>Postes, par catégorie</b>									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		94	–	–	–	–	–	94	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		238	–	–	–	–	–	238	
<b>Total</b>		<b>332</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>332</b>	

Figure 28.XIV

**Sous-programme 1 : répartition des ressources proposées pour 2023 (avant actualisation des coûts)**

(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



**Quotes-parts hors budget ordinaire et ressources extrabudgétaires**

28.75 Le montant des quotes-parts hors budget ordinaire pour le sous-programme devrait s'élever à 532 600 dollars, ce qui permettra de financer deux postes (2 P-4) et les objets de dépense autres que les postes. Ces ressources serviront essentiellement à : épauler les missions de maintien de la paix en leur fournissant des orientations, un appui fonctionnel et des conseils sur leurs stratégies de communication, leurs plans de travail et leurs campagnes de communication ; organiser des formations ; mettre à jour les plateformes numériques et les plateformes Web ; aider les missions lors des phases de démarrage et de réduction des effectifs. La diminution de 28 000 dollars qui est proposée tient principalement au fait que l'on prévoit une diminution des ressources demandées en ce qui concerne le personnel temporaire (autre que pour les réunions), comme il ressort du rapport du Secrétaire général sur le budget du compte d'appui aux opérations de maintien de la paix pour l'exercice allant du 1<sup>er</sup> juillet 2022 au 30 juin 2023.

28.76 Le montant des ressources extrabudgétaires pour le sous-programme devrait s'élever à 496 700 dollars, ce qui permettra de financer les objets de dépense autres que les postes. Ces ressources serviront essentiellement à des activités d'appui, y compris à des campagnes de communication propres aux pays donateurs. L'augmentation de 82 700 dollars qui est proposée tient principalement aux ressources supplémentaires demandées pour financer les frais de fonctionnement des centres d'information des Nations Unies.

**Sous-programme 2  
Services d'information**

28.77 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2023 s'élèvent à 33 776 500 dollars et font apparaître une augmentation nette de 779 000 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2022. On trouvera aux paragraphes 28.63 b), 28.64 et 28.65 c) des explications sur l'augmentation qui est proposée. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.15 et la figure 28.XV.

Tableau 28.15

**Sous-programme 2 : évolution des ressources financières et des postes**

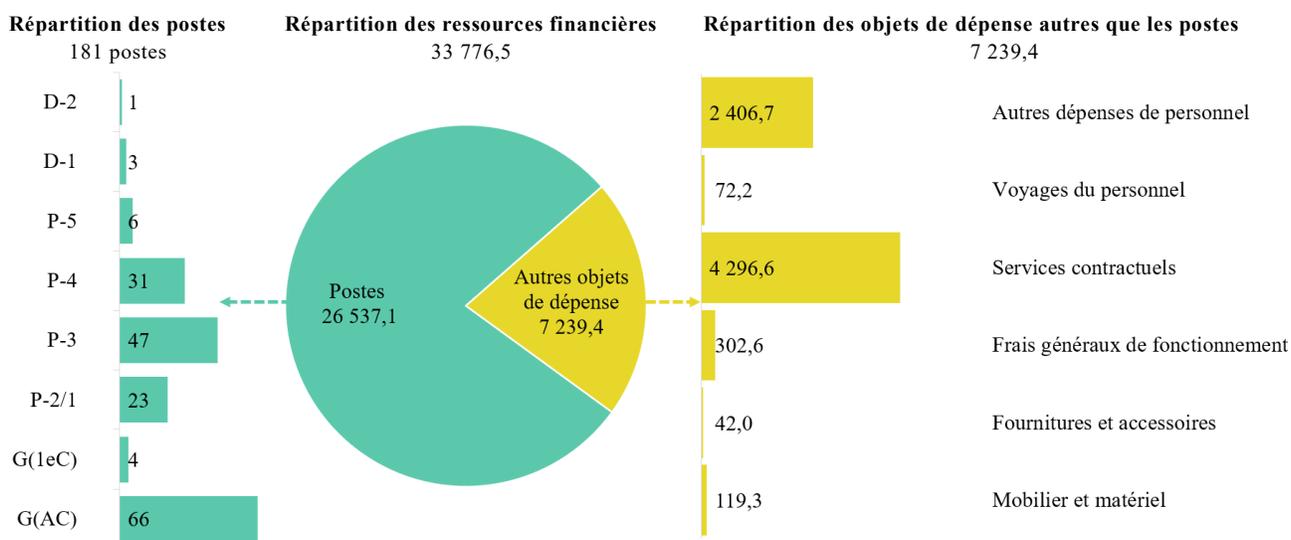
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				2023 (prévisions avant actualisation des coûts)	
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total		Pourcentage
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>								
Postes	27 316,1	26 602,2	–	–	(65,1)	(65,1)	(0,2)	26 537,1
Autres objets de dépense	5 441,2	6 395,3	(6,3)	13,7	836,7	844,1	13,2	7 239,4
<b>Total</b>	<b>32 757,3</b>	<b>32 997,5</b>	<b>(6,3)</b>	<b>13,7</b>	<b>771,6</b>	<b>779,0</b>	<b>2,4</b>	<b>33 776,5</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		111	–	–	–	–	–	111
Agents des services généraux et des catégories apparentées		70	–	–	–	–	–	70
<b>Total</b>		<b>181</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>181</b>

