



# Assemblée générale

Distr. générale  
9 avril 2019  
Français  
Original : anglais

## Soixante-quatorzième session

Points 137 et 138 de la liste préliminaire\*\*

## Projet de budget-programme pour 2020

### Planification des programmes

## Projet de budget-programme pour 2020

### Titre VII Communication globale

### Chapitre 28 Communication globale

### Programme 24 Communication globale

## Table des matières

	<i>Page</i>
Avant-propos . . . . .	3
Orientations générales. . . . .	4
A. Projet de plan-programme pour 2020 et exécution du programme en 2018***. . . . .	7
B. Postes et autres objets de dépense proposés pour 2020****. . . . .	18
Annexes	
I. Organigramme et répartition des postes pour 2020 . . . . .	35
II. Récapitulatif, par composante et sous-programme, des changements qu'il est proposé d'apporter aux postes permanents et aux postes temporaires . . . . .	36

\* Nouveau tirage pour raisons technique (22 mai 2019).

\*\* [A/74/50](#).

\*\*\* Comme demandé au paragraphe 11 de la résolution [72/266 A](#), la partie consacrée au plan-programme et aux résultats 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.







## Avant-propos

Je suis entrée à l'ONU après une carrière de près de 40 ans dans le journalisme. Aux amis et aux proches qui me demandent si cela me plaît, je réponds que c'est à la fois très gratifiant et véritablement passionnant. Rien n'est plus satisfaisant que de voir l'ONU faire véritablement honneur à son nom et toutes ses composantes mettre en commun les immenses réserves de dynamisme et d'intellect dont elles disposent et unir leurs efforts pour tracer résolument la voie à suivre.

Lancée en 2018, la campagne *Service et sacrifice*, qui rend hommage aux Casques bleus des Nations Unies, est un parfait exemple de cette communauté d'action. Les pays qui mettent de courageux soldats de la paix à la disposition des activités de maintien de la paix des Nations Unies ont souhaité que ces efforts soient salués. En collaboration étroite avec le Département des opérations de paix, le Département de l'information a réuni des vidéos qui mettent en évidence la fonction essentielle jouée par les soldats de la paix et, soucieux d'économies, il a profité des déplacements organisés par d'autres départements et bureaux – par exemple, le Bureau de lutte contre le terrorisme – pour demander aux membres du personnel appelés à voyager de rapporter de nouveaux contenus.

Le Département de l'information a déniché dans ses archives des vidéos, des photos au pouvoir évocateur et des récits éloquentes qui, associés à des cartes, à d'autres ressources et à un usage judicieux des médias sociaux, ont donné tout son élan à la campagne. Quelques mois plus tard, lorsque le Secrétaire général a rencontré les représentants des pays fournisseurs de contingents, plus de 15 pays avaient déjà été mis à l'honneur dans le cadre de la campagne et au moins 20 autres attendaient avec enthousiasme leur tour. Les gouvernements et les médias du monde entier n'ont pas été en reste et se sont fait l'écho de l'initiative. C'est maintenant avec la même énergie et le même enthousiasme que nous réformons le Département. Nous avons commencé par lui donner un nouveau nom, le Département de la communication globale, pour rendre compte de l'action de portée mondiale à mener au XXI<sup>e</sup> siècle. Nous avons pour ambition d'amplifier notre communication à la fois sur les plans interne et externe.

Nous avons entrepris de recadrer et d'améliorer nos productions diffusées sur tous les canaux d'information, afin de faire passer, au moyen de vidéos, de podcasts, d'articles et de photographies, le message suivant : de concert avec les États Membres, l'ONU est en mesure de coordonner une aide humanitaire vitale de très vaste envergure, de faciliter le maintien de la paix, d'établir des normes mondiales pour ce qui est de la problématique femmes-hommes, et de mettre les esprits les plus brillants au service de la lutte contre les changements climatiques, qui progressent beaucoup plus vite que l'action visant à les enrayer. En informant et en mobilisant des publics extrêmement divers, le Département contribue à la réalisation des objectifs de l'Organisation des Nations Unies tels qu'ils sont énoncés dans l'Article 1 de la Charte. Par son action de communication globale, il entend aider l'ONU à donner à chacun les moyens et la motivation de définir son avenir. Cette action passe également par une coopération plus étroite entre les entités des Nations Unies et avec les États Membres.

Tout cela s'inscrit, bien sûr, dans le contexte des objectifs de développement durable, objectifs indispensables et de portée mondiale. En tant que communicateurs, nous pouvons montrer l'exemple en faisant connaître les objectifs et en trouvant de nouveaux moyens de faire comprendre la mission de l'ONU. En tant que rassembleurs, nous pouvons façonner le message à transmettre et œuvrer auprès de tous les secteurs de la société – entreprises, organisations non gouvernementales, enseignants, artistes et explorateurs – pour le faire passer. Les jeunes, ainsi que leurs leaders, devraient faire du Programme de développement durable à l'horizon 2030 un cadre d'action qui ouvre la porte à un monde meilleur.

La Secrétaire générale adjointe à la communication globale  
(Signé) Alison Smale

## Orientations générales

### Mandat et considérations générales

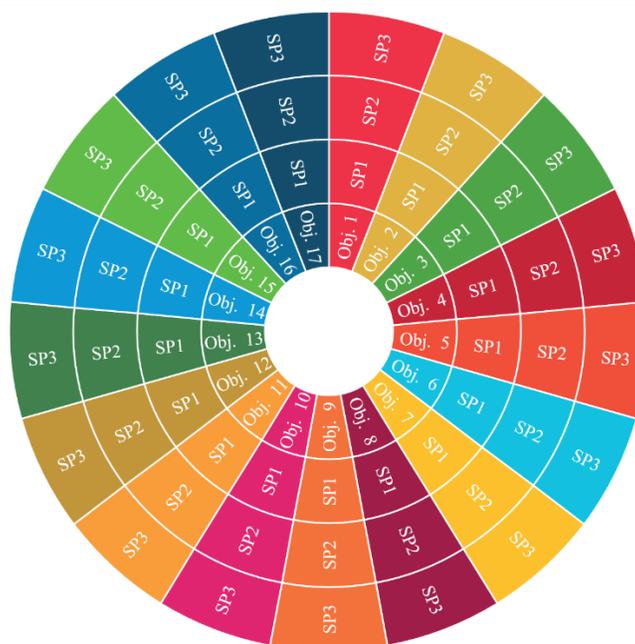
- 28.1 Le Département de la communication globale est chargé de communiquer au monde entier les idéaux et les activités de l'Organisation des Nations Unies ; de dialoguer et de coopérer avec des publics divers ; de mobiliser un appui en faveur des buts et principes consacrés par la Charte des Nations Unies. Son mandat découle des priorités arrêtées dans les résolutions et décisions de l'Assemblée générale, notamment la résolution 13 (I), la résolution 69/324 sur le multilinguisme et, plus récemment, les résolutions 73/102 A et B sur les questions relatives à l'information. Le monde fait face 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, y compris l'action urgente à mener face aux changements climatiques à l'heure où, pour limiter à 2 degrés Celsius le réchauffement planétaire, il faudrait, d'après le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, que les émissions atteignent leur maximum d'ici à 2020 et diminuent ensuite.

### Lien avec la Charte des Nations Unies et les objectifs de développement durable

- 28.2 Le Département se réfère à son mandat pour définir les produits devant lui permettre d'atteindre l'objectif de chaque sous-programme. Les objectifs vont dans le sens du but poursuivi par l'Organisation, à savoir, comme il est dit à l'Article 1 de la Charte des Nations Unies, être un centre où s'harmonisent les efforts des nations vers des fins communes. Ce but se retrouve dans les objectifs énoncés dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030. La figure 28.I illustre la façon dont les objectifs des sous-programmes et, partant, les produits prévus s'articulent avec les objectifs de développement durable.

Figure 28.I

#### Communication globale : lien entre les sous-programmes et les objectifs de développement durable



## Contexte actuel

- 28.3 Le Secrétaire général a demandé à la Secrétaire générale adjointe à la communication globale de faire en sorte que le Département de l'information soit plus efficace et s'acquitte mieux de son mandat. Mises en œuvre par le personnel, conformément au mandat confié par l'Assemblée générale, les initiatives de réforme ont fait l'objet de séances d'information et de réflexion informelles avec les États Membres en 2018, qui ont débouché sur la proposition d'attribuer un nouveau nom au Département. Les États Membres ont été informés de la proposition de modifier le nom du Département et des propositions de réforme de la Secrétaire générale adjointe à la quarantième session du Comité de l'information, tenue en mai 2018, et par l'intermédiaire du rapport du Secrétaire général sur les questions relatives à l'information (A/73/288) présenté à l'Assemblée générale à sa soixante-treizième session et examiné par la Commission des questions politiques spéciales et de la décolonisation (Quatrième Commission) en octobre 2018. Ils ont appuyé la proposition de modifier le nom du Département ainsi que les propositions de réforme dudit Département. Le 7 décembre 2018, l'Assemblée générale a adopté la résolution 73/102 A-B sur les questions relatives à l'information, dans laquelle elle a pris acte du rapport du Secrétaire général. Le Département a changé de nom le 1<sup>er</sup> janvier 2019.
- 28.4 Le nouveau nom du Département – le Département de la communication globale – signale au public le passage intentionnel à une structure de communication plus agile, plus dynamique et plus interactive. En outre, la mise en œuvre en 2018 et en 2019 de 14 initiatives porteuses de changement vise à aider le Département à relever les défis du XXI<sup>e</sup> siècle dans le domaine de plus en plus complexe et concurrentiel de la communication. Le Département appuie également avec vigueur la réforme du système des Nations Unies pour le développement, qui prévoit l'intégration des centres d'information des Nations Unies et des bureaux des coordonnateurs résidents en vue de renforcer les capacités de communication au niveau des pays.

## Stratégie pour 2020 et facteurs externes

- 28.5 Le plan-programme d'ensemble pour 2020 tient compte de la réforme du Département axé sur la modernisation et l'adoption d'une stratégie globale de la communication. Pour accomplir la mission dont il est investi, le Département fonde son action sur les principes de base ci-après, en mettant l'accent sur le multilinguisme dès le stade de la planification : l'établissement de relations de travail stratégiques avec les départements et bureaux organiques du Secrétariat et les entités des Nations Unies ; un recours plus large aux nouvelles technologies, tant dans les médias traditionnels que dans les médias sociaux et numériques, afin d'assurer une diffusion directe et instantanée de l'information dans le monde entier; la promotion du multilinguisme et le respect de la parité des six langues officielles de l'ONU lors de la création de supports d'information et de communication. Il fournit également des services d'information aux représentants et aux fonctionnaires par l'intermédiaire de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld et favorise l'échange d'information et la communication interne au moyen d'iSeek, l'intranet de l'Organisation.
- 28.6 En ce qui concerne les facteurs externes, les hypothèses ci-après ont été retenues lors de l'établissement du plan d'ensemble pour 2020 :
- toutes les parties prenantes et tous les partenaires s'acquittent des responsabilités et obligations qui leur incombent en vertu des accords de prestation de services et des partenariats ;
  - l'accès des publics cibles aux programmes, produits et services n'est pas limité ou entravé par des problèmes techniques ou des problèmes de sécurité ou autre ni par l'état des infrastructures.
- 28.7 Le Département tient compte de la problématique femmes-hommes dans ses activités opérationnelles, ses produits et ses résultats, selon qu'il convient. Pour sensibiliser davantage ses divers publics aux questions relatives à l'égalité des sexes et aux droits des femmes, il s'emploie à communiquer de manière plus nuancée et plus diversifiée et en tenant davantage compte de cette problématique. Conformément à sa stratégie en la matière, le Département a procédé à une étude

initiale de ses contenus et produits afin d'évaluer dans quelle mesure il tient compte de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes. Il suivra et améliorera l'intégration de la problématique femmes-hommes dans les travaux relevant de ses différents sous-programmes.

- 28.8 Le Département collabore avec de multiples partenaires, notamment la société civile, les États Membres, des organisations non gouvernementales, des enseignants, des médias et le secteur privé. Dans le cadre de sa réforme, il s'efforcera d'élargir la portée de son action en adoptant une approche plus stratégique et plus rationnelle des partenariats, afin de pouvoir mieux transmettre son message, de diverses manières, à un public encore plus large, notamment aux jeunes.
- 28.9 En ce qui concerne la coordination et la liaison interinstitutions, en tant que secrétariat du Groupe de la communication des Nations Unies et de ses équipes spéciales, le Département s'emploie à renforcer la coordination des activités de communication dans l'ensemble du système des Nations Unies, y compris les groupes des Nations Unies chargés de la communication aux niveaux national et régional, afin d'harmoniser les messages portant sur telle ou telle question.