Figure 28.XV

**Sous-programme 2 : répartition des ressources proposées pour 2023 (avant actualisation des coûts)**

(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)

**Quotes-parts hors budget ordinaire et ressources extrabudgétaires**

28.78 Le montant des quotes-parts hors budget ordinaire pour le sous-programme devrait s'élever à 327 400 dollars, ce qui permettra de financer deux postes [1 P-2/1 et 1 G(AC)] et les objets de dépense autres que les postes. Ces ressources serviront essentiellement à des activités d'appui, concernant par exemple la diffusion de récits et l'hébergement de vidéos en ligne portant sur des questions intéressant le maintien de la paix. L'augmentation de 11 700 dollars qui est proposée tient à la révision des coûts salariaux standard, comme indiqué dans le rapport du Secrétaire général sur

le budget du compte d'appui aux opérations de maintien de la paix pour l'exercice allant du 1<sup>er</sup> juillet 2022 au 30 juin 2023.

- 28.79 Le montant des ressources extrabudgétaires pour le sous-programme devrait s'élever à 2 450 400 dollars, ce qui permettra de financer les objets de dépense autres que les postes. Ces ressources serviront essentiellement à appuyer des activités multimédias de fond en hindi. L'augmentation de 388 500 dollars qui est proposée tient principalement à l'augmentation des objets de dépense autres que les postes concernant les activités multimédias en hindi, compte tenu des contributions prévues.

### Sous-programme 3 Services de diffusion et de partage du savoir

- 28.80 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2023 s'élèvent à 20 649 400 dollars et font apparaître une augmentation nette de 45 700 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2022. On trouvera au paragraphe 28.65 d) des explications sur l'augmentation qui est proposée. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.16 et la figure 28.XVI.

Tableau 28.16

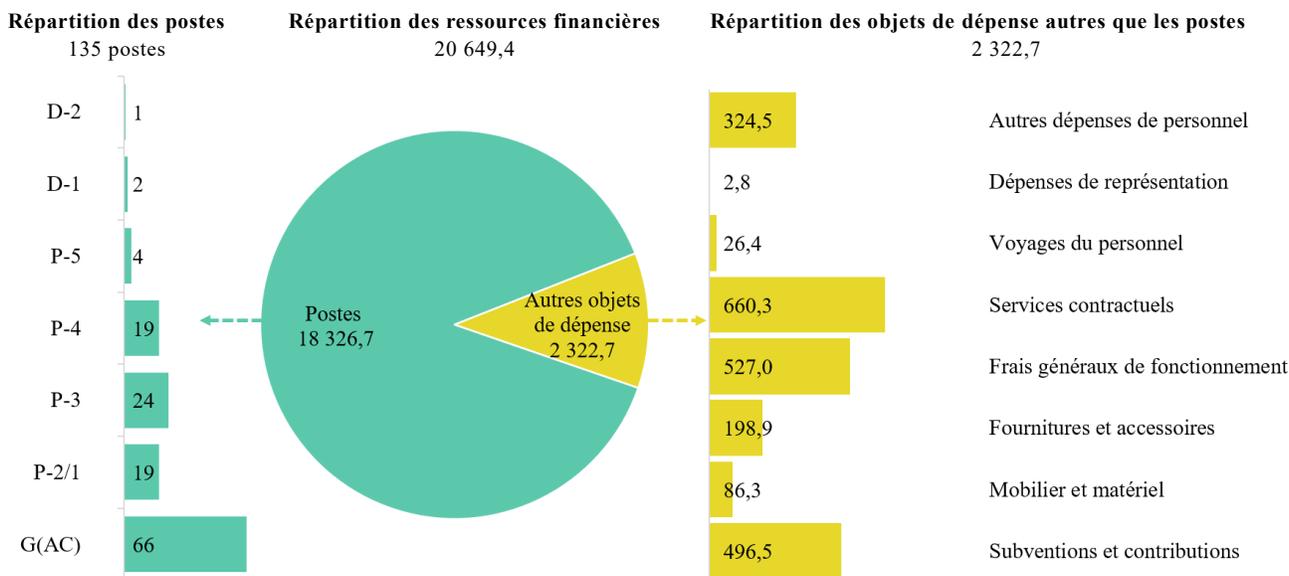
#### Sous-programme 3 : évolution des ressources financières et des postes