### Activités d'évaluation

- 28.10 Les évaluations et auto-évaluations qui ont été menées à bien en 2018 et dont la liste est donnée ci-après ont orienté l'établissement du plan-programme pour 2020 :
- a) évaluation du Département de l'information réalisée par le Bureau des services de contrôle interne (référence : n° IED-18-003) ;
  - b) auto-évaluation : évaluation des travaux du Département de l'information sous l'angle de la problématique femmes-hommes.
- 28.11 Il a été tenu compte des conclusions des évaluations et auto-évaluations susmentionnées au moment de l'établissement du plan-programme pour 2020. Le Bureau des services de contrôle interne a recommandé que le Département procède à un haut niveau, de manière soutenue et en étant axé sur l'avenir à une réflexion stratégique qui l'aiderait à définir ses priorités ; réduise les inefficiences structurelles au Siège et sur le terrain ; crée un contenu plus moderne et plus attrayant pour ses différents publics ; renforce ses partenariats selon une démarche globale et intégrée. Le Département a pris ces recommandations en compte dans le cadre de sa réforme, comme en témoignent les principaux résultats escomptés pour 2020 pour chacun des sous-programmes, qui mettent l'accent sur des échanges accrus avec le public (sous-programme 1), un contenu plus moderne (sous-programme 2) et de meilleurs partenariats (sous-programme 3).
- 28.12 Il est prévu de procéder en 2020 à une auto-évaluation des activités de communication menées en faveur de la lutte contre les changements climatiques.

## A. Projet de plan-programme pour 2020 et exécution du programme en 2018

### Programme de travail



### Sous-programme 1 Services de communication stratégique

#### 1. Objectif

- 28.13 L'objectif auquel le sous-programme contribue est d'assurer une meilleure compréhension de l'action, des principes et des buts de l'Organisation des Nations Unies.

#### 2. Lien avec les objectifs de développement durable

- 28.14 De portée très large, l'objectif est lié à tous les objectifs de développement durable.

#### 3. Coup de projecteur sur l'un des résultats obtenus en 2018

---

#### Dans le monde entier, des voix se font entendre à l'occasion de l'anniversaire de la Déclaration des droits de l'homme

En 2018, des femmes, des hommes, des filles et des garçons du monde entier se sont joints au Secrétaire général, à des célébrités, à des personnalités influentes et à des États Membres dans le cadre de la campagne vidéo Faites-vous entendre. Ce site d'enregistrement vidéo, mis au point par le Département en collaboration avec un partenaire extérieur, a permis à tout un chacun de s'enregistrer en train de lire dans sa langue maternelle un article de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Les vidéos ont ensuite été visionnées, publiées et promues par le Département sur les médias sociaux, ce qui a encouragé un plus grand nombre de personnes à s'associer à l'initiative.

#### *Des résultats concrets*

Concrètement, en s'enregistrant et en diffusant leur vidéo sur les médias sociaux, les uns et les autres ont pris position en faveur des droits de la personne et ont aidé à mieux les faire comprendre. Soixante-dix ans après son adoption, la Déclaration universelle demeure la pierre angulaire du cadre international de protection des droits de l'homme et le document le plus traduit au monde.

En témoigne le fait que plus de 2 000 personnes de 125 pays ont fait entendre leur voix dans 80 langues au cours de 2018. Parmi elles se trouve Sarang Mangi, étudiante pakistanaise, qui dit avoir été émerveillée par toutes ces belles vidéos du monde entier et être intimement persuadée que, grâce à l'éducation et à des messages de tolérance émanant du monde entier, les droits universels de la personne deviendront une réalité pour tous. Les participants



ont diffusé leurs contributions sur les médias sociaux, tandis que des célébrités comme Angélique Kidjo, Michael Douglas et Yo-Yo Ma ont suscité une vive mobilisation. Les vidéos diffusées sur une chaîne YouTube créée pour l'occasion ont été visionnées jusqu'à 12 000 fois chacune, et le site Web de l'Organisation consacré à la campagne a enregistré depuis le début plus de 260 000 pages vues. La collection de vidéos multilingues qui en résulte, diffusée sur le site Web de l'ONU, constitue un outil d'éducation aux droits de l'homme qui perdurera au-delà du soixante-dixième anniversaire de ce document historique que constitue la Déclaration universelle des droits de l'homme, célébré en décembre 2018 et permettra ainsi à chacun de connaître ses droits. Les partenariats formés avec la société civile et le secteur privé et la pleine participation du réseau mondial des centres d'information des Nations Unies ont contribué de façon décisive au succès de la campagne.



YouTube : *Faites-vous entendre*  
(<https://www.youtube.com/watch?v=rTgKPeQe92M&t=13s>)

La campagne a été l'une des initiatives multilingues numériques qui ont été menées pour amener un public mondial à mieux comprendre les travaux et les buts de l'ONU et à s'y associer, ainsi que le veut l'objectif du Département. Ce résultat illustre ce qui a été fait en 2018 pour atteindre collectivement l'objectif fixé.

---

- 28.15 L'un des résultats escomptés pour 2018, à savoir une meilleure connaissance de l'ONU et un soutien accru apporté au niveau local à l'Organisation, grâce au travail effectué par les centres d'information des Nations Unies (voir le projet de budget-programme pour l'exercice biennal 2018-2019), a été atteint, ainsi que l'atteste l'augmentation de la proportion des personnes visées qui affirment mieux connaître et soutenir davantage l'Organisation, au sein des populations locales. Ce résultat se fonde sur les réponses de 6 825 participants à des séances d'information recueillies par le réseau de bureaux extérieurs du Département. Dans l'ensemble, 94 % des personnes interrogées (contre 93 % en 2017) ont jugé que l'action de leur centre local d'information des Nations Unies les aidait beaucoup ou quelque peu à améliorer leur compréhension de l'ONU. Le pourcentage d'opinions positives ou très positives de l'ONU est passé de 75 % avant la participation à une activité organisée par un centre d'information à 91 % après, tandis que le pourcentage de participants ayant une opinion négative de l'Organisation a reculé et a été ramené de 4 % à 1 %. Par ailleurs, le pourcentage d'opinions neutres a été ramené de 22 % à 7 %, ces opinions faisant place à des avis très positifs ou positifs.

#### 4. Coup de projecteur sur l'un des résultats escomptés pour 2020

---

##### **D'une meilleure compréhension de l'action menée par l'ONU à une participation accrue aux campagnes de l'ONU**

En 2018, le Département a permis à des publics très divers de se mobiliser en faveur de l'Organisation sur diverses questions. La campagne organisée à l'occasion du soixante-dixième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme, relève d'une approche qui vise à tirer parti des possibilités de communication numérique pour mettre l'accent sur la participation de publics du monde entier en vue de mieux faire comprendre des thèmes clefs.

##### *Une réponse adaptée à la situation*

La participation et les réactions positives qui ont été obtenues ont prouvé l'efficacité des messages de l'Organisation et de sa stratégie de communication, mais le plus difficile consiste à transposer cette stratégie à plus grande échelle et à mettre au point des méthodes de mobilisation du public.

En réponse, en 2020, de nouveaux moyens seront mis à l'essai et la stratégie sera modulée pour accroître la participation aux campagnes de l'ONU. Déjà en 2019, il a été fait appel à l'intelligence artificielle, en particulier dans le cadre des préparatifs du Sommet sur le climat de 2019 et de la campagne Agir maintenant, pour encourager chacun et chacune à se mobiliser en faveur du climat et à intégrer les objectifs de développement durable dans son quotidien. Un chatbot a été conçu et utilisé à cette fin. En 2020, le Département renforcera la mobilisation du public en se fondant sur des projets pilotes couronnés de succès, tels que le Guide des paresseux pour sauver la planète, qui propose de participer concrètement à la réalisation des objectifs de développement durable selon quatre niveaux

de complexité croissante. Le site Web consacré aux objectifs (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/>), qui a été complètement remanié en 2018, jouera un rôle de premier plan à cet égard. Avec 15,5 millions de visiteurs uniques par an, il se classe au deuxième rang des sites Web de l'ONU les plus visités.

Les médias constituent un autre groupe auquel s'adressent les campagnes de l'ONU. Lancé en 2018 en marge de la soixante-treizième session de l'Assemblée générale, le Pacte des médias en faveur de la réalisation des objectifs de développement durable regroupe des médias d'information et de divertissement désireux de favoriser un dialogue public et de mieux faire connaître ces objectifs. Le Département met tous les mois du contenu rédactionnel à la disposition de ces médias, selon un calendrier visant à établir un lien entre l'actualité et les différents objectifs, et continuera à le faire jusqu'à l'examen quinquennal qui aura lieu en septembre 2020.

#### *Des résultats concrets*

Les produits escomptés devraient contribuer au résultat, à savoir l'augmentation de la participation du public du monde entier aux campagnes d'information de l'ONU. Concrètement, si le résultat est atteint, un plus grand nombre de personnes se mobiliseront aux côtés de l'ONU dans le cadre de cette nouvelle stratégie structurée : elles tireront parti de diverses plateformes et initiatives, comme indiqué dans la figure ci-après. S'il se concrétise, le résultat illustrera ce qui aura été fait en 2020 pour atteindre collectivement l'objectif fixé.

#### *Mesure des résultats*

2018	2019	2020
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15,5 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable</li> <li>• Le Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable est lancé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16,8 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable</li> <li>• Le nombre de participants au Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable augmente pour atteindre 45 membres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 17,6 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable</li> <li>• Le nombre de participants au Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable augmente pour atteindre 60 membres</li> </ul>

28.16 Le mandat qui lui a été confié dans le cadre du sous-programme continuera de guider le Département de la communication globale dans la conduite de ses activités et de lui servir de cadre pour la livraison de ses produits.

### **5. Produits retenus pour la période 2018-2020**

8.17 On trouvera dans le tableau ci-après les produits retenus pour la période 2018-2020, classés par catégorie et sous-catégorie, qui ont contribué et devraient continuer de contribuer à la réalisation de l'objectif énoncé ci-dessus.

Tableau 28.1

**Sous-programme 1 : produits retenus pour la période 2018-2020, par catégorie et sous-catégorie**

	<i>2018 Produits prévus</i>	<i>2018 Produits livrés</i>	<i>2019 Produits prévus</i>	<i>2020 Produits prévus</i>
<b>Produits quantifiés</b>				
<b>A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts</b>				
Documentation destinée aux organes délibérants (nombre de documents)	1	1	1	1
<b>B. Création et transfert de connaissances</b>				
Séminaires, ateliers et activités de formation (nombre de jours)	26	26	26	26
<b>Produits non quantifiés</b>				
<b>D. Activités de communication</b>				
Programmes d'information, manifestations spéciales et supports d'information				
Relations extérieures et relations avec les médias				
Plateformes numériques et contenus multimédias				



## Sous-programme 2 Services d'information

### 1. Objectif

28.18 L'objectif auquel le sous-programme contribue est d'assurer une meilleure compréhension de l'action, des principes et des buts de l'Organisation des Nations Unies.

### 2. Lien avec les objectifs de développement durable

28.19 De portée très large, l'objectif est lié à tous les objectifs de développement durable.

### 3. Coup de projecteur sur l'un des résultats obtenus en 2018

#### Un lien avec l'ONU à 10 000 mètres d'altitude

En 2018, les voyageurs de quelques-unes des plus grandes compagnies aériennes du monde ont eu la surprise de découvrir des vidéos et des émissions radio de l'ONU parmi la palette de divertissements proposés en vol. De nombreux passagers ont ainsi pu avoir un premier aperçu des multiples activités de l'Organisation. Cette initiative est née des mesures prises dans le cadre du sous-programme pour chercher, en dehors des moyens de diffusion traditionnels, des possibilités de présenter le contenu multilingue de l'ONU à un public plus large. Les compagnies aériennes partenaires ont leur siège en Asie, en Afrique, au Moyen-Orient, en Europe et en Amérique du Nord.

Dans le cadre de l'accord de partenariat négocié par le Département, une compagnie aérienne asiatique a peint un de ses nouveaux appareils en bleu ONU et apposé sur le fuselage les symboles distinctifs des objectifs de développement durable et un slogan (en anglais) d'appui à l'ONU. C'était une première pour une compagnie aérienne partenaire. La livraison de l'avion et son premier vol ont suscité un vif intérêt de la part des médias et du public. Des organes de presse nationaux et locaux et des médias sociaux ont parlé non seulement de l'avion, mais aussi de l'ONU et des objectifs de développement durable, touchant des millions de personnes, qui pour beaucoup ne connaissaient probablement rien aux objectifs.

La recherche de nouveaux canaux de diffusion a mené à la formation de partenariats avec la compagnie aérienne, qui ont permis de placer des messages créés par l'ONU dans la revue publiée par celle-ci et de projeter une vidéo du Département en février et en mars, mois pendant lesquels les voyages sont les plus nombreux.



*L'inauguration d'un nouvel avion de ligne arborant le logo des objectifs de développement durable. Source : ONU*

*Des résultats concrets*

Concrètement, les activités menées ont aidé à sensibiliser le public aux activités de l'Organisation. En témoigne le fait que plus de 4 millions de passagers ont pu découvrir la campagne Service et sacrifice consacrée aux opérations de maintien de la paix des Nations Unies. Ce résultat illustre ce qui a été fait en 2018 pour atteindre collectivement l'objectif fixé.