(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2023 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>									
Postes	17 748,2	18 283,1	–	–	43,6	43,6	0,2	18 326,7	
Autres objets de dépense	1 601,8	2 320,6	–	–	2,1	2,1	0,1	2 322,7	
<b>Total</b>	<b>19 350,0</b>	<b>20 603,7</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>45,7</b>	<b>45,7</b>	<b>0,2</b>	<b>20 649,4</b>	
<b>Postes, par catégorie</b>									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		68	–	–	–	1	1,5	69	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		66	–	–	–	–	–	66	
<b>Total</b>		<b>134</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>1</b>	<b>0,7</b>	<b>135</b>	

Figure 28.XVI  
**Sous-programme 3 : répartition des ressources proposées pour 2023 (avant actualisation des coûts)**

(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



**Ressources extrabudgétaires**

28.81 Le montant des ressources extrabudgétaires pour le sous-programme devrait s'élever à 8 324 300 dollars, ce qui permettra de financer 10 postes [1 P-3 et 9 G(AC)] et les objets de dépense autres que les postes. Ces ressources serviront essentiellement à soutenir les activités de fond et les activités opérationnelles liées à la publication intitulée *United Nations Development Business*, au Bureau de l'Envoyé(e) du Secrétaire général pour la jeunesse et au Consortium du système des Nations Unies pour l'acquisition d'informations électroniques. La diminution de 278 100 dollars qui est proposée tient principalement à une réduction du nombre d'activités extrabudgétaires, compte tenu des recettes prévues.

**Appui au programme**

28.82 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2023 s'élèvent à 3 794 400 dollars et ne font apparaître aucun changement par rapport aux crédits ouverts pour 2022. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.17 et la figure 28.XVII.

Tableau 28.17

**Appui au programme : évolution des ressources financières et des postes**

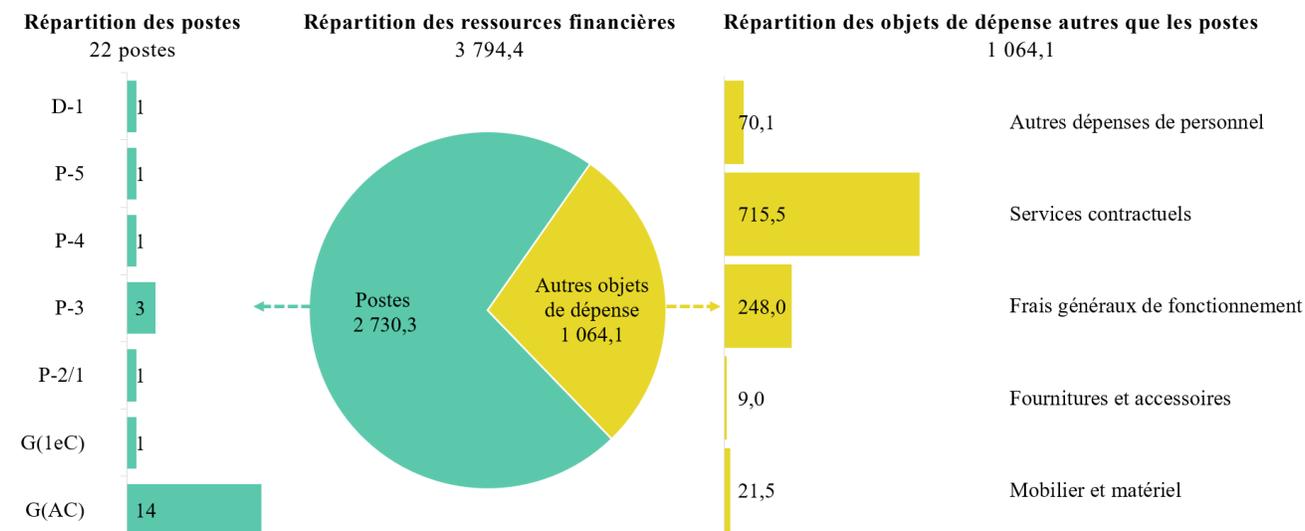
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2021 (dépenses effectives)	2022 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2023 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>									
Postes	2 583,8	2 730,3	–	–	–	–	–	–	2 730,3
Autres objets de dépense	1 017,5	1 064,1	–	–	–	–	–	–	1 064,1
<b>Total</b>	<b>3 601,3</b>	<b>3 794,4</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>3 794,4</b>
<b>Postes, par catégorie</b>									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		7	–	–	–	–	–	–	7
Agents des services généraux et des catégories apparentées		15	–	–	–	–	–	–	15
<b>Total</b>		<b>22</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>22</b>