---

- 28.20 L'un des résultats escomptés pour 2018, à savoir l'utilisation accrue, par les organes de presse et d'autres acteurs, des informations et des produits multimédias connexes concernant l'Organisation des Nations Unies qui sont établis dans les six langues officielles (voir le projet de budget-programme pour l'exercice biennal 2018-2019), a été atteint, comme l'atteste l'augmentation du nombre de partenariats conclus avec les réseaux de diffusion d'émissions de radio et de télévision, par langue et par région. Fin décembre 2018, le Département avait des partenariats avec 1 080 organes de presse et diverses entités (185 chaînes de télévision, 914 stations de radio et 8 compagnies aériennes) dans 153 pays et territoires. Il a signé des accords de diffusion ou des accords écrits d'un autre type avec ces clients – organismes de radio et de télévision traditionnels, journaux en ligne, sites vidéo et audio ou compagnies aériennes –, pour qu'ils diffusent ses produits ou s'en servent dans le cadre de leurs propres activités. Les produits audiovisuels établis dans le cadre du sous-programme dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais sont distribués aux partenaires par voie électronique, par exemple au moyen de liens téléchargeables et de fichiers envoyés par courrier électronique. Afin de diversifier ses clients, le Département cherche de plus en plus à conclure des partenariats avec des médias autres que les organismes de radio et de télévision et avec d'autres secteurs d'activité, tels que les plateformes de diffusion en flux et les compagnies aériennes. Il a ainsi participé à l'APEX Expo 2018, organisée par l'Airline Passenger Experience Association. En 2018, il a également conclu des accords avec trois universités pour qu'elles traduisent bénévolement ses supports de communication.

#### **4. Coup de projecteur sur l'un des résultats escomptés pour 2020**

---

##### **Le dynamisme numérique au service de la mobilisation des jeunes**

Le site Web de l'ONU ([www.un.org](http://www.un.org)) est une plateforme multilingue permettant de se rapprocher du public. De tous les sites de l'ONU, c'est également celui qui reçoit le plus de visites. Il y a donc moyen d'en faire un moyen de communication très efficace qui serait entièrement contrôlé par l'Organisation. En 2018, plus de 46,2 millions d'utilisateurs uniques ont consulté le site Web de l'ONU, environ 164 millions de pages ont été consultées et la durée totale des visites a totalisé environ 3,5 millions d'heures.

##### *Une réponse adaptée à la situation*

Il est ressorti d'une analyse plus approfondie du comportement des utilisateurs du site qu'une proportion importante du nombre total de visites était le fait de jeunes utilisateurs. Plus précisément, les données indiquent que plus de 60 % d'entre eux ont entre 18 et 34 ans. La difficulté est de toucher et de fidéliser un plus grand nombre de jeunes à long terme.

En réponse, en 2020, l'ONU s'emploiera à rendre le site plus dynamique et plus interactif, afin de mobiliser encore plus ce segment du public. À partir de 2019, le Département de la communication globale planifiera et entreprendra un remaniement du site, qui s'achèvera en 2020, en faisant appel aux technologies de publication sur le Web les plus évoluées et à divers outils numériques parmi les plus récents. La nouvelle structure qui sera mise en place sera fondée sur une nouvelle architecture de l'information et une nouvelle présentation, qui permettra aux utilisateurs de se déplacer plus aisément sur le site et de découvrir le contenu qui s'y trouve plus facilement. L'objectif est de créer une plateforme plus contemporaine et plus accessible, qui fasse appel à des méthodes modernes de publication en ligne et aux technologies actuelles et qui aidera l'ONU à captiver son public et à nouer des échanges durables.

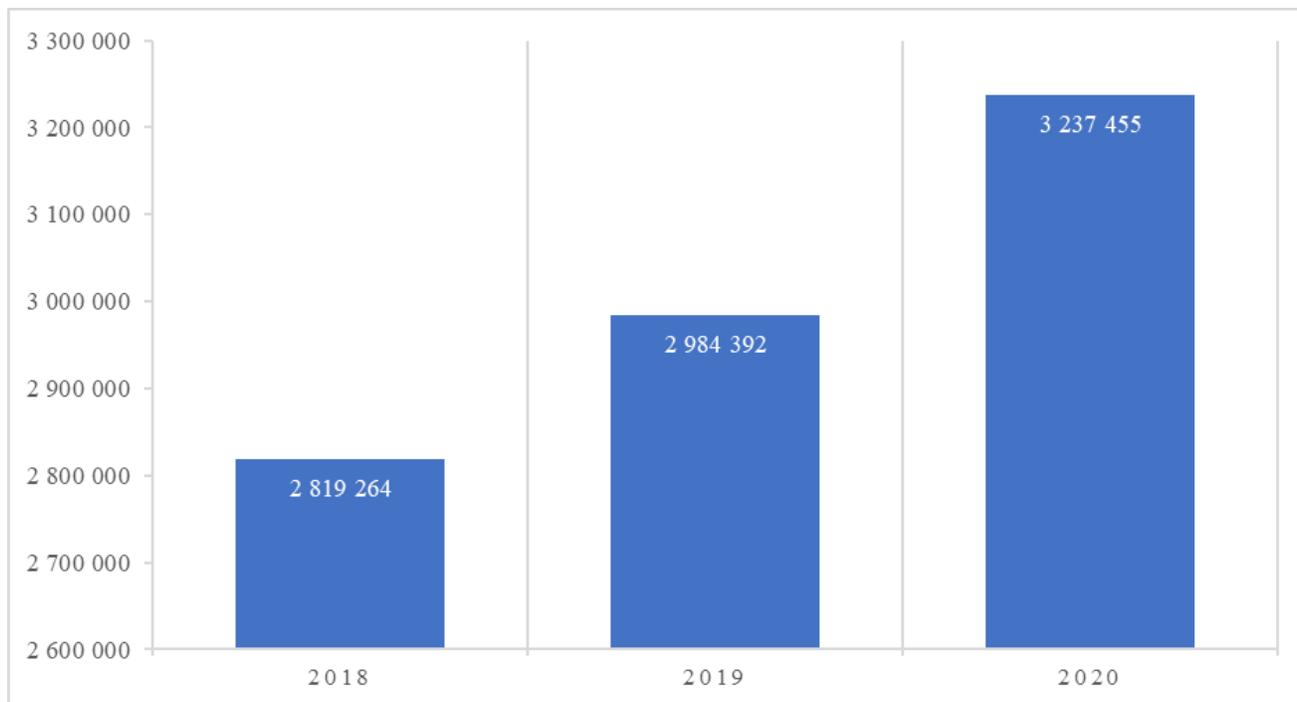
*Des résultats concrets*

Le produit escompté devrait contribuer au résultat, à savoir un plus fort rayonnement auprès du groupe des 18-34 ans et des échanges accrus avec celui-ci.

Concrètement, si le résultat est atteint, le public touché (le nombre d'utilisateurs) et l'intérêt suscité (le nombre de pages vues et la durée totale des visites) augmenteront, comme indiqué dans la figure ci-après ; l'accent sera mis sur l'amélioration des résultats mesurables auprès des publics cibles, dans toutes les langues.

S'il se concrétise, le résultat illustrera ce qui aura été fait en 2020 pour atteindre collectivement l'objectif fixé.

*Mesure des résultats : durée totale des visites sur le site Web de l'ONU (nombre d'heures)*



- 28.21 Le mandat qui lui a été confié dans le cadre du sous-programme continuera de guider le Département de la communication globale dans la conduite de ses activités et de lui servir de cadre pour la livraison de ses produits.

## 5. Produits retenus pour 2020

- 28.22 On trouvera dans le tableau ci-après les produits retenus pour 2020, classés par catégorie et sous-catégorie, qui devraient continuer de contribuer à la réalisation de l'objectif énoncé ci-dessus.

Tableau 28.2

**Sous-programme 2 : produits retenus pour 2020, par catégorie et sous-catégorie**

**Produits non quantifiés**

**D. Activités de communication**

Relations extérieures et relations avec les médias

Plateformes numériques et contenus multimédias



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

#### 1. Objectif

28.23 L'objectif auquel le sous-programme contribue est d'assurer une meilleure compréhension de l'action, des principes et des buts de l'Organisation des Nations Unies.

#### 2. Lien avec les objectifs de développement durable

28.24 De portée très large, l'objectif du sous-programme est lié à tous les objectifs de développement durable.

#### 3. Coup de projecteur sur l'un des résultats obtenus en 2018

##### Grandir avec les objectifs de développement durable : des producteurs de séries animées pour enfants au service du Programme 2030

À l'appui du Programme 2030, le sous-programme vise à sensibiliser l'opinion et à inciter les différents groupes d'âge à modifier leurs modes de vie. En 2018, un partenariat a été noué dans le cadre du sous-programme avec les producteurs d'une série animée destinée aux enfants d'âge préscolaire et à leurs parents ou aux adultes qui s'occupent d'eux. Il avait pour objet de favoriser la compréhension des objectifs de développement durable et de susciter des actes concrets en faveur de la réalisation de ces objectifs.

Les jeunes, et les jeunes enfants en particulier, sont des acteurs clefs dans la réalisation des objectifs, mais les campagnes de sensibilisation traditionnelles des Nations Unies n'ont guère réussi à les toucher et à les mobiliser.

Une stratégie a donc été mise au point pour présenter les objectifs mondiaux aux jeunes enfants, au moyen d'histoires et de personnages qu'ils connaissent bien et auxquels ils reviennent régulièrement. Ce projet a servi à véhiculer un contenu éducatif informel dans un format multimédia divertissant et aisément compréhensible.

Des thèmes relatifs aux objectifs de développement durable ont été traités dans neuf épisodes et un long métrage afin d'exposer les spectateurs à des sujets et des messages liés aux objectifs, au moyen de récits captivants et familiers. En outre, sept séquences vidéo éducatives de trois minutes destinées aux enfants d'âge préscolaire, accompagnées de six guides à l'usage des parents, ont été tournées pour faire naître des conversations et favoriser des changements de mode de vie dans les familles. Les histoires et les supports pédagogiques étaient axés sur les objectifs 4, 5, 6, 11, 12 et 15.



*Grandir avec les objectifs de développement durable. Source : Monica Suarez, Programme des Nations Unies pour le développement*

*Des résultats concrets*

Concrètement, les activités menées ont aidé à familiariser le public avec le Programme 2030 et à le mobiliser. Ce partenariat a réuni un fabricant de jouets et des entités des Nations Unies, notamment le Fonds international de développement agricole, le Programme des Nations Unies pour le développement, le Programme des Nations Unies pour l'environnement, le Fonds des Nations Unies pour l'enfance et l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (ONU-Femmes).

Concrètement, le message de promotion des objectifs a été diffusé dans plusieurs pays et dans plusieurs langues. En 2018, la série télévisée pour enfants comprenant neuf épisodes inspirés des objectifs a été diffusée dans 14 pays (Allemagne, Australie, Belgique, Brésil, Canada, États-Unis d'Amérique, Fédération de Russie, Israël, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord et Turquie) en 10 langues (allemand, anglais, espagnol, hébreu, italien, néerlandais, polonais, portugais, russe et turc). La série sera diffusée dans d'autres pays et dans d'autres langues.

En outre, les sept vidéos éducatives créées dans le cadre de cette collaboration ont été vues au total plus de 1,8 million de fois sur les chaînes officielles de YouTube (699 000 fois en espagnol, 570 000 en anglais et 540 000 en portugais). La promotion de ces vidéos sur les médias sociaux au moyen du mot-dièse #AllAboardForGlobalGoals a donné lieu à 27 400 interactions sur Twitter, Facebook et Instagram. Ce résultat illustre ce qui a été fait en 2018 pour atteindre collectivement l'objectif fixé.

---

- 28.25 L'un des résultats prévus pour 2018, à savoir une meilleure compréhension et une meilleure promotion des travaux et des idéaux de l'ONU grâce à des informations multilingues, à des collaborations et à des partenariats efficaces (voir le projet de budget-programme pour l'exercice biennal 2018-2019), a été atteint, ainsi que l'atteste le nombre de pays dans lesquels les supports promotionnels du Département sont diffusés.

#### **4. Coup de projecteur sur l'un des résultats escomptés pour 2020**

---

##### **Tokyo 2020, Expo 2020 Dubaï et soixante-quatrième anniversaire de l'ONU : de nouveaux partenariats**

Ces trois grandes manifestations se prêtent à une mobilisation durable en faveur de l'action de l'ONU. Les activités menées dans le cadre du sous-programme visent à établir des partenariats avec les États Membres, ainsi qu'avec un vaste ensemble d'acteurs de la société civile, notamment des organisations non gouvernementales, des établissements d'enseignement, le monde du spectacle, les jeunes, les personnes influentes et le secteur privé, pour faire participer et mobiliser différents publics.

*Une réponse adaptée à la situation*

Il est ressorti d'une analyse des partenariats menée en 2018 que les relations ainsi constituées ne portaient parfois que sur un seul projet ou étaient éphémères. La difficulté consistera à établir et à renforcer des partenariats durables en vue d'une mobilisation en faveur du Programme 2030 qui ne se limite pas à tel ou tel projet ou à telle ou telle activité.

En réponse, en 2020, l'objectif est de passer, dans le cadre du sous-programme, de relations avec les partenaires fondées sur des manifestations ponctuelles liées à un ou plusieurs objectifs de développement durable à une coopération de plus vaste portée allant au-delà de 2020. Compte tenu de l'intérêt que suscitent dans le monde entier les Jeux olympiques et paralympiques qui se dérouleront à Tokyo en 2020 et l'Exposition universelle qui aura lieu à Dubaï (Émirats arabes unis) également en 2020, le Département a commencé à planifier, avec les entités qui organisent les Jeux et l'Exposition universelle, le système des Nations Unies et d'autres partenaires, un programme de sensibilisation aux objectifs et aux activités de l'ONU, qui sera également lié aux manifestations prévues dans le cadre du soixante-quatrième anniversaire de l'Organisation en 2020.

*Des résultats concrets*

Les produits escomptés devraient contribuer au résultat, à savoir la mise en place d'un dispositif régissant les partenariats stratégiques, qui réunira les États Membres, le système des Nations Unies et les partenaires de la société civile et témoignera de leur attachement aux valeurs et buts de la Charte des Nations Unies et aux aspirations interdépendantes énoncées dans le Programme 2030.

Concrètement, si le résultat est atteint, l'ONU nouera, dans le contexte du dispositif ainsi établi, des partenariats qui l'aideront à renforcer l'appui qui lui est apporté et à promouvoir la mise en œuvre du Programme 2030.

S'il se concrétise, ce résultat illustrera ce qui aura été fait en 2020 pour atteindre collectivement l'objectif fixé.

*Mesure des résultats*

---

2018	2019	2020
Les partenaires doivent participer davantage dans le cadre d'une nouvelle approche stratégique de la gestion des partenariats	Les partenaires commencent à collaborer dans le cadre d'une nouvelle stratégie en faveur de partenariats durables	Les partenaires renforcent l'appui apporté à l'ONU et à la mise en œuvre du Programme 2030 dans le cadre de la stratégie en faveur de partenariats durables

---

- 28.26 Le mandat qui lui a été confié dans le cadre du sous-programme continuera de guider le Département de la communication globale dans la conduite de ses activités et de lui servir de cadre pour la livraison de ses produits.

**5. Produits retenus pour la période 2018-2020**

- 28.27 On trouvera dans le tableau ci-après les produits retenus pour 2020, classés par catégorie et sous-catégorie, qui devraient continuer de contribuer à la réalisation l'objectif énoncé ci-dessus.

Tableau 28.3

**Sous-programme 3 : produits retenus pour la période 2018-2020, par catégorie et sous-catégorie**

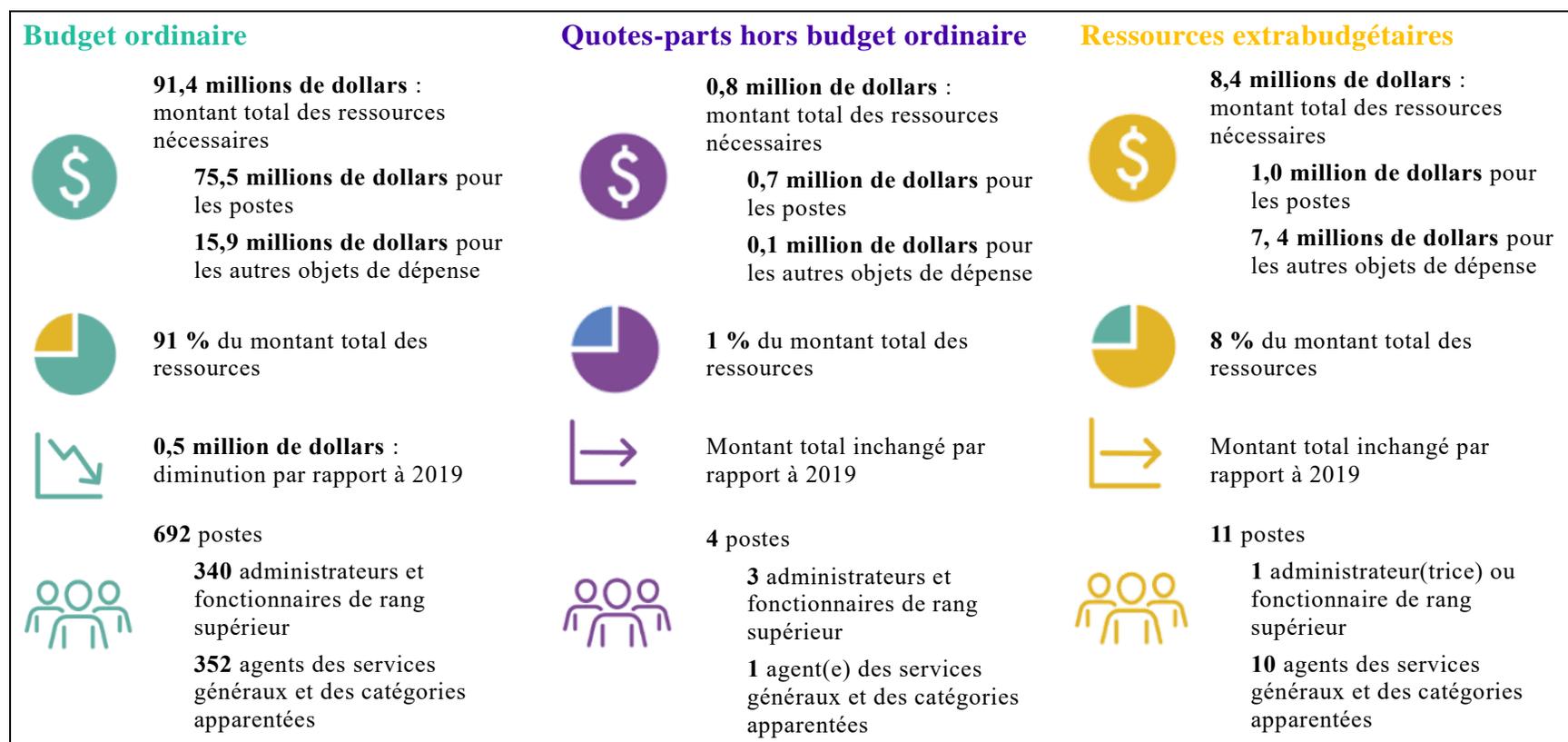
	<i>2018 Produits prévus</i>	<i>2018 Produits livrés</i>	<i>2019 Produits prévus</i>	<i>2020 Produits prévus</i>
<b>Produits quantifiés</b>				
<b>A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts</b>				
Documentation destinée aux organes délibérants (nombre de documents)	4	4	4	4
Services fonctionnels pour les réunions (nombre de réunions de trois heures)	20	20	20	20
<b>B. Création et transfert de connaissances</b>				
Séminaires, ateliers et activités de formation (nombre de jours)	147	147	150	150
<b>Produits non quantifiés</b>				
<b>D. Activités de communication</b>				
Programmes d'information, manifestations spéciales et supports d'information				
Relations extérieures et relations avec les médias				
Plateformes numériques et contenus multimédias				
Services de bibliothèque				

## B. Postes et autres objets de dépense proposés pour 2020

### Vue d'ensemble

28.28 On trouvera dans la figure 28.II et le tableau 28.4 des informations sur les ressources financières et les postes nécessaires pour 2020, répartis entre le budget ordinaire et les quotes-parts hors budget ordinaire et les ressources extrabudgétaires qu'il est prévu de recevoir.

Figure 28.II  
2020 en chiffres



Note : Avant actualisation des coûts.

Tableau 28.4

**Ressources financières et postes, par composante, sous-programme et source de financement : vue d'ensemble**

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

	<i>Budget ordinaire</i>			<i>Quotes-parts hors budget ordinaire</i>			<i>Ressources extrabudgétaires</i>			<i>Total</i>		
	<i>2019 (crédits ouverts)</i>	<i>2020 (prévisions avant actualisation des coûts)</i>	<i>Variation</i>	<i>2019 (estimations)</i>	<i>2020 (prévisions)</i>	<i>Variation</i>	<i>2019 (estimations)</i>	<i>2020 (prévisions)</i>	<i>Variation</i>	<i>2019 (estimations)</i>	<i>2020 (prévisions)</i>	<i>Variation</i>
<b>Ressources financières</b>												
Direction exécutive et administration	1 896,7	1 896,7	–	–	–	–	–	–	–	1 896,7	1 896,7	–
<b>Programme de travail</b>												
1. Services de communication stratégique	34 938,3	34 961,9	23,6	498,9	523,1	24,2	1 001,7	1 001,7	–	36 438,9	36 462,5	23,6
2. Services d'information	31 831,7	31 811,9	(19,8)	237,2	248,3	11,1	1 557,8	1 557,8	–	33 626,7	33 606,9	(19,8)
3. Services de diffusion et de partage du savoir	19 534,7	19 159,9	(374,8)	–	–	–	5 660,0	5 660,0	–	25 194,7	24 819,9	(374,8)
<b>Total partiel (programme de travail)</b>	<b>86 304,7</b>	<b>85 933,7</b>	<b>(371,0)</b>	<b>736,1</b>	<b>771,4</b>	<b>35,3</b>	<b>8 219,5</b>	<b>8 219,5</b>	<b>–</b>	<b>95 260,3</b>	<b>94 889,3</b>	<b>(371,0)</b>
Appui au programme	3 691,7	3 585,8	(105,9)	–	–	–	191,0	191,0	–	3 882,7	3 585,8	(296,9)
<b>Total</b>	<b>91 893,1</b>	<b>91 416,2</b>	<b>(476,9)</b>	<b>736,1</b>	<b>771,4</b>	<b>35,3</b>	<b>8 410,5</b>	<b>8 410,5</b>	<b>–</b>	<b>101 039,7</b>	<b>100 371,8</b>	<b>(667,9)</b>
<b>Postes</b>												
Direction exécutive et administration	12	12	–	–	–	–	–	–	–	12	12	–
<b>Programme de travail</b>												
1. Services de communication stratégique	320	319	(1)	2	2	–	–	–	–	322	321	(1)
2. Services d'information	202	203	1	2	2	–	–	–	–	204	205	1
3. Services de diffusion et de partage du savoir	142	136	(6)	–	–	–	10	10	–	152	146	(6)
<b>Total partiel (programme de travail)</b>	<b>664</b>	<b>658</b>	<b>(6)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>–</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>678</b>	<b>672</b>	<b>(6)</b>
Appui au programme	22	22	–	–	–	–	1	1	–	23	23	–
<b>Total</b>	<b>698</b>	<b>692</b>	<b>(6)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>–</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>–</b>	<b>713</b>	<b>707</b>	<b>(6)</b>

**Budget ordinaire : vue d'ensemble**

28.29 On trouvera dans les tableaux 28.5 et 28.6 des informations sur le montant des ressources financières et les postes qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 et, selon le cas, sur les changements dont il est tenu compte. La diminution des montants demandés s'explique partiellement par une nouvelle répartition du travail ainsi que par la rationalisation et la normalisation des structures et des opérations. Des renseignements plus détaillés sont donnés dans les sections consacrées aux différentes composantes. Le montant demandé permet de financer l'exécution des mandats dans leur intégralité, d'une manière efficace et rationnelle.

Tableau 28.5

**Évolution des ressources financières, par composante et grande catégorie de dépenses**

(En milliers de dollars des États-Unis)

Composante	Changements							2020	2020	
	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total	Pourcentage	(prévisions avant actualisation des coûts)	(prévisions après actualisation des coûts)	
Direction exécutive et administration	1 637,7	1 896,7	–	–	–	–	–	1 896,7	81,8	1 978,5
Programme de travail	86 377,8	86 304,7	(164,8)	1 189,1	(1 395,3)	(371,0)	(0,4)	85 933,7	3 164,4	89 098,1
Appui au programme	3 387,4	3 691,7	(16,0)	–	(89,9)	(105,9)	(2,9)	3 585,8	112,0	3 697,8
<b>Total</b>	<b>91 402,8</b>	<b>91 893,1</b>	<b>(180,8)</b>	<b>1 189,1</b>	<b>(1 485,2)</b>	<b>(476,9)</b>	<b>(0,5)</b>	<b>91 416,2</b>	<b>3 358,2</b>	<b>94 774,4</b>
<b>Grandes catégories de dépenses</b>										
Postes	78 248,3	75 982,1	–	440,0	(960,4)	(520,4)	(0,7)	75 461,7	3 104,4	78 566,1
Autres objets de dépense	13 154,5	15 911,0	(180,8)	749,1	(524,8)	43,5	0,3	15 954,5	253,8	16 208,3
<b>Total</b>	<b>91 402,8</b>	<b>91 893,1</b>	<b>(180,8)</b>	<b>1 189,1</b>	<b>(1 485,2)</b>	<b>(476,9)</b>	<b>(0,5)</b>	<b>91 416,2</b>	<b>3 358,2</b>	<b>94 774,4</b>

Tableau 28.6

**Évolution des postes permanents, par catégorie**

Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur	Changements					2020	Variation
	2019 (effectif approuvé)	Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	(effectif proposé)		
SGA	1	–	–	–	1	–	
D-2	3	–	–	–	3	–	
D-1	18	–	–	–	18	–	
P-5	34	–	–	–	34	–	
P-4	72	–	–	–	72	–	
P-3	104	–	1	–	105	1	
P-2/1	57	–	1	(1)	57	–	
<b>Total partiel</b>	<b>289</b>	<b>–</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>290</b>	<b>1</b>	

	Changements				2020 (effectif proposé)	Variation
	2019 (effectif approuvé)	Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements		
<b>Agents des services généraux</b>						
1 <sup>re</sup> classe	7	–	–	–	7	–
Autres classes	205	–	4	(8)	201	(4)
<b>Total partiel</b>	<b>359</b>	<b>–</b>	<b>4</b>	<b>(11)</b>	<b>352</b>	<b>(7)</b>
<b>Autres catégories de personnel</b>						
Agents locaux	147	–	–	(3)	144	(3)
Administrateurs recrutés sur le plan national	50	–	1	(1)	50	–
<b>Total partiel</b>	<b>197</b>	<b>–</b>	<b>1</b>	<b>(4)</b>	<b>194</b>	<b>–</b>
<b>Total</b>	<b>698</b>	<b>–</b>	<b>7</b>	<b>(13)</b>	<b>692</b>	<b>(6)</b>

Note : L'annexe II récapitule les changements, par composante, sous-programme et catégorie de personnel.