Figure 28.XVII

**Appui au programme : répartition des ressources proposées pour 2023 (avant actualisation des coûts)**

(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



**Ressources extrabudgétaires**

28.83 Le montant des ressources extrabudgétaires pour l'appui au programme devrait s'élever à 546 300 dollars, ce qui permettra de financer un poste [G(AC)] et les objets de dépense autres que les postes. Ces ressources serviront à appuyer l'exécution d'activités extrabudgétaires au moyen de la prestation de services administratifs auprès de tous les sous-programmes. La diminution de 173 500 dollars qui est proposée tient principalement à la réduction des objets de dépense autres que les postes, compte tenu des dépenses constatées lors des exercices précédents et des ressources extrabudgétaires prévues pour 2023.

## Annexe I

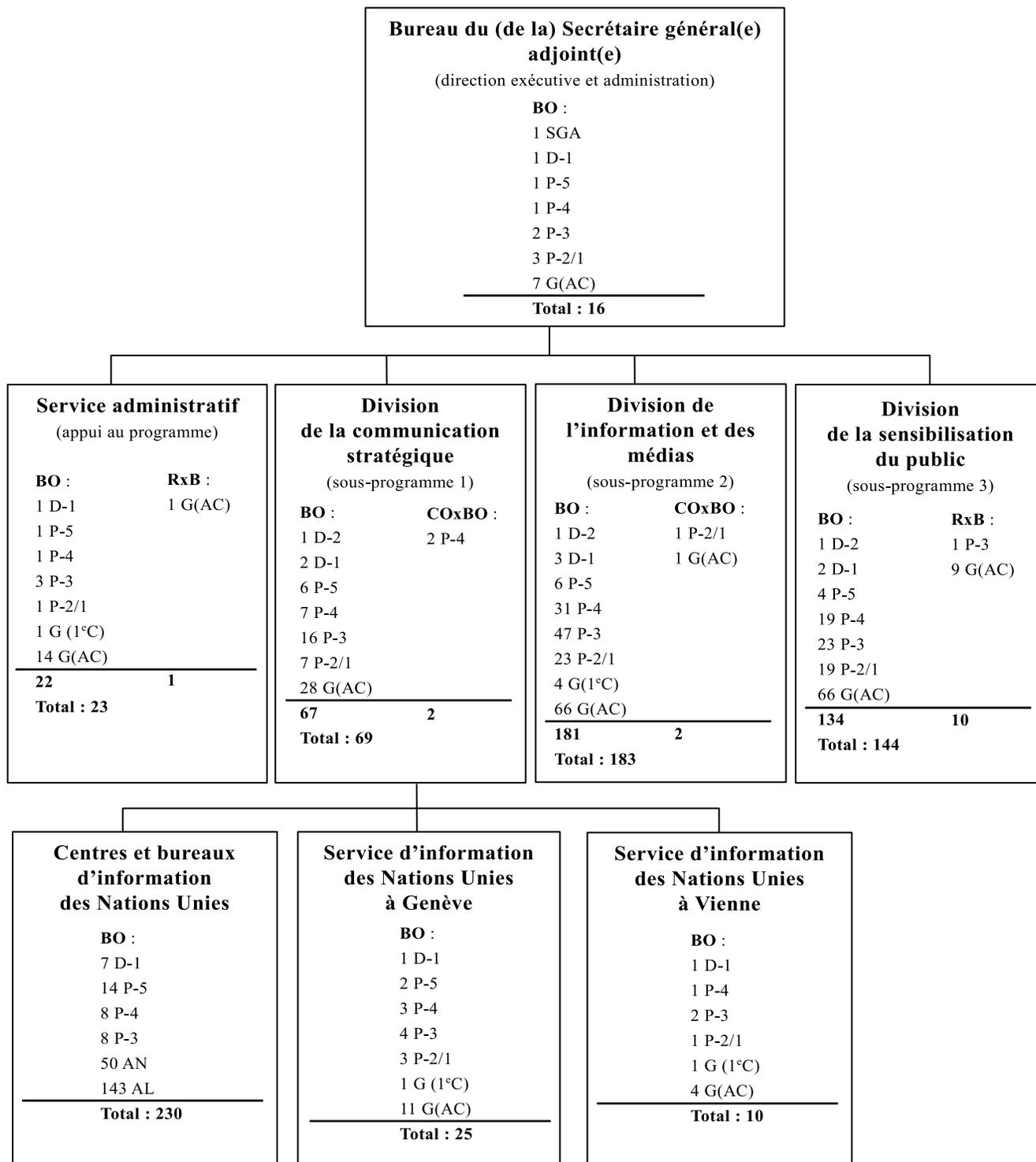
### Organigramme et répartition des postes pour 2023