Abréviation : SGA = secrétaire général(e) adjoint(e).

## Direction exécutive et administration

- 28.30 La Secrétaire générale adjointe à la communication globale assume la direction générale et la gestion stratégique des activités de communication de l'Organisation, qui découlent des mandats qui sont confiés à celle-ci et du programme de travail approuvé, tant au Siège que sur le terrain. Elle établit les politiques et les directives du Département, s'occupe de certains aspects et problèmes touchant aux politiques générales et à la gestion et assure la gestion du personnel et la gestion administrative et financière du Département. Elle dirige également 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.
- 28.31 En 2018, la Secrétaire générale adjointe a engagé une réforme afin de moderniser la stratégie du Département dans un contexte où les techniques de communication évoluent rapidement et connaissent des mutations liées aux mégadonnées, aux technologies numériques et à des sources d'informations qui se font concurrence. La réforme vise à élargir la portée des activités de communication dans diverses langues et à mobiliser différents publics, notamment les jeunes, en faveur du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et de la réalisation des 17 objectifs de développement durable. Le Département a lancé 14 initiatives porteuses de changement, qui exploitent les potentialités et apportent des solutions et des améliorations dans trois domaines d'activité prioritaires : direction et stratégie, gestion des ressources et efficacité opérationnelle.
- 28.32 Le Bureau de la Secrétaire générale adjointe à la communication globale évalue l'exécution du programme du Département et fait rapport à ce sujet par l'intermédiaire du Groupe de la recherche en matière d'évaluation et de communication. Celui-ci évalue les effets des programmes et activités du Département et apporte son savoir-faire en ce qui concerne l'analyse de la couverture médiatique et la collecte de données sur les besoins des publics cibles. Il est également l'interlocuteur des services d'inspection et de contrôle tels que le Corps commun d'inspection et le Bureau des services de contrôle interne.
- 28.33 Comme prévu par le Programme de développement durable à l'horizon 2030, en particulier par la cible 12.6 des objectifs de développement durable, dans laquelle les organismes sont encouragés à intégrer des informations sur le développement durable dans leurs rapports périodiques, et conformément au mandat général approuvé par l'Assemblée générale au paragraphe 19 de sa résolution 72/219, le Département incorpore des méthodes de gestion de l'environnement dans ses

activités. En 2018, il a lancé la campagne « Incarnez le changement », initiative très populaire, et organisé, à l'intention du personnel du Secrétariat, une série de manifestations et d'activités concourant à la durabilité, notamment une opération de nettoyage au bord d'un fleuve, une campagne de dons et de nombreuses activités de recyclage. En 2020, il poursuivra ces efforts en vue d'une plus grande mobilisation en faveur des mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques et de la participation du personnel à des initiatives concourant à la durabilité.

28.34 On trouvera dans le tableau 28.7 des informations sur le respect des délais de soumission de la documentation et d'achat des billets d'avion.

Tableau 28.7  
**Respect des délais**

(En pourcentage)

	2018 (taux prévu)	2018 (taux effectif)	2019 (taux prévu)	2020 (taux prévu)
Soumission de la documentation dans les délais	100	100	100	100
Achat des billets d'avion au moins deux semaines avant le départ	100	66	100	100

28.35 Le montant qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 s'élève à 1 896 700 dollars et ne fait apparaître aucun changement par rapport au montant du crédit ouvert pour 2019. On trouvera des renseignements supplémentaires dans les figures 28.III et 28.IV et dans le tableau 28.8.

Figure 28.III  
**Direction exécutive et administration : évolution des ressources par rapport au montant du budget ordinaire**

(En millions de dollars des États-Unis)

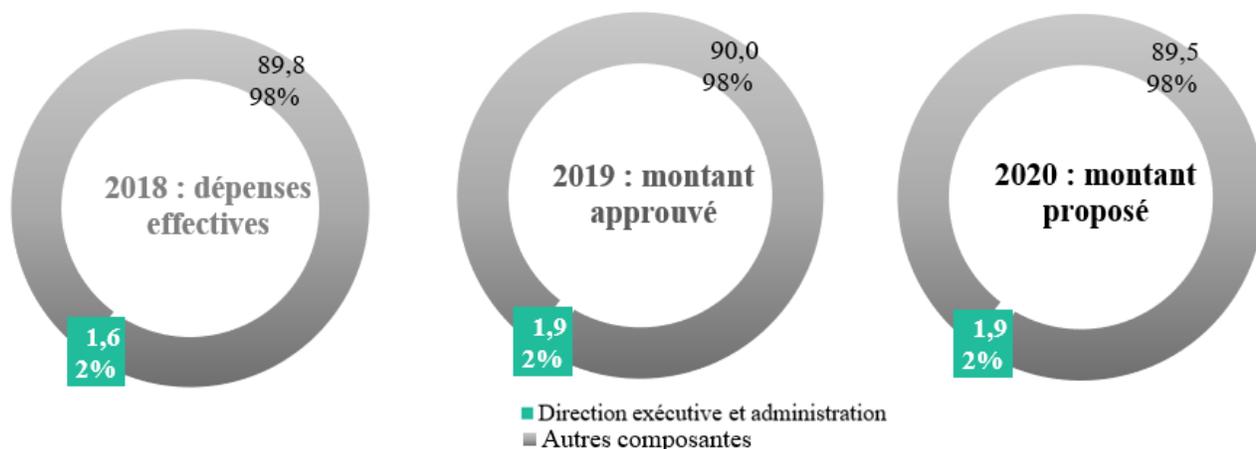


Tableau 28.8  
**Direction exécutive et administration : évolution des ressources financières et des postes**

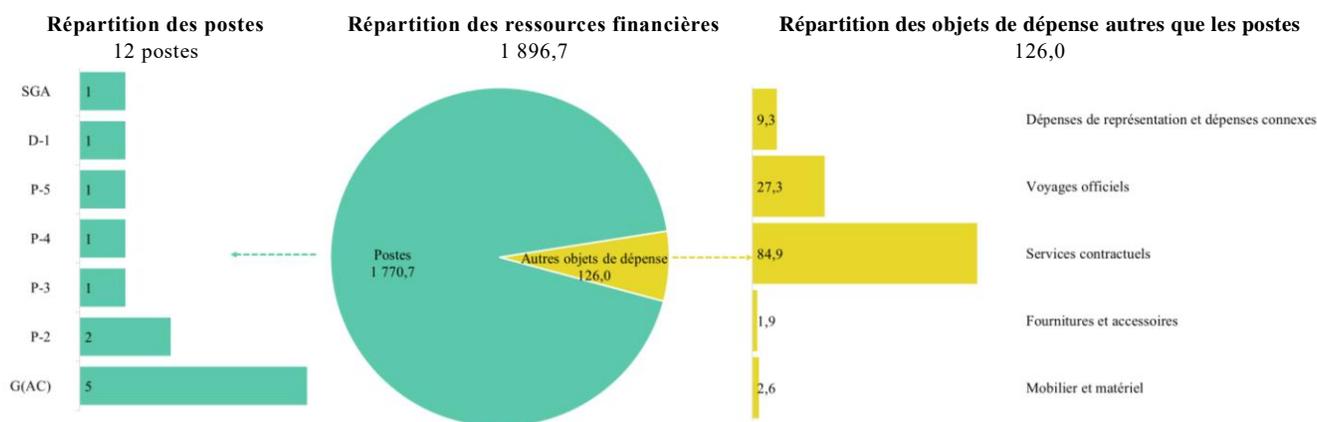
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements					2020 (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	1 519,1	1 770,7	–	–	–	–	–	1 770,7

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements					2020 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total	Pourcentage	
Autres objets de dépense	118,5	126,0	–	–	–	–	–	126,0
<b>Total</b>	<b>1 637,7</b>	<b>1 896,7</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>1 896,7</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		7	–	–	–	–	–	7
Agents des services généraux et des catégories apparentées		5	–	–	–	–	–	5
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>12</b>

Figure 28.IV  
**Direction exécutive et administration : répartition des ressources proposées pour 2020  
 (avant actualisation des coûts)**

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



*Abréviations :* G(AC) : agent(e) des services généraux (Autres classes) ; SGA = secrétaire général(e) adjoint(e).

### Programme de travail

28.36 Le montant qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 s'élève à 85 933 700 dollars et fait apparaître une diminution nette de 371 000 dollars par rapport au montant du crédit ouvert pour 2019. On trouvera des renseignements supplémentaires dans les figures 28.V et 28.VI et dans le tableau 28.9.

Figure 28.V

**Programme de travail : évolution des ressources par rapport au montant du budget ordinaire**

(En millions de dollars des États-Unis)



Tableau 28.9

**Programme de travail : évolution des ressources financières et des postes**

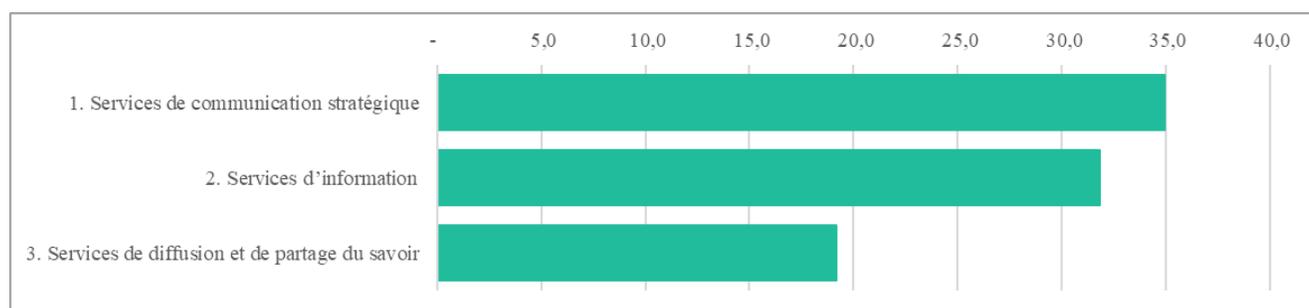
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements				2020 (prévisions avant actualisation des coûts)	
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total Pourcentage		
<b>Ressources financières, par sous-programme</b>								
1. Services de communication stratégique	34 744,8	34 938,3	(19,4)	1 142,1	(1 099,1)	23,6	0,1	34 961,9
2. Services d'information	31 974,6	31 831,7	(145,4)	47,0	78,6	(19,8)	(0,1)	31 811,9
3. Services de diffusion et de partage du savoir	19 658,4	19 534,7	–	–	(374,8)	(374,8)	(1,9)	19 159,9
<b>Total</b>	<b>86 377,8</b>	<b>86 304,7</b>	<b>(164,8)</b>	<b>1 189,1</b>	<b>(1 395,3)</b>	<b>(371,0)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>85 933,7</b>
<b>Ressources financières, par grande catégorie de dépenses</b>								
Postes	74 182,5	71 729,5	–	440,0	(960,4)	(520,4)	(0,7)	71 209,1
Autres objets de dépense	12 195,3	14 575,2	(164,8)	749,1	(434,9)	149,4	1,0	14 724,6
<b>Total</b>	<b>86 377,8</b>	<b>86 304,7</b>	<b>(164,8)</b>	<b>1 189,1</b>	<b>(1 395,3)</b>	<b>(371,0)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>85 933,7</b>
<b>Postes, par sous-programme</b>								
1. Services de communication stratégique		320	–	6	(7)	(1)	(0,3)	319
2. Services d'information		202	–	–	1	1	0,5	203
3. Services de diffusion et de partage du savoir		142	–	–	(6)	(6)	(4,2)	136
<b>Total</b>		<b>664</b>	<b>–</b>	<b>6</b>	<b>(12)</b>	<b>(6)</b>	<b>(0,9)</b>	<b>658</b>

Figure 28.VI

**Répartition des ressources proposées pour 2020, par sous-programme**

(En millions de dollars des États-Unis)



**Sous-programme 1  
Services de communication stratégique**

28.37 Le montant qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 s'élève à 34 961 900 dollars et fait apparaître une augmentation nette de 23 600 dollars par rapport au montant du crédit ouvert pour 2019. On trouvera des renseignements supplémentaires dans le tableau 28.10 et dans les figures 28.VII et 28.VIII.