On trouvera ci-après deux organigrammes, le premier montrant la structure retenue pour 2022 et le second la structure qui est proposée pour 2023.

#### Justification des changements proposés

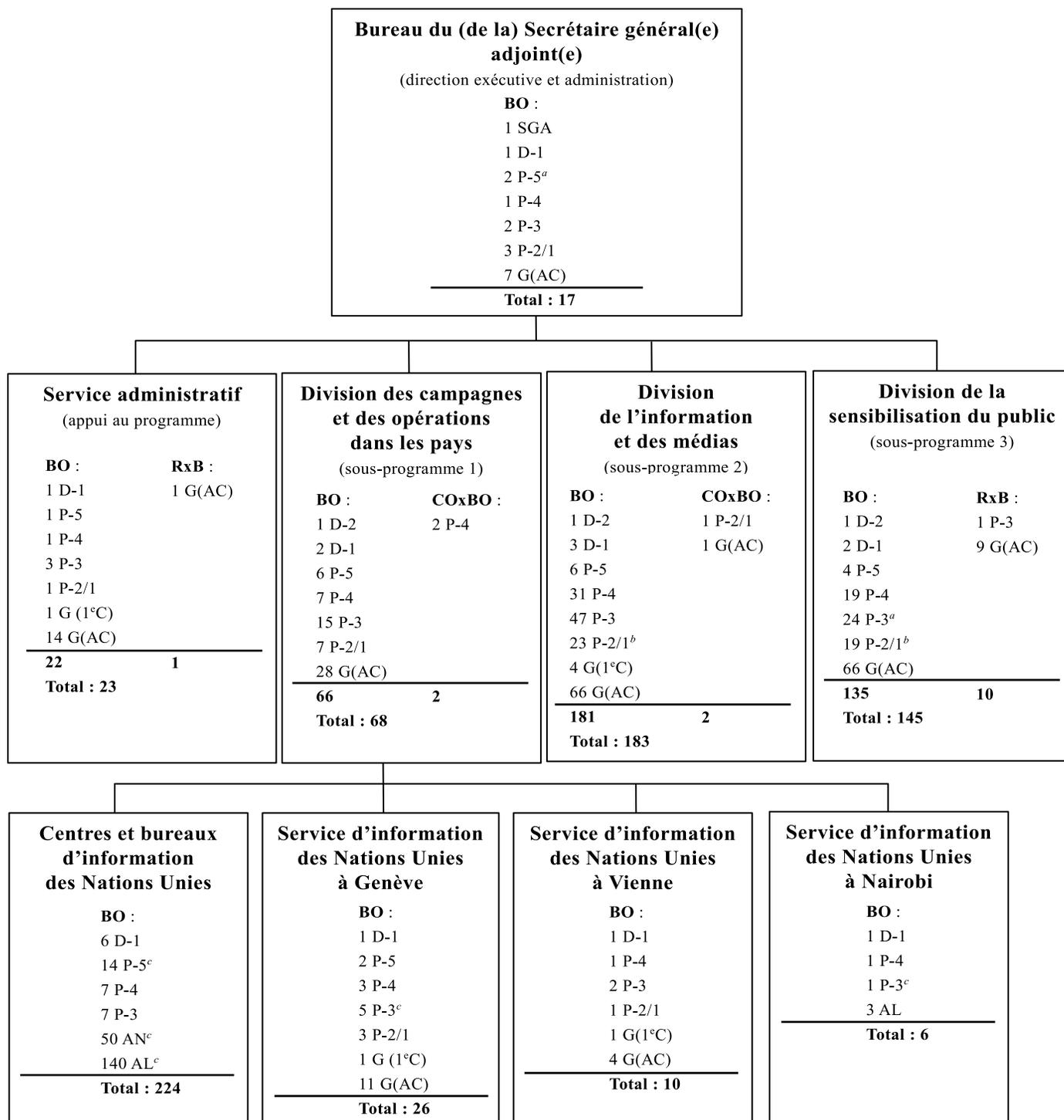
Conformément à la demande formulée par l'Assemblée générale dans sa résolution [76/84 A](#) (par. 53) et dans le cadre de son action visant à rationaliser et à harmoniser ses opérations sur le terrain, le Département prévoit de classer le Centre d'information de Nairobi dans la catégorie des services d'information des Nations Unies, afin de rapprocher le système d'appui à l'information de cette ville siège de ceux de Genève et de Vienne, de sorte que les trois bureaux aient un double rattachement au (à la) Directeur(trice) général(e) de la ville siège concernée et au (à la) Secrétaire général(e) adjoint(e) à la communication globale.