Tableau 28.10

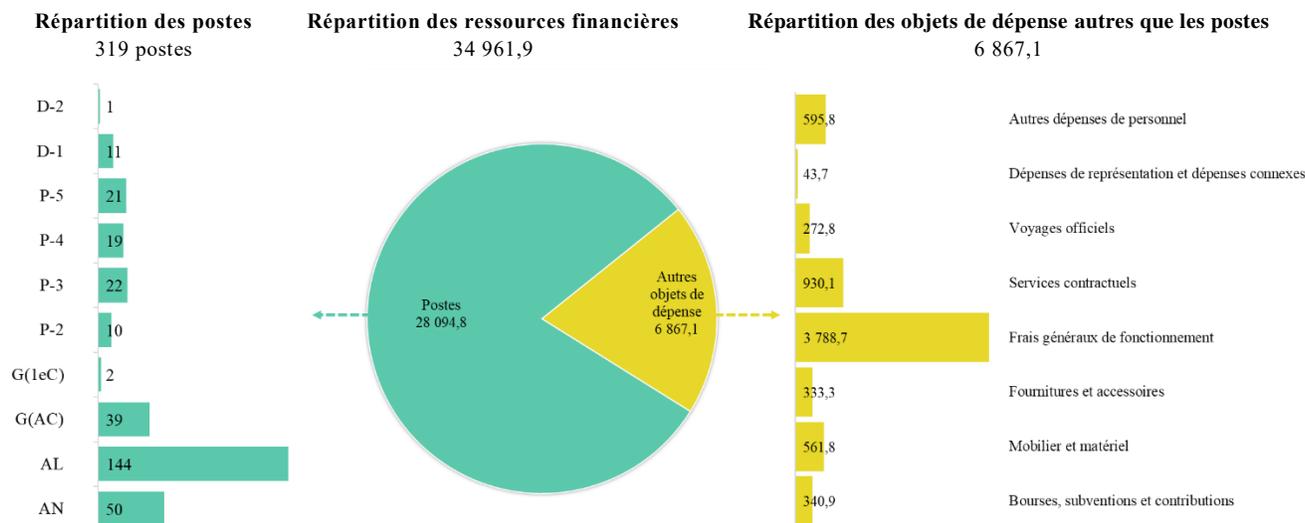
**Sous-programme 1 : évolution des ressources financières et des postes**

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

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements					2020 (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	29 137,3	28 372,3	–	440,0	(717,5)	(277,5)	(1,0)	28 094,8
Autres objets de dépense	5 607,5	6 566,0	(19,4)	702,1	(381,6)	301,1	4,6	6 867,1
<b>Total</b>	<b>34 744,8</b>	<b>34 938,3</b>	<b>(19,4)</b>	<b>1 142,1</b>	<b>(1 099,1)</b>	<b>23,6</b>	<b>0,1</b>	<b>34 961,9</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		85	–	2	(3)	(1)	(1,2)	84
Agents des services généraux et des catégories apparentées		235	–	4	(4)	–	–	235
<b>Total</b>		<b>320</b>	<b>–</b>	<b>6</b>	<b>(7)</b>	<b>(1)</b>	<b>(0,3)</b>	<b>319</b>

Figure 28.VII  
**Sous-programme 1 : répartition des ressources proposées pour 2020 (avant actualisation des coûts)**

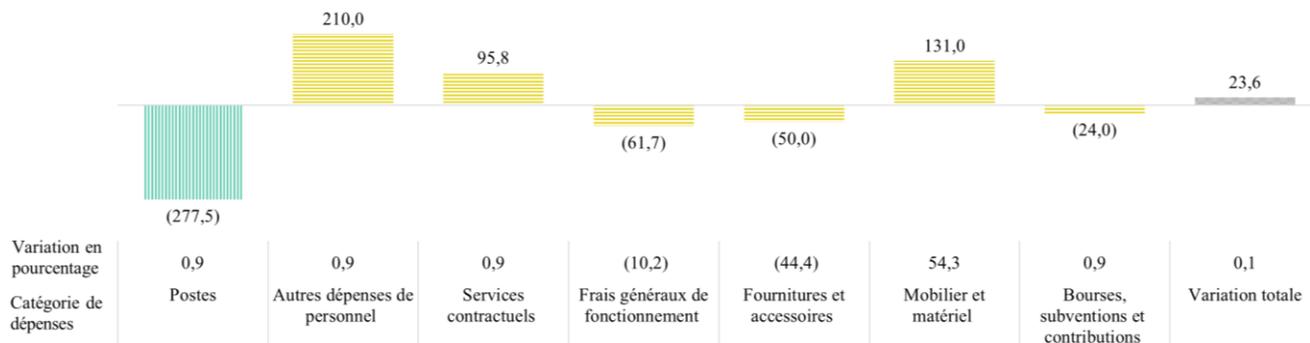
(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



*Abréviations :* AL = agent(e) local(e) ; AN = administrateur(trice) recruté(e) sur le plan local ; G(1<sup>re</sup>C) = agent(e) des services généraux (1<sup>re</sup> classe) ; G(AC) = agent(e) des services généraux (Autres classes).

Figure 28.VIII  
**Sous-programme 1 : variations concernant les ressources proposées pour 2020 et les crédits ouverts pour 2019, par catégorie de dépenses**

(En milliers de dollars des États-Unis)



28.38 La variation de 23 600 dollars s’explique comme suit :

- Ajustements techniques.** La diminution de 19 400 dollars pour les objets de dépense autres que les postes s’explique par l’élimination de dépenses non renouvelables au titre des services contractuels ;
- Nouveaux mandats et mandats élargis.** L’augmentation de 1 142 100 dollars tient au fait qu’il est proposé de créer 1 poste P-3, 1 poste P-2 et 4 postes d’assistant (diffusion sur le Web en quatre langues) [G(AC)] (978 000 dollars) à Genève pour faire mieux connaître les travaux des organes créés en vertu d’instruments internationaux relatifs aux droits de l’homme, conformément à la résolution 73/162 de l’Assemblée générale. Elle s’explique également par les ressources prévues pour les emplois de temporaire (autre que pour les réunions) et les

voyages des représentants, à savoir les voyages des lauréats des prix qui seront décernés en 2020 à l'occasion de la cérémonie de remise du Prix des Nations Unies Nelson Rolihlahla Mandela (164 100 dollars), conformément à la résolution 69/269 de l'Assemblée. Les fonctions afférentes aux postes qu'il est proposé de créer sont les suivantes :

- i) Spécialiste de la diffusion sur le Web (P-3) : diriger et gérer l'équipe multilingue chargée de la diffusion sur le Web, superviser les activités de programmation, de production et de diffusion (sur la télévision en ligne des Nations Unies) relatives à la retransmission quotidienne sur le Web, en direct et à la demande, des réunions publiques et autres manifestations que les organes conventionnels organisent à l'Office des Nations Unies à Genève et établir des rapports statistiques sur la mesure d'audience ;
  - ii) Administrateur(trice) adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe chargé(e) de la diffusion sur le Web (P-2) : gérer les installations techniques et veiller au bon fonctionnement du matériel de diffusion en flux, préparer la retransmission en direct de manifestations accessibles en tout lieu sur le site de la télévision en ligne des Nations Unies, travailler en coordination avec le Service des technologies de l'information et de la communication de l'Office des Nations Unies à Genève et le Groupe de la diffusion sur le Web à New York afin de régler des problèmes techniques, aider le spécialiste de la diffusion sur le Web à diriger l'équipe et à coordonner les activités avec les clients et le remplacer en cas de besoin ;
  - iii) Assistant (diffusion sur le Web) [G(AC)] : faciliter la retransmission dans la langue officielle retenue, en direct et à la demande, sur le site de la télévision en ligne des Nations Unies des réunions publiques et autres manifestations que les organes conventionnels organisent, monter des enregistrements vidéo de réunions d'organes conventionnels et les publier sur la plateforme vidéo de la télévision en ligne des Nations Unies et faciliter la publication de contenus vidéos (retransmis en direct ou à la demande) sur les médias sociaux ;
- c) **Autres changements.** La diminution nette de 1 099 100 dollars tient principalement au fait qu'il est proposé de supprimer i) un poste d'administrateur(trice) adjoint(e) de 1<sup>re</sup> classe chargé de l'information (administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national) à Nairobi ; ii) trois postes d'agent(e) local(e), à savoir 2 postes d'assistant(e) d'équipe (à Bruxelles et à Canberra) et 1 poste d'assistant(e) administratif(ive) à Colombo ; iii) un poste d'assistant(e) d'équipe [G(AC)] à New York. La diminution s'explique également par le transfert au sous-programme 2 (Services d'information) de trois postes (1 P-4, 1 P-3 et 1 P-2), auquel il est proposé de procéder pour consolider la Section des médias sociaux multilingues. Les fonctions s'attachant à ces postes ne changeront pas à l'occasion du transfert. La diminution est partiellement contrebalancée par la création d'un poste d'administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national qui est proposée afin de renforcer les capacités du Centre d'information des Nations Unies à Colombo. Les changements susmentionnés entraînent une diminution nette des ressources prévues au titre des postes (717 500 dollars). Les réductions relatives aux autres objets de dépense proposées au titre des services contractuels (145 800 dollars), des frais généraux de fonctionnement (181 700 dollars), des fournitures et accessoires (50 000 dollars), du mobilier et matériel (31 000 dollars) et des bourses, subventions et contributions (42 700 dollars) s'expliquent par l'application des normes concernant les bureaux, la diminution des coûts de la location des locaux des centres d'information des Nations Unies et la diminution des ressources réservées aux fournitures et au matériel de bureau.

28.39 Le sous-programme sera également financé au moyen de quotes-parts hors budget ordinaire d'un montant estimé à 523 051 dollars (voir tableau 28.4). Ces ressources couvriront les dépenses afférentes à deux postes P-4 et les frais de fonctionnement et serviront à faciliter les activités d'information menées dans le cadre de missions de maintien de la paix. Le sous-programme sera également financé au moyen de ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 1 001 700 dollars, qui compléteront les ressources dont la Division de la communication stratégique a besoin pour définir les grandes lignes des activités de renforcement des capacités menées par le Département et gérer le déroulement de ces activités.

## Sous-programme 2 Services d'information

28.40 Le montant qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 s'élève à 31 811 900 dollars et fait apparaître une diminution nette de 19 800 dollars par rapport au montant du crédit ouvert pour 2019. On trouvera des renseignements supplémentaires dans le tableau 28.11 et dans les figures 28.IX et 28.X.

Tableau 28.11

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

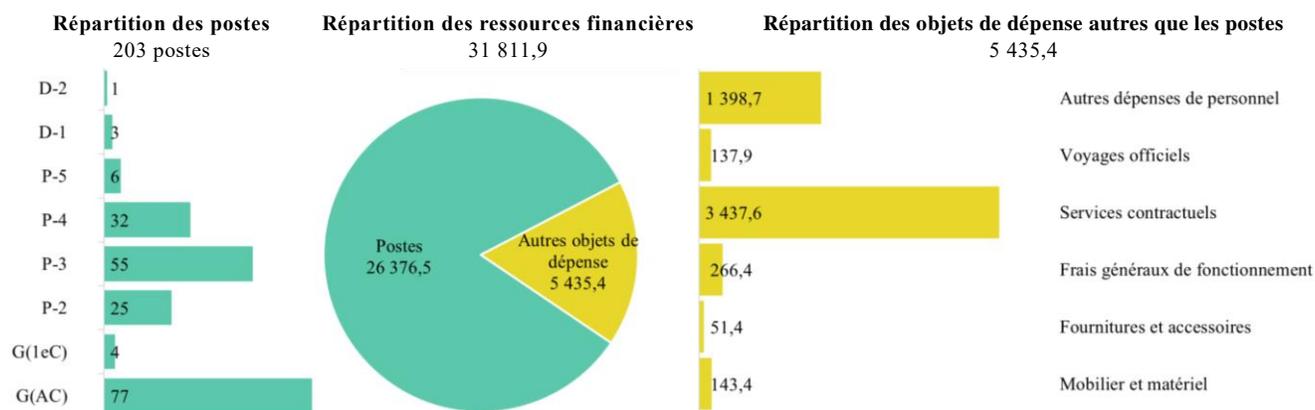
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements				2020 (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	27 332,9	26 073,9	–	–	302,6	302,6	1,2	26 376,5
Autres objets de dépense	4 641,7	5 757,8	(145,4)	47,0	(224,0)	(322,4)	(5,6)	5 435,4
<b>Total</b>	<b>31 974,6</b>	<b>31 831,7</b>	<b>(145,4)</b>	<b>47,0</b>	<b>78,6</b>	<b>(19,8)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>31 811,9</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		119			3	3	2,5	122
Agents des services généraux et des catégories apparentées		83			(2)	(2)	(2,4)	81
<b>Total</b>		<b>202</b>			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>203</b>

Figure 28.IX

### Sous-programme 2 : répartition des ressources proposées pour 2020 (avant actualisation des coûts)

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

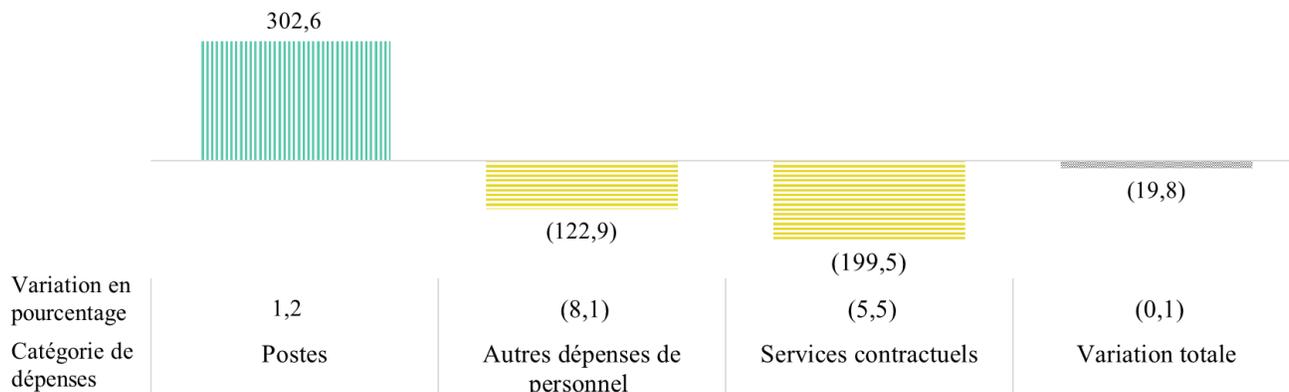


Abréviations : G(1<sup>e</sup>C) : agent(e) des services généraux (1<sup>re</sup> classe) ; G(AC) : agent(e) des services généraux (Autres classes).