## A. Organigramme et répartition des postes approuvés pour 2022



*Abréviations :* AL = agent(e) local(e) ; AN = administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national ; BO = budget ordinaire ; COxBO = quotes-parts hors budget ordinaire ; G(1°C) = agent(e) des services généraux (1<sup>re</sup> classe) ; G(AC) = agent(e) des services généraux (Autres classes) ; RxB = ressources extrabudgétaires ; SGA = secrétaire général(e) adjoint(e).

## B. Organigramme et répartition des postes proposés pour 2023



<sup>a</sup> Création d'un poste de spécialiste hors classe de l'information (P-5) au titre de la composante Direction exécutive et gestion et d'un poste de spécialiste de l'information (P-3) (sous-programme 3).

<sup>b</sup> Réaffectation d'un poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe) (P-2) en tant que spécialiste de la gestion de l'information (adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe) (P-2) (sous-programme 2) ; réaffectation d'un poste de bibliothécaire (adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe) en tant que spécialiste des systèmes informatiques (adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe) (P-2) et d'un poste de graphiste (adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe) (P-2) en tant que spécialiste de la gestion de l'information (adjoint(e) de première classe) (P-2) (sous-programme 3).

<sup>c</sup> Transfert de cinq postes (1 P-5, 1 AN, 3 AL) de Lagos (Nigéria) à Abuja, d'un poste P-3 de Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie) à Nairobi et d'un poste P-3 de New York à Genève (sous-programme 1).

## Annexe II

## État récapitulatif de la suite donnée aux recommandations formulées par les organes consultatifs et les organes de contrôle

Résumé de la recommandation

Suite donnée à la recommandation

**Comité consultatif pour les questions administratives et budgétaires****A/76/7 et A/76/7/Corr.1**

[Le Comité] se félicite également que le Département de la communication globale ait la possibilité : d'améliorer l'unification des messages ; d'accroître la production multilingue, notamment en s'attachant à pourvoir rapidement ses nombreux postes vacants et, ce faisant, à constituer une main-d'œuvre se caractérisant par une plus grande diversité géographique et linguistique ; d'utiliser les technologies et les supports médiatiques, notamment les médias sociaux, de façon plus efficace et coordonnée ; de rationaliser sa structure ; de réaliser des gains d'efficacité. Il recommande que l'Assemblée générale prie le Secrétaire général de rendre compte des efforts engagés à ce titre dans le prochain projet de budget (par. VII.4).

[Le Comité] recommande que l'Assemblée générale prie le Secrétaire général de renforcer le multilinguisme et de prévoir les ressources nécessaires à la production de communiqués de presse dans les six langues officielles dans le cadre de son prochain projet de budget (voir également par. VII.22 et VII.28) (par. VII.6).

Le Comité consultatif est préoccupé par le déséquilibre géographique et le manque de diversité linguistique au Département et souligne la nécessité d'y remédier. Il compte que les besoins du Département en personnel, tant au Siège que dans les centres d'information des Nations Unies, seront réexaminés d'urgence et que les résultats de cette réflexion seront présentés dans le prochain projet de budget (par. VII.17).

Le Comité consultatif compte que la qualité des comptes rendus des réunions et des communiqués de presse continuera de s'améliorer et que des efforts seront faits pour déterminer les ressources à mobiliser afin d'accroître la production multilingue (voir par. VII.5, VII.6 et VII.22). Il recommande que l'Assemblée générale prie le Secrétaire général de présenter une proposition qui permettrait de développer, selon un bon rapport coût/efficacité et dans les limites des ressources disponibles, la production multilingue de comptes rendus de réunions et de communiqués de presse (par. VII.28).

Le Département a donné la priorité au recrutement de personnel depuis la levée du gel des embauches. Des informations relatives à l'utilisation efficace de la technologie et des supports médiatiques, en particulier les médias sociaux, ont été intégrées dans la partie A du présent rapport.

Le Département s'efforce toujours, dans la limite des ressources dont il dispose, de faire plus pour le multilinguisme, et il a pu assurer davantage de services multilingues lorsque les États Membres lui ont fourni des ressources supplémentaires, par exemple en appuyant la diffusion multilingue sur le Web de l'ONU.

Le personnel du Département est hétérogène et multilingue, avec notamment des équipes spécialisées par langue au sein d'ONU Info (pour les six langues officielles et trois autres langues, à savoir l'hindi, le kiswahili et le portugais), de la Section des services Web (pour les six langues officielles) et de la Section des médias sociaux (pour les six langues officielles et trois autres langues, à savoir l'hindi, le kiswahili et le portugais). En 2021, des ressources linguistiques supplémentaires ont été fournies pour diffuser sur le Web du contenu dans les six langues officielles.

Il continue d'explorer diverses options techniques avec le Département de l'Assemblée générale et de la gestion des conférences en vue de traduire automatiquement les communiqués de presse en quatre langues (arabe, chinois, espagnol et russe). Toutefois, de telles solutions nécessiteraient toujours du personnel supplémentaire afin de garantir l'exactitude des traductions.

## Annexe III

## Récapitulatif, par composante et sous-programme, des changements qu'il est proposé d'apporter aux postes

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>Postes</i>	<i>Classe</i>	<i>Description</i>	<i>Justification</i>
Direction exécutive et administration	1	P-5	<b>Création</b> de 1 poste de spécialiste hors classe de l'information	La création proposée d'un poste de classe P-5 permettrait de renforcer la fonction de planification et de coordination de la communication stratégique du Bureau du (de la) Secrétaire général(e) adjoint(e) à la communication globale en renforçant les capacités dans les domaines de la communication de crise et de la gestion de la réputation, de la planification stratégique et de la coordination du système. Le (ou la) titulaire du poste dirigerait la mise en œuvre de la stratégie de communication globale des Nations Unies dans un paysage médiatique en constante évolution, dans lequel on a besoin de la mobilisation et de l'action du public face à un nombre croissant de crises. Il ou elle renforcerait l'action sur le plan des opérations et de la coordination en réunissant les entités et les partenaires des Nations Unies concernés au sein de cellules de crise afin d'harmoniser les approches et les messages, notamment en recensant les questions émergentes. Il ou elle prendrait également en charge les orientations générales et la formation en matière de communication de crise, afin de contribuer à atténuer les risques et de faire en sorte que le personnel des Nations Unies soit mieux préparé à réagir. Cette capacité supplémentaire permettrait de fournir des orientations stratégiques en ce qui concerne les communications de l'ONU et de déterminer comment diffuser efficacement les messages dans un paysage médiatique encombré.
Sous-programme 1 Services relatifs aux campagnes et aux opérations dans les pays	1	P-3	<b>Transfert (géographique)</b> de 1 poste de spécialiste de l'information de Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie) à Nairobi	Dans le cadre de son action visant à rationaliser et à harmoniser ses opérations sur le terrain, le Département classera le Centre d'information de Nairobi dans la catégorie des Services d'information des Nations Unies, afin de rapprocher le système d'appui à l'information de cette ville siège de ceux de Genève et de Vienne, les trois centres relevant chacun à la fois du (de la) Directeur(trice) général(e) de la ville siège concernée et du (de la) Secrétaire général(e) adjoint(e) à la communication globale. Ainsi, le Service d'information des Nations Unies à Nairobi sera le seul prestataire chargé des services d'information dans ce lieu d'affectation. Le transfert proposé viendrait renforcer l'équipe de communication du Service d'information à Nairobi, qui comprend un(e) chef de bureau (D-1) et un(e) spécialiste de l'information (P-4), appuyés par trois agents des services généraux (autres classes). Le (ou la) titulaire aiderait le Service d'information des Nations Unies à Nairobi à s'acquitter pleinement et dans les délais de ses fonctions essentielles, et notamment : a) fournir un appui en matière d'information et de communication au (à la) Directeur(trice) général(e) de l'Office des Nations Unies à Nairobi, au (à la) Secrétaire général(e) et à