Figure 28.X

**Sous-programme 2 : variations concernant les ressources proposées pour 2020 et les crédits ouverts pour 2019, par catégorie de dépenses**

(En milliers de dollars des États-Unis)



28.41 La diminution nette de 19 800 dollars s’explique comme suit :

- a) **Ajustements techniques.** La diminution de 145 400 dollars s’explique par l’élimination de dépenses non renouvelables d’un montant de 74 600 dollars au titre des autres dépenses de personnel et de 70 800 dollars au titre des services contractuels ;
- b) **Nouveaux mandats et mandats élargis.** L’augmentation de 47 000 dollars se décompose comme suit : i) 40 300 dollars au titre du personnel temporaire (autre que pour les réunions) pour six postes P-3 (4 attachés de presse (2 attachés de langue anglaise et 2 de langue française), et 2 éditeurs) et deux postes d’agent des services généraux (Autres classes) (1 assistant d’édition de langue anglaise et 1 de langue française) pour 12 jours afin de couvrir le coût de la diffusion en direct et sur demande de vidéos en six langues, dans le cadre des services qui seront fournis à la quatrième session de 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, qui a été approuvée par l’Assemblée générale dans sa résolution 72/249 ; ii) 6 700 dollars (dépense renouvelable) pour la gestion d’un site Web en six langues, qui permettra de donner suite à la demande formulée par l’Assemblée dans sa résolution 73/262, consacrée à l’appel mondial pour une action concrète en vue de l’élimination totale du racisme, de la discrimination raciale, de la xénophobie et de l’intolérance qui y est associée et de l’application intégrale et du suivi de la Déclaration et du Programme d’action de Durban ;
- c) **Autres changements.** L’augmentation nette de 78 600 dollars s’explique principalement par le transfert de trois postes du sous-programme 1 (1 P-4, 1 P-3 et 1 P-2) et de deux postes du sous-programme 3 [1 P-2 et 1 G(AC)] auquel il est proposé de procéder pour consolider la Section des médias sociaux multilingues. Elle est en partie compensée par la suppression de quatre postes, à savoir trois postes d’agent des services généraux (Autres classes) (1 poste d’assistant(e) administratif(ve) au Service des activités de communication numérique et de promotion, 1 poste d’assistant(e) administratif(ve) au Service de l’actualité et des contenus et 1 poste d’assistant(e) d’information au Service de la diffusion et des services aux médias) et d’un poste d’attaché(e) de presse (P-2) dans le même service, résultant de la redistribution du travail. Les cinq postes qu’il est proposé de transférer seront rattachés à la Section des médias sociaux, qui relève du Service des activités de communication numérique et de promotion de la Division de l’information et des médias. Les titulaires de ces postes formeront une équipe multilingue et feront part de leurs commentaires quant au contenu et aux questions relatives aux médias sociaux à divers services du Département et du Secrétariat. Les changements

susmentionnés entraînent une augmentation nette des ressources prévues au titre des postes (302 600 dollars), qui est en partie compensée par la diminution prévue au titre des autres dépenses de personnel (84 000 dollars) et des services contractuels (140 000 dollars). La Section des médias sociaux a été créée en août 2017 pour aider le Département à se positionner de manière plus dynamique sur les principaux médias sociaux et ainsi donner les moyens à l'Organisation d'amplifier son message et de toucher un public plus large. Divers services du Département ont cédé des postes à la nouvelle Section de sorte que les campagnes et les supports multimédias, disponibles dans les six langues officielles ainsi qu'en swahili et en portugais, touchent et mobilisent plus largement le public présent sur les médias sociaux.

- 28.42 Le sous-programme sera également financé au moyen de quotes-parts hors budget ordinaire d'un montant estimé à 248 349 dollars, comme indiqué au tableau 28.4, qui serviront principalement à couvrir le coût d'un poste P-2 et d'un poste d'agent des services généraux (Autres classes) dont les titulaires fourniront un appui aux activités d'information menées dans les missions de maintien de la paix. Il sera aussi financé au moyen de ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 1 557 800 dollars, qui permettront aux services concernés de fournir des orientations de fond concernant les activités de renforcement des capacités et d'administrer ces activités.

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

- 28.43 Le montant qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 s'élève à 19 159 900 dollars et fait apparaître une diminution nette de 374 800 dollars par rapport au montant du crédit ouvert pour 2019. On trouvera des renseignements supplémentaires dans le tableau 28.12 et dans les figures 28.XI et 28.XII.

Tableau 28.12

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

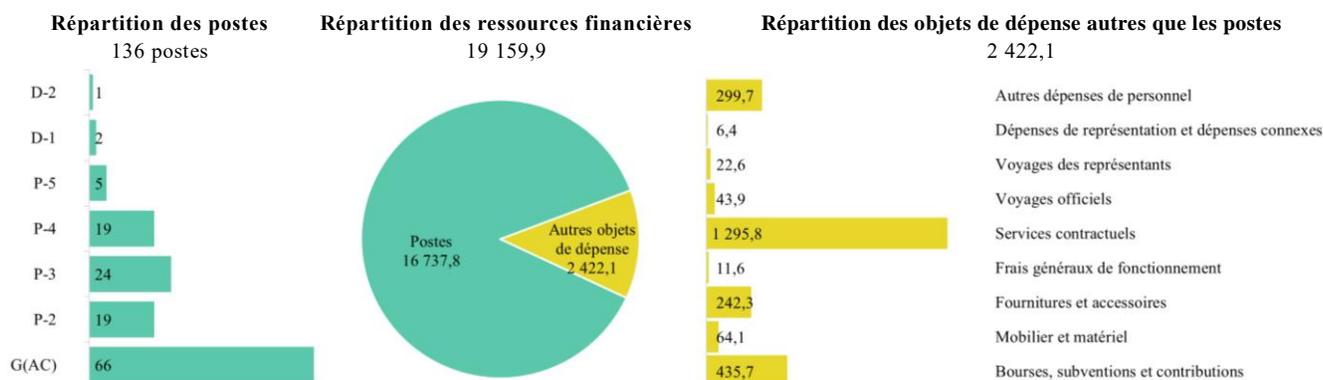
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements				2020 (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	17 712,3	17 283,3	–	–	(545,5)	(545,5)	(3,2)	16 737,8
Autres objets de dépense	1 946,1	2 251,4	–	–	170,7	170,7	7,6	2 422,1
<b>Total</b>	<b>19 658,4</b>	<b>19 534,7</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>(374,8)</b>	<b>(374,8)</b>	<b>(1,9)</b>	<b>19 159,9</b>
<b>Postes, par catégorie</b>								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		71	–	–	(1)	(1)	(1,4)	70
Agents des services généraux et des catégories apparentées		71	–	–	(5)	(5)	(7,0)	66
<b>Total</b>		<b>142</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>(6)</b>	<b>(6)</b>	<b>(4,2)</b>	<b>136</b>

Figure 28.XI

**Sous-programme 3 : répartition des ressources proposées pour 2020 (avant actualisation des coûts)**

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



Abréviation : G(AC) : agent(e) des services généraux (Autres classes).

Figure 28.XII

**Sous-programme 3 : variations concernant les ressources proposées pour 2020 et les crédits ouverts pour 2019, par catégorie de dépenses**

(En milliers de dollars des États-Unis)



28.44 La variation de 374 800 dollars s'explique comme suit :

**Autres changements.** La diminution de 545 500 dollars au titre des postes s'explique par la suppression de quatre postes d'agent des services généraux (Autres classes) et le transfert de deux postes [1 P-2 et 1 G(AC)] au sous-programme 2 aux fins de la consolidation de la Section des médias sociaux multilingues. Les fonctions attachées à ces deux postes ont été redistribuées parmi le personnel existant. Cette diminution est en partie contrebalancée par l'augmentation des ressources au titre des objets de dépense autres que les postes résultant du transfert, entre le chapitre 9 (Affaires économiques et sociales) et le présent chapitre, d'un montant de 191 200 dollars au profit du Service de liaison des Nations Unies avec les organisations non gouvernementales (rubrique Bourses, subventions et contributions). Il sera fait état de la diminution correspondante au chapitre 9. Ce changement permet au Département de la communication globale de recentrer une partie des activités sur le Service de liaison des Nations Unies avec les organisations non gouvernementales, dont le mandat consiste à favoriser l'établissement de relations constructives entre l'ONU et les organisations de la société civile. Il va aussi dans le sens des activités de mobilisation menées par le Département auprès des acteurs de la société civile afin de les engager à trouver des solutions aux

problèmes mondiaux. L'augmentation des objets de dépense autres que les postes est en partie compensée par une diminution des ressources prévues à la rubrique Services contractuels (20 500 dollars).

- 28.45 Le sous-programme est également financé au moyen de ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 5 660 000 dollars (voir tableau 28.4), qui serviront à régler les dépenses afférentes à 10 postes [1 P-3 et 9 G(AC)]; les titulaires de ces postes prendront en charge les activités opérationnelles liées à la publication intitulée *United Nations Development Business*, au Bureau de l'Envoyé du Secrétaire général pour la jeunesse et au Consortium du système des Nations Unies pour l'acquisition d'informations électroniques.

### Appui au programme

- 28.46 Le Service administratif fournit les services d'administration, de gestion et d'appui au programme nécessaires à l'exécution des activités confiées au Département de la communication globale. Il aide la Secrétaire générale adjointe à définir le plan-programme biennal, à établir le budget-programme, à en contrôler l'exécution et à assurer la gestion des fonds d'affectation spéciale, des quotes-parts hors budget ordinaire et des ressources extrabudgétaires; fournit les services d'appui nécessaires à la bonne gestion des ressources humaines; assure la planification et la gestion des ressources nécessaires à l'administration générale. Il s'occupe également des besoins informatiques du Département, notamment en ce qui concerne les logiciels et la maintenance et le remplacement du matériel.
- 28.47 Le montant qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2020 s'élève à 3 585 800 dollars et fait apparaître une diminution nette de 105 900 dollars par rapport au montant du crédit ouvert pour 2019. On trouvera des renseignements supplémentaires dans les figures 28.XIII à 28.XV et dans le tableau 28.13.

Figure 28.XIII

#### Appui au programme : évolution des ressources par rapport au montant du budget ordinaire

(En millions de dollars des États-Unis)

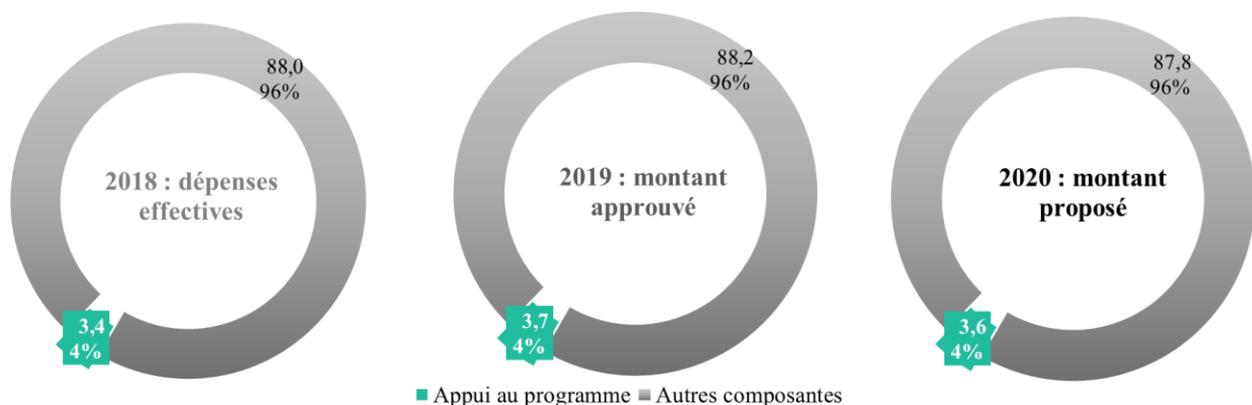


Tableau 28.13

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

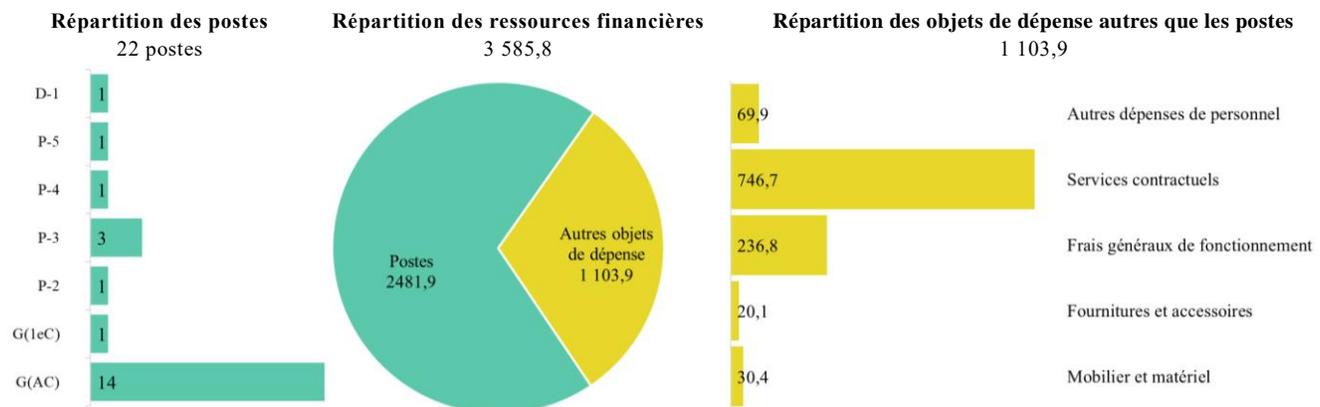
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2018 (dépenses effectives)	2019 (crédits ouverts)	Changements				2020 (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	2 546,7	2 481,9	–	–	–	–	2 481,9
Autres objets de dépense	840,6	1 209,8	(16,0)	–	(89,9)	(105,9)	1 103,9
<b>Total</b>	<b>3 387,4</b>	<b>3 691,7</b>	<b>(16,0)</b>	<b>–</b>	<b>(89,9)</b>	<b>(105,9)</b>	<b>3 585,8</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>22</b>

Figure 28.XIV

**Appui au programme : répartition des ressources proposées pour 2020 (avant actualisation des coûts)**

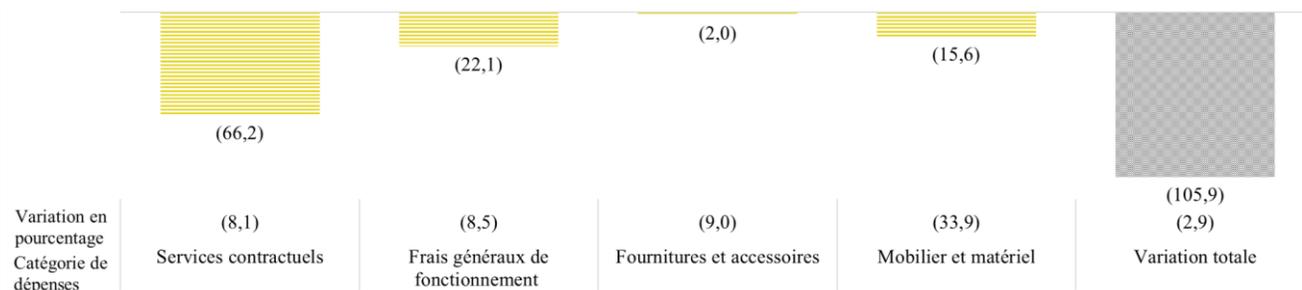
(En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



Abréviations : G(1<sup>e</sup>C) : agent(e) des services généraux (1<sup>re</sup> classe) ; G(AC) : agent(e) des services généraux (Autres classes).

Figure 28.XV  
**Appui au programme : variations concernant les ressources proposées pour 2020 et les crédits ouverts pour 2019, par catégorie de dépenses**

(En milliers de dollars des États-Unis)



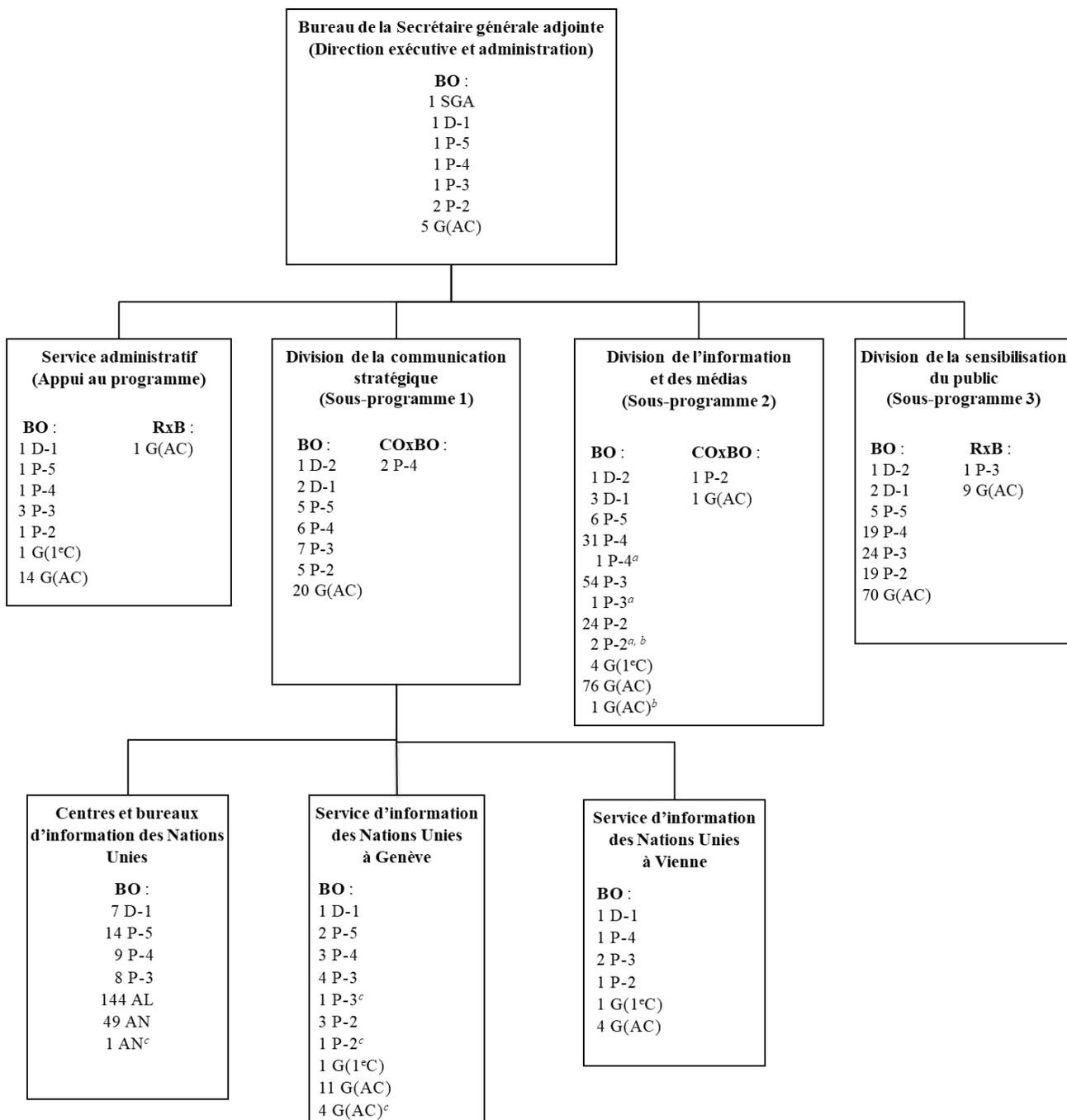
28.48 La variation de 105 900 dollars s’explique comme suit :

- a) **Ajustements techniques.** La diminution de 16 000 dollars s’explique par l’élimination de dépenses non renouvelables au titre des services contractuels (1 300 dollars), des frais généraux de fonctionnement (1 500 dollars), des fournitures et accessoires (200 dollars) et du mobilier et matériel (13 000 dollars) ;
- b) **Autres changements.** La diminution nette de 89 900 dollars est principalement imputable à des réductions au titre des services contractuels (64 900 dollars) – le savoir-faire interne sera davantage mis à profit - et des frais généraux de fonctionnement (20 600 dollars) – les dépenses afférentes aux services téléphoniques et aux services de visioconférence seront moins élevées.

28.49 Le sous-programme sera également financé au moyen de ressources extrabudgétaires d’un montant estimé à 191 000 dollars (voir tableau 28.4), qui aideront le Service administratif à s’acquitter de ses fonctions administratives.

## Annexe I

### Organigramme et répartition des postes pour 2020



*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 générale adjointe.

<sup>a</sup> Gain de postes par transfert à partir du sous-programme 1.

<sup>b</sup> Gain de postes par transfert à partir du sous-programme 3.

<sup>c</sup> Nouveaux postes.

## Annexe II

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

	<i>Postes</i>	<i>Classe</i>	<i>Description</i>	<i>Justification</i>
Sous-programme 1 (Services de communication stratégique)	1	AN	<b>Création</b> de 1 poste de responsable de l'information (administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national) au centre d'information des Nations Unies à Colombo	Renforcement des capacités du centre
	1	P-3	<b>Création</b> de 1 poste P-3 au Service d'information des Nations Unies à Genève	Services de diffusion sur le Web à l'appui des travaux des organes créés en vertu d'instruments internationaux relatifs aux droits de l'homme, conformément à la résolution 73/162 de l'Assemblée générale
	1	P-2	<b>Création</b> de 1 poste P-2 au Service d'information des Nations Unies à Genève	Services de diffusion sur le Web à l'appui des travaux des organes créés en vertu d'instruments internationaux relatifs aux droits de l'homme, conformément à la résolution 73/162 de l'Assemblée générale
	4	G(AC)	<b>Création</b> de 4 postes d'agent des services généraux (Autres classes) au Service d'information des Nations Unies à Genève	Services de diffusion sur le Web à l'appui des travaux des organes créés en vertu d'instruments internationaux relatifs aux droits de l'homme, conformément à la résolution 73/162 de l'Assemblée générale
	(1)	AN	<b>Suppression</b> de 1 poste de responsable de l'information (administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national) au centre d'information des Nations Unies à Nairobi	Rééquilibrage des effectifs du réseau de centres d'information des Nations Unies
	(3)	AL	<b>Suppression</b> de 2 postes d'assistant(e) d'équipe et de 1 poste d'assistant(e) administratif(ve) (Bruxelles, Colombo et Canberra)	Rationalisation du travail et redistribution des tâches entre le reste du personnel
	(1)	G(AC)	<b>Suppression</b> de 1 poste d'assistant(e) d'équipe (New York)	Rationalisation du travail et redistribution des tâches entre le reste du personnel
	(1)	P-4	<b>Transfert</b> de 1 poste de responsable de l'information	Renforcement de la Section des médias sociaux au titre du sous-programme 2
	(1)	P-3	<b>Transfert</b> de 1 poste de responsable de l'information	Renforcement de la Section des médias sociaux au titre du sous-programme 2
	(1)	P-2	<b>Transfert</b> de 1 poste d'administrateur(trice) adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe chargé(e) de l'information	Renforcement de la Section des médias sociaux au titre du sous-programme 2
Sous-programme 2 (Services d'information)	(1)	P-2	<b>Suppression</b> de 1 poste d'attaché(e) de presse (adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe) (New York)	Rationalisation du travail et redistribution des tâches entre le reste du personnel
	(3)	G(AC)	<b>Suppression</b> de 2 postes d'assistant(e) administratif(ve) et de 1 poste d'assistant(e) d'information (New York)	Rationalisation du travail et redistribution des tâches entre le reste du personnel

	<i>Postes</i>	<i>Classe</i>	<i>Description</i>	<i>Justification</i>
	1	P-4	<b>Transfert</b> de 1 poste de responsable de l'information	Renforcement de la Section des médias sociaux, dont les activités relèvent du sous-programme 2
	1	P-3	<b>Transfert</b> de 1 poste de responsable de l'information	Renforcement de la Section des médias sociaux, dont les activités relèvent du sous-programme 2
	1	P-2	<b>Transfert</b> de 1 poste d'administrateur(trice) adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe chargé(e) de l'information	Renforcement de la Section des médias sociaux, dont les activités relèvent du sous-programme 2
	1	P-2	<b>Transfert</b> de 1 poste de bibliothécaire adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe	Renforcement de la Section des médias sociaux, dont les activités relèvent du sous-programme 2
	1	G(AC)	<b>Transfert</b> de 1 poste d'assistant(e) site Web	Renforcement de la Section des médias sociaux, dont les activités relèvent du sous-programme 2
Sous-programme 3 (Services de diffusion et de partage du savoir)	(4)	G(AC)	<b>Suppression</b> de 1 poste d'assistant(e) d'équipe, de 1 poste d'assistant(e) d'édition, de 1 poste d'assistant(e) d'information et de 1 poste d'assistant(e) aux systèmes d'information (New York)	Rationalisation du travail et redistribution des tâches entre le reste du personnel
	(1)	P-2	<b>Transfert</b> de 1 poste de bibliothécaire adjoint(e) de 1 <sup>re</sup> classe	Renforcement de la Section des médias sociaux au titre du sous-programme 2
	(1)	G(AC)	<b>Transfert</b> de 1 poste d'assistant(e) site Web	Renforcement de la Section des médias sociaux au titre du sous-programme 2
<b>Total</b>	<b>(6)</b>			

*Abréviations* : AL = agent(e) local(e) ; AN = administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national ; G(AC) : agent(e) des services généraux (Autres classes).