Composante/sous-programme	Postes	Classe	Description	Justification
				d'autres hauts responsables lors de leurs visites au Kenya, ainsi qu'aux équipes de pays des Nations Unies au Kenya, en Ouganda et aux Seychelles ; b) agir en tant que centre d'information pour le Kenya, l'Ouganda et les Seychelles, et de point de référence des Nations Unies dans ces pays en ce qui concerne l'information du public et les relations avec les médias ; c) assurer une couverture radiophonique, vidéographique et photographique, ainsi qu'une présence sur les médias sociaux, et faciliter la couverture médiatique des activités et réunions des entités des Nations Unies ; d) présider le Groupe de la communication des Nations Unies en vue de faciliter la coordination des activités de communication entre les entités des Nations Unies basées à Nairobi et les autres organisations internationales ; e) organiser des événements et des activités de sensibilisation visant à promouvoir les travaux et les priorités des Nations Unies ; f) gérer le service des visiteurs, qui organise des visites guidées de l'Office des Nations Unies à Nairobi afin de faire connaître au public les activités des Nations Unies à Nairobi et ailleurs.
	1	P-3	<b>Transfert (géographique)</b> de 1 poste de spécialiste de l'information de New York à Genève	Le transfert d'un poste (P-3) permettrait au Département d'assurer une présence sur les médias sociaux 24 heures sur 24 grâce à la présence d'un membre de l'équipe des médias sociaux travaillant dans un fuseau horaire différent. Cela permettrait également au Département de gérer le risque de perte de réputation en supervisant le contenu posté pendant la nuit à New York et de réagir en temps réel aux événements mondiaux.
	1	P-5	<b>Transfert (géographique)</b> de 1 poste de Directeur(trice) du Centre d'information de Lagos (Nigéria) à Abuja	Conformément au rapport du Secrétaire général intitulé « Repositionnement du système des Nations Unies pour le développement en vue de la mise en œuvre du Programme 2030 : notre promesse d'une vie dans la dignité, la prospérité et la paix sur une planète en bonne santé » (A/72/684-E/2018/7) et à la résolution 72/279 de l'Assemblée générale, dans laquelle cette dernière a demandé que soient augmentés l'effectif permanent des coordonnateurs résidents et des équipes de pays, et que soit créée une structure de communication intégrée dans chaque pays grâce au partage des locaux et à la fusion des bureaux de pays des centres d'information des Nations Unies et des bureaux des coordonnateurs résidents, le Département propose de transférer son centre d'information de Lagos (Nigéria), ainsi que son personnel, au bureau du (de la) coordonnateur(trice) résident(e) à Abuja. Ce partage des locaux et le transfert du poste concerné contribueraient à renforcer la capacité de communication de l'équipe de pays.
	1	AN	<b>Transfert (géographique)</b> de 1 poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe) de Lagos (Nigéria) à Abuja	
	3	AL	<b>Transfert (géographique)</b> de 3 postes (1 assistant(e) d'information, 1 assistant(e) d'équipe et 1 aide-bibliothécaire) de Lagos à Abuja	
Sous-programme 2 (Services d'information)	1	P-2	<b>Réaffectation</b> de 1 poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe) en tant que spécialiste de la gestion de l'information (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe)	La réaffectation d'un poste (P-2) permettrait de faire face à l'augmentation de la complexité et à l'élargissement de la portée technique des travaux du Groupe des ressources multimédias. Les travaux que mène le Groupe en matière d'informatique, qui supervise le développement et la gestion du système

## Titre VII Communication globale

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>Postes</i>	<i>Classe</i>	<i>Description</i>	<i>Justification</i>
Sous-programme 3 (Services de diffusion et de partage du savoir)	1	P-3	<b>Création</b> de 1 poste de spécialiste de l'information	de plateforme multimédia globale intégrée (GLIMPS), ont pris de l'ampleur. Ce système regroupe les sites Web des services de diffusion, la Médiathèque, la Photothèque et UNifeed, dont certains sont disponibles dans les six langues officielles. Le Groupe gère également plusieurs plateformes informatiques (ex : Orange Logic et Contegix), le système de gestion des fichiers du Département et l'intégration de celui-ci avec les flux de travail de plusieurs équipes de la Section des services audiovisuels. Cette réaffectation permettrait de répondre à l'évolution des besoins et de la demande de compétences en matière de technologies de l'information.  La création d'un poste (P-3) a été proposée dans le cadre du rapport du Secrétaire général intitulé « Éradiquer le racisme et promouvoir la dignité de toutes et tous au Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies » (A/76/771).
	1	P-2	<b>Réaffectation</b> de 1 poste de bibliothécaire (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe) en tant que spécialiste des systèmes informatiques (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe)	La réaffectation de deux postes de classe P-2 est due à l'évolution des exigences du travail, qui nécessite des compétences plus avancées en matière d'informatique, en particulier au sein de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld. Cette réaffectation vise à renforcer les capacités du Département en matière de gestion de l'information numérique, de compétences en communication numérique et de graphisme.
	1	P-2	<b>Réaffectation</b> de 1 poste de graphiste (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe) en tant que spécialiste de la gestion de l'information (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe)	

*Abréviations* : AL = agent(e) local(e) ; AN = administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national.